

# **GOVERNANCE ALIMENTAIRE TERRITORIALE**

**Circuits-courts et de proximité : histoire, objectifs, réalité ?**

**Y. Le Roux, ENSAIA-Université de Lorraine**

**21 Septembre 2017**

Pour Malassis (1994) « Un système alimentaire est la façon dont les hommes s'organisent dans **l'espace** et dans **le temps** pour obtenir et consommer leur nourriture »

Modifications majeures de nos systèmes alimentaires **après la fin de la deuxième guerre mondiale**

- Politique Agricole Commune levier d'évolution
- Evolution du contexte politique : ouverture des marchés, validation de la concurrence comme moteur du système économique, financiarisation
- Une filière agro-alimentaire éclatée en amont et très concentrée en aval (4 centrales d'achat)
- Modification des comportements du consommateur : phénomène de distanciation (Bricas, 2015)

« Les systèmes alimentaires sont nombreux et hétérogènes dans le monde. On observe cependant depuis quelques décennies le développement hégémonique d'un  **système agroindustriel**  de production et de consommation de masse, spécialisé, concentré, globalisé et financiarisé, structuré par de très grandes firmes industrielles et commerciales.  **Ce modèle, s'il a contribué efficacement à la réduction du coût des aliments et à l'amélioration de leur qualité hygiénique ainsi qu'à leur accessibilité,** génère un certain nombre  **d'externalités négatives**  qui incitent à innover pour construire un nouveau type de système alimentaire  **plus « durable »** .

# Un modèle agricole à revoir ?

ÉVOLUTION DU REVENU PAR SYSTÈME (EN K€/UTHF\*)



# CONSEQUENCE DU MODELE AGRICOLE et AGRO-ALIMENTAIRE « MONDIALISE »

## ***Usage de ressources non renouvelables***

- \* Energie fossile
- \* Phosphore minier

## ***Des dégradations environnementales***

- \* Qualité de l'eau
- \* Biodiversité
- \* Paysage
- \* Déforestation
- \* GES (fonction alimentaire 1/3 du total)

## ***Banalisation de la production***

- \* Standardisation des matières premières
- \* Massification
- \* Impact du TAFTA, CETA

## ***Un système de plus en plus vulnérable***

- \* Sanitaire (échanges)
- \* Flux tendus et risques de rupture
- \* Volatilité des prix des matières premières (dépendance aux marchés internationaux)

## ***Des remises en cause***

- \* Bien être animal

## ***Inégalités***

- \* Santé et nutrition

## ***Perte de confiance du consommateur***

- \* Distanciation cognitive, géographique, générationnelle

## ***Concentration du mode de distribution***

## ***Impossible généralisation du système à l'ensemble de la planète***



**DURABILITÉ DU SYSTÈME ALIMENTAIRE INDUSTRIALISÉ ?**

# Quelle(s) réponse(s) à ces évolutions ?

## Des systèmes alimentaires durables

- \* Productions agro-écologiques sans recours aux ressources non renouvelables, sans réduction de la biodiversité et sans pollutions.
- \* Sécurité alimentaire et nutritionnelle permettant un accès digne pour tous à une alimentation de qualité.
- \* Systèmes économiques créateurs d'emplois, plus inclusifs et plus équitables.
- \* Systèmes alimentaires entretenant la cohésion sociale et le respect de la diversité et de la dynamique des cultures.
- \* Restauration de la confiance dans le système et participation des citoyens à son évolution.

## Définition du ministère de l'agriculture (2009)

**« Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire »**

On entend par intermédiaire : intermédiaire commercial

\* **Définition minimaliste** dans les « valeurs » portées par les circuits-courts

\* Absence de définition stabilisée de la proximité et donc absence de « **l'autorité régulatrice de l'Etat** » dans la construction de ce marché

\* Face à ce « vide » on va trouver de **très nombreux opérateurs** économiques ou non : coopérative, association, plateforme, site internet, GMS, grossiste, collectivité, chercheurs...

Ajout de la **notion de « local »**, on parlera alors de **circuits-courts de proximité**

\* Jusque quelle distance parle t-on de proximité ? **80 Km** est souvent avancé mais correspond simplement à une exigence réglementaire pour le transport « simplifié » de produits animaux.

\* La notion de **distance maximum** ne peut pas avoir de réponse partagée (en fonction de la région en particulier)

\* Les **locavores** aux USA : 100 miles (160 km) **La ruche qui dit oui** : 250 km

\* Le **droit européen** (et français) ne dit rien de cette question pour ne pas aborder la question de la préférence nationale (pas admise par le **droit de la concurrence**)

\* La proximité dépendra donc du **territoire défini-imaginé** par les acteurs impliqués (Territoire politico-administratif, Territoire construit, Territoire identitaire ou une combinaison des 3 selon les acteurs)

## Petit retour en arrière...

### En France

\* **2001** : première AMAP en France

\* **2017** : Projet de supermarché coopératif et participatif (la Louve à Paris, la grande épicerie générale à Nancy)

### Dans le monde

**Japon** : (Tragédie de Minamata, 1965) développement **des Teikei** (collectif de mères de qui s'inquiétaient de voir l'agriculture s'industrialiser avec un recours massif aux produits chimiques). En 1993, un foyer japonais sur quatre était affilié à un teikei, soit près de 16 millions de personnes)

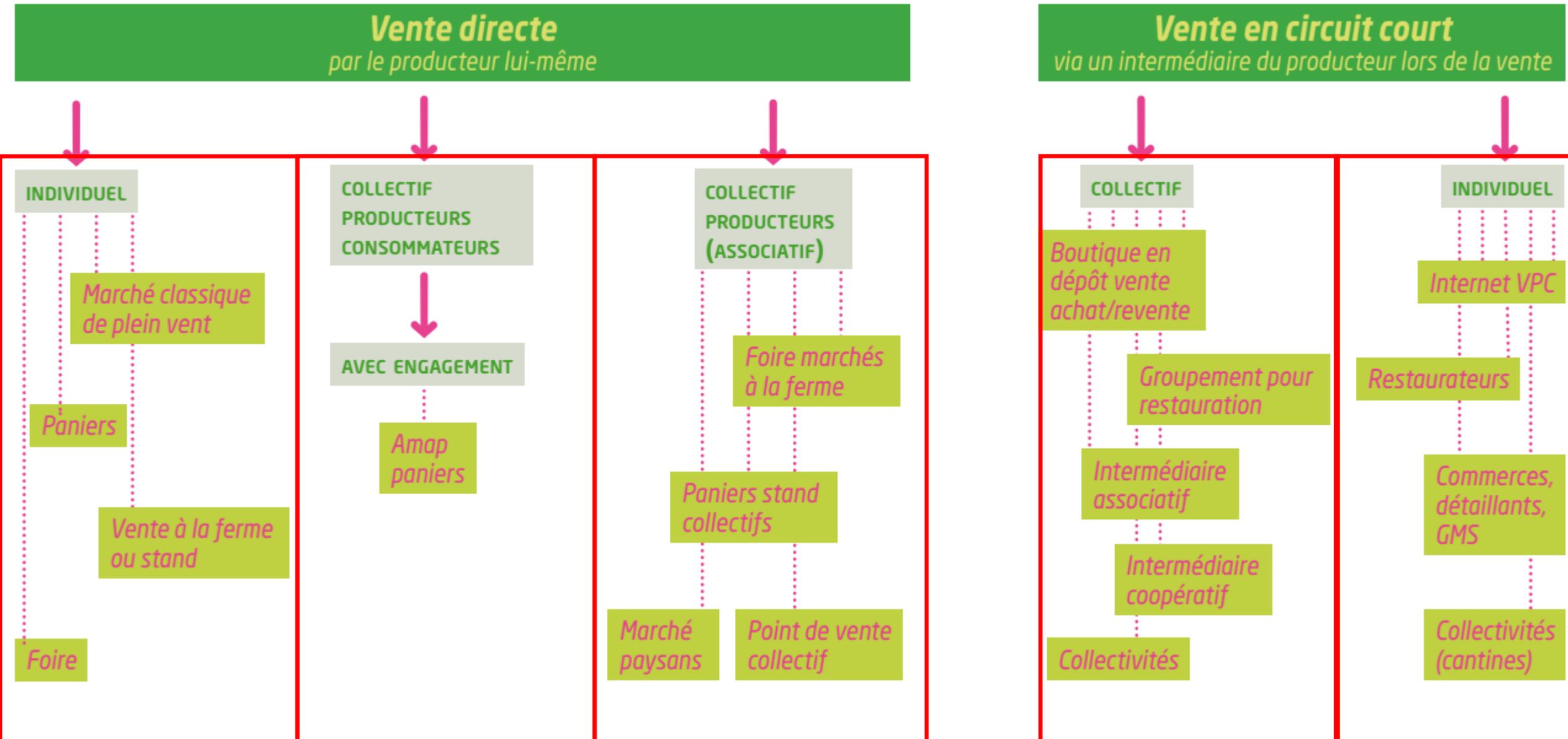
Même époque en Europe (Allemagne, Autriche, et Suisse) : expériences communautaires sur le même principe

En **1985**, concept importé depuis l'Europe vers les **Etats-Unis** : **CSA "Community Supported Agriculture"** (idem au Québec)

En **2001**, **les Vuillon agriculteurs** en périphérie de Toulon (83), décidèrent de lancer la première AMAP suite à un voyage aux Etats-Unis durant lequel ils découvrirent les CSA

# **Etat actuel des circuits-courts et de proximité pour l'autonomie alimentaire des territoires ?**

# Le schéma « classique » de la diversité de la commercialisation en circuits-courts



# Le poids économiques de ces circuits

- \* Impossible d'évaluer correctement le poids économique des circuits-courts et de proximité : périmètre peu défini, pas de données à l'échelle nationale
- \* **6 à 7 % des achats alimentaires** en France se font par des circuits courts «spécialisés». (ADEME)
- \* En **restauration hors foyer** (6-7 milliards de repas/an) : **pas ou peu d'indicateurs de mesures**
- \* En GMS : **volonté d'aller vers ces circuits** mais avec quelles « valeurs » (a priori aucune données)
- \* AMAP : **2000 en 2016** (250 000 Amapiens, 150 millions de CA)
- \* Ruche qui dit oui : **850 en septembre 2017** (150 000 clients, 5 000 producteurs, 50 Millions CA)
- \* **21 % des agriculteurs** commercialisent une partie de leur production en **circuits-courts** (mais une part significative n'en tire qu'une faible partie de leur revenu)

## Chiffre d'affaires et emplois générés par les circuits courts sur Rennes métropole

Modalités	Valeur des ventes (en millions d'€)		Part dans les ventes en circuits courts		Nombre d'emplois		
	Année	2009	2013	2009	2013	2009	2013
Marchés de plein vent		4,5 à 10	7,8 à 16,9	39% à 51%	45% à 52%	110 à 230	203 à 289
Points de vente collectifs		2,7	2,9	14 à 23%	9% à 19%	60	71,4
Vente à la ferme		1,2 à 1,5	1,4 à 4,1	8% à 10%	1% à 13%	15 à 30	53,6 à 151,8
Paniers et AMAP		0,5	1,1	Environ 3%	3% à 7%	8	68,9
Restauration collective		0,1	0,2	Environ 1%	1%	5	5,8
Restauration commerciale/Commerçants		2,9 à 5,0	3,6 à 6,8	25%	21%	65 à 110	51,7 à 96,7
E-commerce			0,2 à 0,3		1%		13,3
<b>TOTAL</b>		<b>12 à 20</b>	<b>17,2 à 32,3</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>263 à 445</b>	<b>469 à 698</b>

# Une étude très récente sur l'autonomie alimentaire des agglomérations (Aire urbaine au sens de l'INSEE)

- \* Quel est aujourd'hui le **niveau d'autonomie alimentaire de nos territoires** ? Nos villes sont-elles en capacité de nourrir leurs habitants ? Quelles sont les marges de progression ?
- \* Une étude inédite a évalué le degré d'autonomie alimentaire des 100 premières aires urbaines françaises.
- \* Le classement souligne les **disparités d'autonomie** mais surtout un potentiel encore grandement non accompli.
- \* Seules 8 aires urbaines dépassent le **seuil de 5% d'autonomie alimentaire** alors que 58 sont sous la barre des 2%.
- \* Parallèlement, le métabolisme alimentaire de nos territoires semble incohérent : en moyenne, sur les 100 aires urbaines analysées, **98% de l'alimentation est composée de produits agricoles « importés »** alors que dans le même temps **97% des produits agricoles locaux sont « exportés »** !



# Degré d'Autonomie par type de produit Agricole - top 10 des Aires urbaines

	Avignon	Valence	Nantes	Angers	Saint-Brieuc	Brest	Perpignan	Rennes	Cholet	Nîmes
Culture de céréales, de plantes légumineuses et oléagineuses	1,7%	2,1%	0,5%	1,9%	1,0%	0,7%	0,1%	2,5%	0,7%	0,5%
Culture de légumes	<b>26,6%</b>	<b>24,9%</b>	<b>17,2%</b>	<b>17,8%</b>	3,6%	<b>18,1%</b>	<b>17,8%</b>	6,5%	2,1%	<b>16,2%</b>
Culture de fruits	<b>22,6%</b>	6,3%	3,3%	<b>10,9%</b>	0,3%	0,4%	<b>13,1%</b>	0,7%	0,9%	7,9%
Culture d'autres plantes	7,3%	3,7%	3,8%	<b>22,9%</b>	3,4%	7,5%	<b>12,9%</b>	<b>14,9%</b>	4,3%	2,2%
Élevage du bétail, y compris parcs d'engraissement	0,2%	0,4%	4,6%	5,0%	1,4%	0,9%	0,1%	4,5%	4,4%	0,3%
Élevage de bovins laitiers et production laitière	0,0%	0,0%	<b>13,1%</b>	2,3%	2,9%	0,8%	0,0%	<b>13,3%</b>	1,3%	0,1%
Élevage animaliers, à l'exception du bétail, de la volaille et des œufs	1,0%	1,0%	1,1%	1,4%	1,8%	1,6%	0,5%	2,7%	1,6%	0,6%
Élevage de volailles et production d'œufs	2,0%	4,5%	4,7%	4,7%	32,1%	5,9%	1,2%	8,8%	<b>29,0%</b>	2,2%
Activités de pêche, chasse et piégage	0,0%	0,0%	0,5%	0,1%	6,3%	5,9%	0,7%	0,1%	0,1%	0,2%

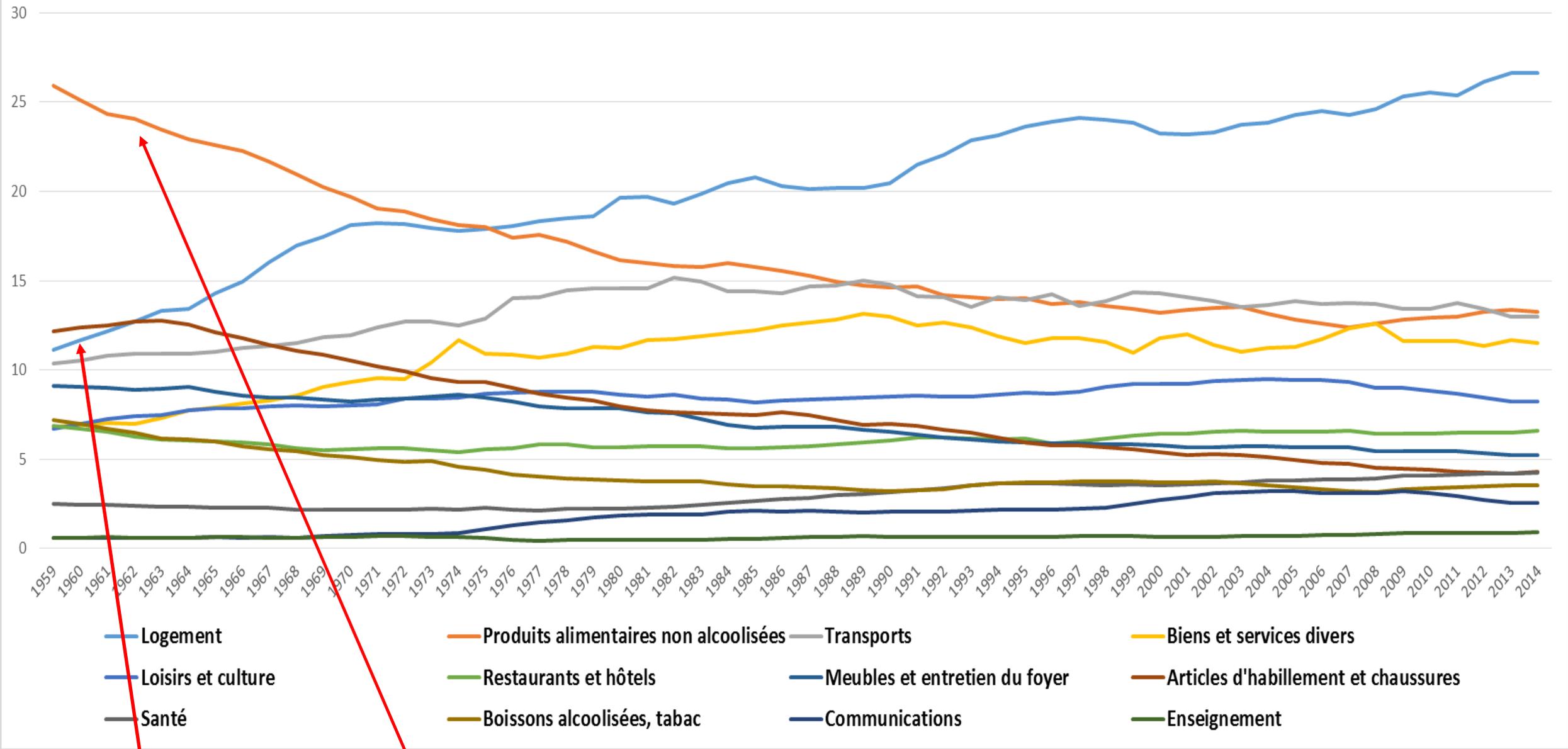
\* Autonomie maximum Avignon (8%) portée par les fruits et légume

Nancy : 0,92%

TOTAL	Céréales, plantes légumineuses et oléagineuses	Légumes	Fruits	Autres plantes	Élevage du bétail	Élevage de bovins laitiers et production laitière	Élevage animaliers, à l'exception du bétail, de la volaille et des œufs	Élevage de volailles et production d'œufs	Pêche, chasse et piégage
0,9%	1,1%	1,5%	0,5%	8,3%	1,4%	0,1%	1,6%	0,5%	0,0%

**Et le consommateur ?**

# Evolution des coefficients budgétaires par foyer (en % de la consommation finale)



**Le coût Logement passe de 13% à 27%**

**Une évolution très forte du budget consacré à l'Alimentation : 27% à 13% (18% avec alcool)**

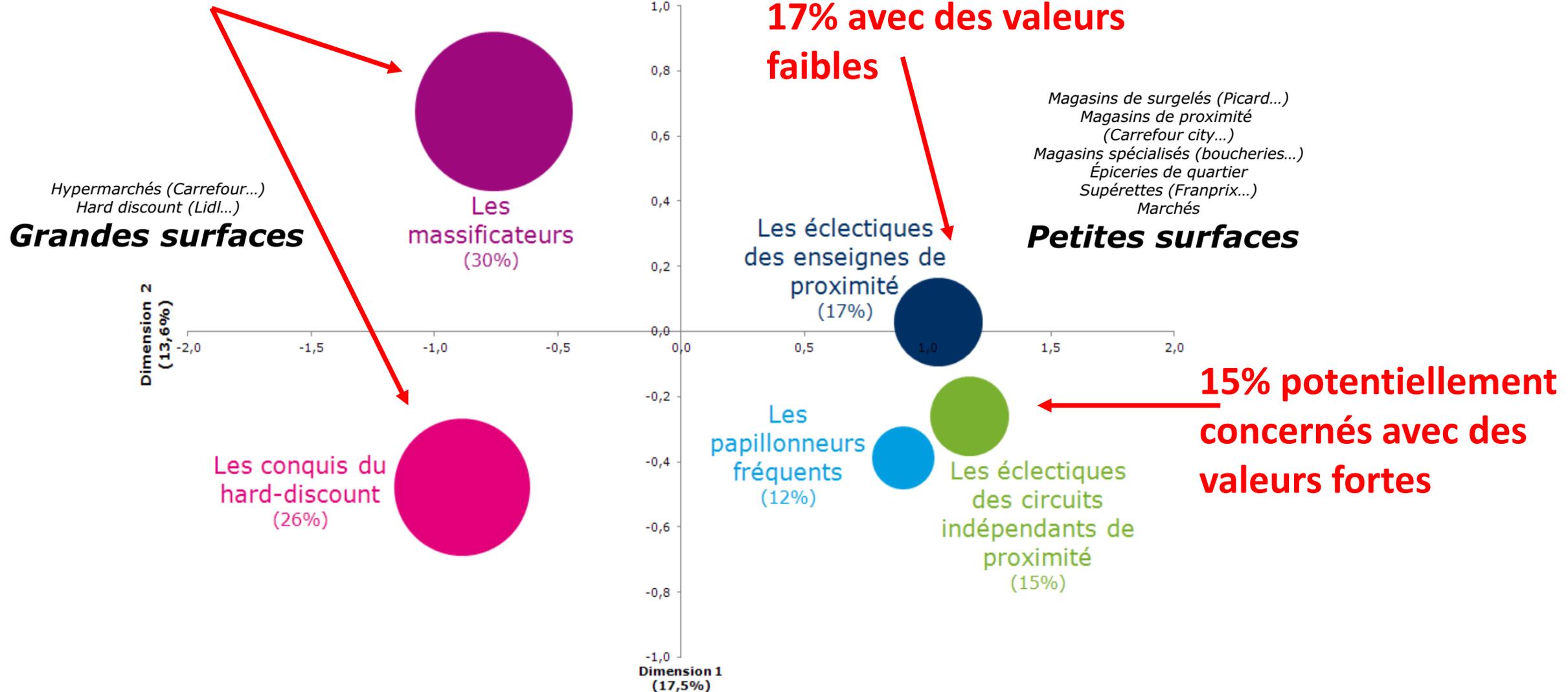
# Quelle typologie de consommateurs?

Un peu moins de 60%  
pas ou peu concernés

30% de consommateurs  
sensibles

Internet avec livraison (Ooshop...)  
Drives

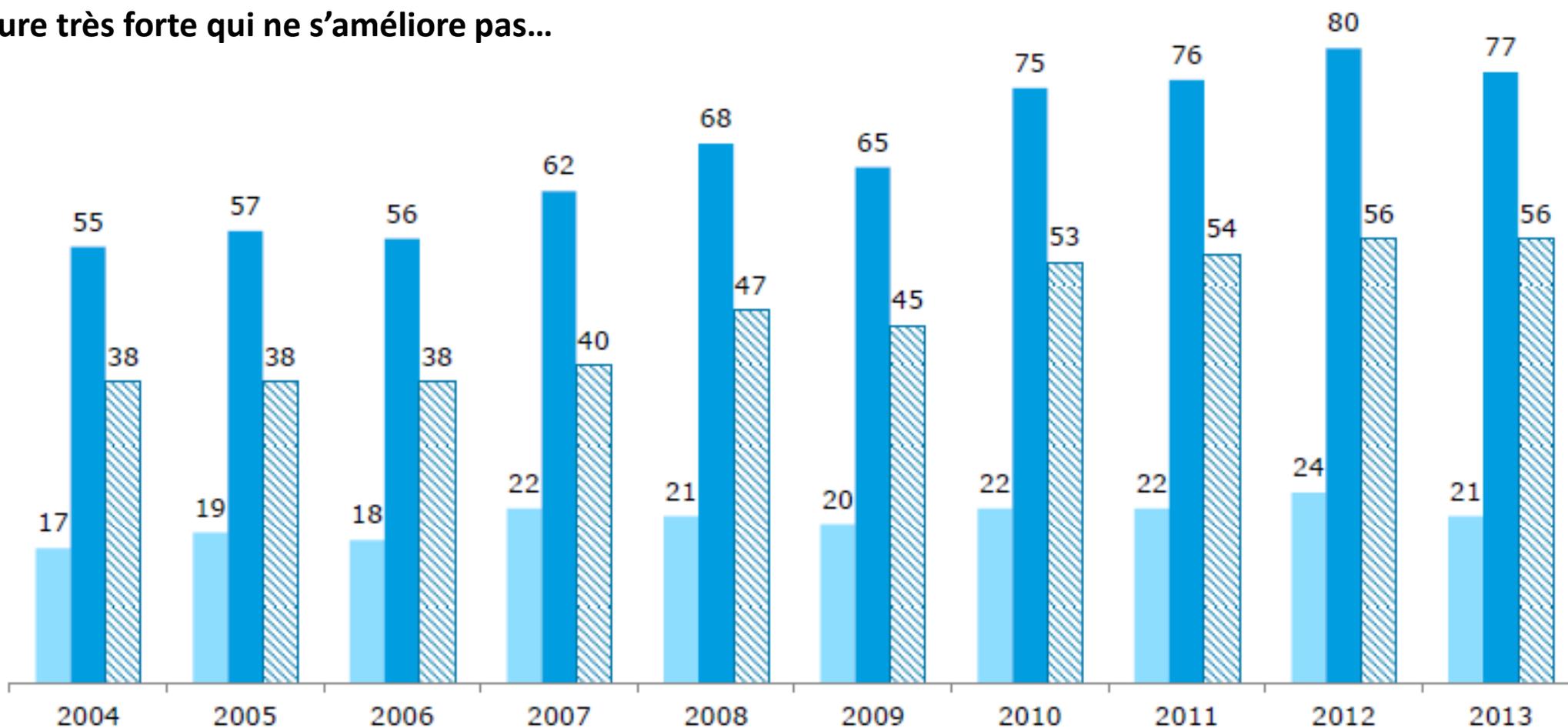
**Commerce électronique**



**Proportion d'individus ayant une idée « très ou assez » précise de ce que signifie l'expression « Développement Durable »**  
Selon le diplôme, évolutions 2004-2013 (en %)

Aucun, Cep   Diplôme du supérieur   Différence

**Une fracture très forte qui ne s'améliore pas...**



**DES PRODUITS DE PLUS EN PLUS « MARQUES »**

**Quelle compréhension pour le consommateur ?**

# OYIVE

4 thèmes certifiés

## Traite Fumée

de  
**FRANCE**

ÉLEVEUR

Emmanuel MAZEIRAUD  
33830 BELIN  
LOT : L 1292 L7 07.31  
A consommer jusqu'au 13/04/2015

Bon!  
Pour la nature



Bon!  
Pour l'emploi



Bon!  
Pour VOUS



**3** TRANCHES MINIMUM

Traite Fumée au bois de hêtre  
Élevée en France  
À consommer sous 48 heures après ouverture.  
À conserver entre 0°C et +4°C.  
Ingrédients : Traite Arc-En-Ciel  
(*Corymbus mykiss*) 97%, sel 3%.  
À CONSOMMER JUSQU'AU : voir ci-dessus

Nos engagements, nos recettes



Poids Net : 100 g e

**Bon** Pour la nature

Nos élevages sont parfaitement intégrés dans leur milieu naturel. Nous œuvrons en permanence pour la préservation de l'environnement à toutes les étapes de notre filière.



Notre engagement, votre garantie.

Agri Confiance® garantit le respect de normes de maîtrise de la qualité et contribue à la traçabilité du produit. Cette démarche de progrès développée par les hommes et les femmes des Coopératives de France est contrôlée par des organismes de certification indépendants. [www.agrifiance.com](http://www.agrifiance.com)

En quête permanente de progrès, nous cherchons constamment à améliorer la performance environnementale de notre production. Ainsi, 97% de nos déchets sont recyclés ou valorisés. De même, en 2013 nous avons réduit de 7% notre consommation d'électricité et de 10% notre consommation d'eau par kilo de produit fini.

Et, en partenariat avec le Ministère de l'Environnement et l'ADEME, nous avons participé à l'expérimentation sur l'affichage environnemental.

**PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE**  
POUR 100g DE PRODUIT CONSOMMÉ

- CO<sub>2</sub>** Réchauffement climatique: 826g CO<sub>2</sub>, eq
- eau** Empreinte eau: 2,20 litres d'eau eq
- Globe** Empreinte biodiversité: 0,76m<sup>2</sup> de zone urbaine pendant 1 an

Service Consommateurs : Aqualande - 40120 Roquefort.

**Bon** Pour l'emploi

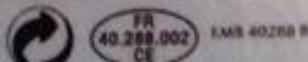
En favorisant une production française, Ovive soutient l'emploi local et assure une aquaculture familiale de proximité.

Les truites Ovive naissent en France à Cachon, Callen, Lévignacq, Magescq, Plassac, Sore (40), Casteljaloux (47), Esterrençuby (64), Les Ors (17). Elles sont ensuite élevées dans nos piscicultures situées dans le grand Sud-Ouest de la France, puis soigneusement préparées dans notre atelier de Sarbazan (40).

Nous nous engageons en matière de responsabilité sociale à privilégier l'emploi en France tant avec nos propres élevages qu'avec tous nos fournisseurs.



Le logo Origine France Garantie de l'association Pro France est pour vous la garantie qu'au moins 50% de la valeur ajoutée d'un produit est acquise en France. Avec cette truite fumée Ovive, nous vous garantissons même un produit 100% français, de l'œuf de truite au produit fini.



**Bon** Pour vous

Nous nous engageons pour une qualité inégalable de nos truites Ovive tant en goût qu'en matière de sécurité.

Pour leur bien-être, les truites Ovive grandissent dans des eaux aux qualités exceptionnelles contrôlées quotidiennement. Leur alimentation fait l'objet de contrôles réguliers et de choix rigoureux : exclusivement nourries de végétaux sans OGM (<0,9%), d'environ 25% de poissons (pêchés sous quota afin de préserver la ressource des océans et leur biodiversité) et de vitamines. Pour votre santé, les truites Ovive sont 2 à 3 fois moins grasses que tous les saumons d'élevage.

**VALEURS ÉNERGETIQUES ET NUTRITIONNELLES MOYENNES POUR 100g :**

Energie	618 kJ / 148 kcal
Matières Grasses	6,0 g
dont Acides gras saturés	1,4 g
dont Acides gras mono-insaturés	1,3 g
dont Acides gras poly-insaturés	2,6 g
Glucides	<0,5 g
dont sucres	<0,5 g
Fibres	2,3 g
Sel	3,00 g
Vitamines D	5,2 µg 104%
Vitamines B12	1,7 µg 68%
Teneur en Oméga 3	1,5 g
dont EPA acide eicosapentaénoïque	0,2 g
dont DHA acide docosahexaénoïque	0,5 g

\* apport de référence pour un adulte type (8400 kJ / 2000 kcal)

L'EPA et le DHA (Oméga 3) contribuent à une fonction cardiaque normale dans le cadre d'une alimentation variée et équilibrée et d'un mode de vie actif. L'effet bénéfique est obtenu par une consommation journalière de 250 mg d'EPA et de DHA.



Les engagements Ovive, recettes et plus sur [www.aqualande.com](http://www.aqualande.com)





**Plus qu'une définition impossible à faire partager par tous, Ce sont les valeurs matérielles et immatérielles associées au produit qui lui confèreront sa « valeur »**

## **Dépendra notamment :**

L'engagement et compréhension du consommateur pour ces valeurs (éducation, pouvoir d'achat, lieu de vie....)

### **Démarche individuelle**

Un **Etat central** qui a du mal à se positionner dans ces nouveaux modèles (réglementation ?, contrôle ?)

**Une organisation dans la distribution optimisée**

(logistique, approvisionnement...)

La volonté « politique » de défendre ces valeurs (rôle de la société civile, des collectivités)

### **Démarche collective, implication « d'intermédiaires »**

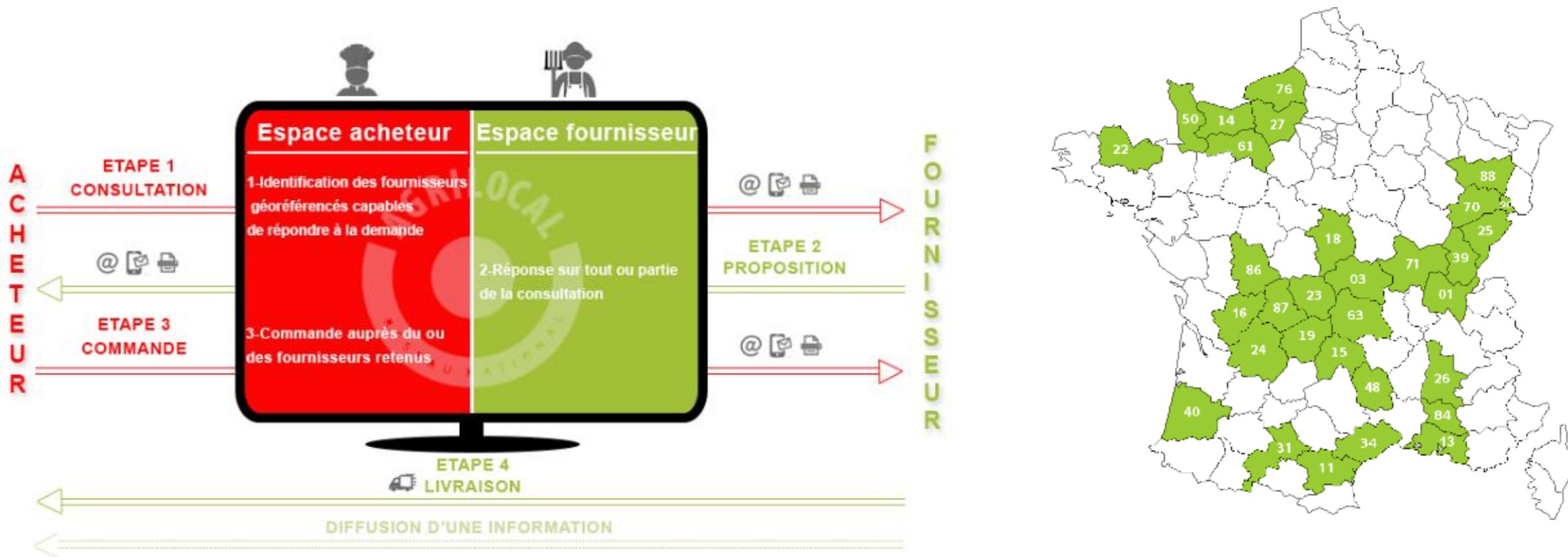
**La mise en œuvre par les producteurs**

**Le rôle clé des distributeurs (de tout types)**

**Des formes de distribution  
des circuits-courts locaux en pleine  
évolution**

# Plate-forme virtuelle Agri-local,

Portée par les départements, Agrilocal est une **plate-forme de mise en relation** entre fournisseurs locaux et acheteurs publics ayant une mission de restauration collective (collèges, lycées, maisons de retraite, etc...).



# Plate-forme virtuelle Les fermiers lorrains

Portée par la chambre d'agriculture de Lorraine, les fermiers lorrains est un site internet permettant aux professionnels de la restauration collective de s'informer sur l'approvisionnement local et l'accessibilité des produits lorrains. C'est aussi une plate-forme virtuelle organisant les commandes en circuit court et/ou de proximité pour la restauration collective en Lorraine.

## Les fermiers lorrains



The screenshot shows the website's navigation menu on the left with options: Accueil, Actualités, Inscription, Acheter, Vendre, and Contact. The main header features a user login field labeled 'Utilisateur' and an 'OK' button. The background image is a field of yellow rapeseed flowers with white-blossomed trees in the distance. Below the navigation, there are two main content areas: 'Vos approvisionnements en direct' and 'Actualités'. The 'Actualités' section includes a date '27 JUIN' and the title 'ASSISES POUR LE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES ET DES MARCHÉS ALIMENTAIRES DANS LE GRAND EST', with a sub-headline 'Extraits de l'article du Paysan lorrain du 23 juin 2017 Jean-Luc MASSON'.

## Des plates-formes virtuelle et physique pour la bio A l'échelle nationale (Pronatura) ou locale (PBL)



ACCUEIL LES PRODUCTEURS LES PRODUITS

Espace membre

Accès direct

Nous contacter



Les paysans bio de Lorraine ont créé Paysan Bio Lorrain en 2004 pour organiser la commercialisation de leur production vers la restauration hors domicile et les magasins Bio. Fondée par le CGA de Lorraine, le syndicat professionnel des Bios, l'association a peu à peu pris son autonomie.

Les agriculteurs rassemblés dans Paysan Bio Lorrain (PBL) sont soucieux de la qualité de leur travail, de leur environnement et du lien entre tous : producteurs, transformateurs, restaurateurs, gestionnaires de restaurations collectives, distributeurs et consommateurs. Nous voulons établir une solidarité entre tous les acteurs de la filière Lorraine et obtenir un prix rémunérateur pour chacun.

D'abord association en 2004, la structure s'est transformée en SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) en novembre 2008. Ce type de structure repose sur des statuts de SARL mais apporte une gestion beaucoup plus démocratique. Le pouvoir est partagé entre différents collèges: "producteurs", "transformateurs", "bénéficiaires consommateurs", "salariés", "fondateur", "distributeurs".

Concrètement PBL simplifie les démarches des gestionnaires et des cuisiniers puisque nous enregistrons les commandes de tous les produits (fruits, légumes, viandes, fromages, desserts, épicerie...) les repercutons auprès des producteurs les plus proche en organisant une livraison et une facturation unique.

PBL a aussi défini une ligne graphique et une déclinaison pour les produits respectant le cahier des

N'hésitez pas à nous contacter  
Tel : 09 51 75 29 86  
Fax : 09 56 75 29 86  
Mail : paysanbiolorrain@wanadoo.fr

Actualité (1)  
17 juillet 2017 : Assemblée Générale

Environnement (1)  
5 Mars 2015 : soirée débat sur l'eau, la Dio et la restauration hors domicile. Caméo St Sébastien 20H15

Circuit court (5)  
1er juin 2016 : Paysan Bio Lorrain partenaire de la Banque Alimentaire  
21 sept 2015 : 70 Agriculteurs Bio Lorrain organisés pour fournir la restauration hors domicile  
11 Avril : API et PBL fêtent la semaine du développement durable

<http://www.paysanbiolorrain.org/>



- Découvrez Pronatura
- Fruits & légumes bio
- Épicerie bio
- Nos terroirs bio
- Actualités
- Espace presse
- Contact
- La gamme des producteurs

## Nos valeurs & nos engagements

### NOS VALEURS



En accord avec les principes de santé, d'équité, d'écologie et de précaution qui fondent l'agriculture biologique, nos activités et notre développement reposent sur cinq grandes valeurs :

### DISTRIBUEZ NOS PRODUITS

Vous êtes une enseigne bio et souhaitez distribuer nos produits ?

Contactez-nous

### ACTUALITÉS FRAÎCHES

ProNatura fête ses 30 ans  
les 22 et 23 octobre de 9h30 à 20h30  
Natexpo - Stand E71

08/09/17  
On vous attend sur Natexpo pour

07/09/17  
La Rougeille, la pomme rouge qui

<http://www.pronatura.com/>

# Plate-forme virtuelle et physique Terre-Azur

Portée un grossiste de taille internationale

- \* Local
- \* Bio ou conventionnel
- \* Contractualisation



The screenshot shows the TerreAzur website interface. At the top left is the logo for TerreAzur groupe pomona. To the right is a search bar labeled 'Recherche'. Below the search bar is a navigation menu with items: Accueil, Actualités, Vos produits frais, Votre interlocuteur, Les producteurs de ma région (highlighted), Vos outils, and TerreAzur. Below the navigation menu is a breadcrumb trail: > Les producteurs de ma région. The main heading is 'Les producteurs de votre région en un clic'. Below this heading is a text block: 'Chez TerreAzur Fruits & Légumes de ma Région c'est avant tout une histoire d'hommes. Des passionnés qui savent vous apporter le meilleur de votre terroir !' followed by a bulleted list: 'Un directeur de région acteur du développement local de sa région', 'Un directeur des achats, expert en fruits et légumes travaillant main dans la main avec nos producteurs partenaires', and 'Un responsable qualité garant de la qualité des produits et du bon respect du cahier des charges'. Below the text block are two image-based sections: 'Des achats direct production auprès de producteurs partenaires' with a photo of two people in a field and the text '1 250 producteurs régionaux sont sélectionnés par nos 133 acheteurs en région.', and 'Une offre variée de fruits et légumes locaux au fil des saisons' with a photo of various fruits and vegetables. To the right of the text block is a circular logo for 'Fruits & Légumes de ma Région' featuring a stylized landscape with a house and trees.

<https://www.terreazur.fr/>

# FRAIS D'ICI

Une enseigne alimentaire portée par la coopération agricole qui promeut la proximité, le goût, le prix juste et le partage entre producteurs et consommateurs.



Marque nationale portée par une coopérative de taille internationale (Invivo)

# O'TERA, une marque privés, un magasin avec 70% de produits locaux

A l'origine du concept : Matthieu Leclerc (président du conseil d'administration de Décathlon)

**O'TERA**  
du Sart

⬆

Magasin   Nos partenaires   Concept   Animations   Nous rejoindre

Circuit court

Démocratisons les bienfaits des circuits-courts

**Semaine des 10 ans**

**Déjà 10 ans, ça se fête !**

**Du 11 au 17 septembre**

**Lundi 11**  
Accueil avec une part du gâteau géant de notre partenaire M. Delepiere  
À 16h : Concours de cuisine avec nos collaborateurs, clients et partenaires

**Samedi 16**  
De 10h à 14h : Méchoui d'agneau offert !  
De 14h à 16h : Le relais de la ferme  
De 10h à 16h : Fabrication d'animaux rigolos en légumes  
Toute la journée : Presse de jus de pomme et jus de pomme

**Fournisseur à l'affiche**

4 magasins : 34 millions de CA en 2016

<http://www.o-tera.com/>

# Des valeurs qui s'affichent

Ouvert 7J/7J

**O'tera d'Avel...** [Magasin](#) [Nos partenaires](#) [Concept](#) [Animations](#) [Nous rejoindre](#)

## Concept

Nous vous proposons des produits frais en libre-service, qui sont majoritairement approvisionnés par des producteurs et artisans locaux.

## Nos produits

Notre engagement est la qualité des produits que nous vous proposons. Chez O'tera, vous pouvez noter et commenter les produits que vous avez achetés. Nos équipes et nos partenaires ont en temps réel vos remontées, ce qui nous permet d'améliorer sans cesse la qualité des produits. De plus, nous vous remboursons si vous n'êtes pas satisfaits !



## Nos fournisseurs

Nous avons également la volonté d'offrir une juste rémunération à nos partenaires. Nous travaillons donc sur la durée avec chacun d'entre eux (accessible sur le ballage en magasin) et ne les mettons pas en concurrence.



## Transparence

Toujours soucieux de la transparence avec nos clients, nous affichons la photo et l'adresse de nos partenaires qui produisent ou transforment les produits, mais aussi le montant qui leur revient (le prix auquel nous leur achetons les produits). Vous savez ainsi quand vous achetez chez O'tera quel est le prix payé à celui qui a conçu le produit et quelle part revient au magasin.



## Des rencontres

Nous vous proposons régulièrement de rencontrer nos partenaires en magasin, que ce soit pour mieux comprendre comment ils produisent, ou tout simplement pour obtenir des informations complémentaires sur ce que vous mangez.



## Rejoignez le mouvement O'tera

Restez connecté avec O'tera et venez rencontrer les producteurs



**O'tera d'Avelin**  
33 rue de Seclin  
59710 Avelin  
03 82 13 19 72

**Horaires d'ouverture**  
Lundi : 10h - 20h  
Mardi au samedi : 9h - 20h  
Dimanche : 9h - 12h

Mentions légales



Quand des hommes vivent et travaillent sur le même territoire



La grande distribution classique développent aussi sa stratégie « locale »

## LES ALLIANCES LOCALES EN CHIFFRES



**Plus de 9 000 Alliances Locales**  
Il s'agit du nombre de partenariats entre des producteurs et des magasins E.Leclerc respectant les critères spécifiques des Alliances Locales (distance, type d'entreprise, fabrication)



**Plus de 5 000 producteurs engagés**  
Il s'agit du nombre de partenaires engagés dans la démarche Alliances Locales auprès d'un ou plusieurs magasins E.Leclerc



**C'est le nombre de kilomètres maximal**  
entre le site de production ou l'exploitation et le magasin E.Leclerc qui propose à la vente les produits faisant l'objet d'une Alliance Locale

## Les Sociétés de Restauration Collective entrent aussi dans la bataille

### ➤ Développer les filières de proximité avec la Chambre d'agriculture de Meurthe et Moselle

La Chambre d'agriculture de Meurthe et Moselle et Sodexo signent une convention afin d'agir ensemble pour le développement des filières de proximité, pour développer l'utilisation de produits locaux dans la restauration collective de la ville de Nancy.

La convention porte sur 3 grands axes :



ville de  
**Nancy,**



**sodexo**  
SERVICES DE QUALITÉ DE VIE

Communiqué de presse

Sodexo renforce son ancrage local en Lorraine en signant deux conventions avec la Chambre d'agriculture de Meurthe et Moselle et la Maison de l'Emploi du Grand Nancy sous le haut patronage de la Mairie de Nancy.

- **Développer de bonnes pratiques d'achat** : planification des commandes, juste rémunération des fournisseurs, adaptation de l'offre en fonction des exigences techniques, etc

- **Informier et former les publics** : formation des personnels aux enjeux du développement durable, diffusion d'information sur la production agricole locale, les techniques de transformation, l'organisation des producteurs, etc

- **Expérimenter de nouveaux produits** : introduction de nouveaux produits dans les menus, accompagnement du développement de nouvelles productions agricoles qui pourrait intéresser la restauration collective, etc

# Carrefour s'engage à vendre des légumes issus de semences paysannes

Par  Eric de La Chesnais | Mis à jour le 20/09/2017 à 16:16 / Publié le 20/09/2017 à 06:00



Carrefour propose dans ses magasins **une dizaine de légumes issus de semences paysannes**. Il s'agit des graines issues des fruits ou légumes **cultivés à la ferme**. Pour l'instant, **la législation interdit** aux agriculteurs de commercialiser ces produits car ces semences échappent aux circuits traditionnels et ne sont pas soumises à la taxe pour financer la recherche agronomique.

«Notre fondation s'engage à créer un **mouvement citoyen** en faveur des **variétés de semences menacées d'extinction**.... Nous allons aider à leur conservation et proposer une pétition en ligne pour que la loi évolue et autorise la commercialisation des produits issus de ces semences».

Source : le Figaro, 20 septembre 2017

# **Un concept récent supermarché coopératif et participatif**

<https://reporterre.net/Allez-viens-on-cree-notre-supermarche>

# La Louve : supermarché coopératif et participatif (PARK SLOPE FOOD COOP, USA depuis 1973)

## Engagement des membres



### LE PROJET

La Louve est le premier **supermarché coopératif et participatif** de Paris, à but non lucratif et géré par ses membres.



Tout le monde peut y faire ses courses, il suffit de devenir coopérateur, c'est à dire participer au financement, à la gouvernance et au fonctionnement de *La Louve*.

Dans la tradition des coopératives de consommateurs du 19<sup>ème</sup> siècle, les décisions sont collectives, un coopérateur dispose d'**une voix quel que soit son nombre de parts** et tous les bénéfices sont réinvestis dans le fonctionnement du supermarché.



Ce modèle d'**autogestion** permet de pratiquer des prix raisonnables tout en rémunérant correctement les producteurs.

Il permet de soutenir le développement d'une **agriculture durable**, à la fois favorable aux producteurs et respectueuse de l'environnement, avec une **transparence totale** dans tous ses actes d'achat, de vente, de gestion et d'administration.



La Louve s'engage à rendre la coopérative **accessible à tous**, en répondant aux besoins et aux **choix alimentaires** de ses membres.

Elle vise également à sensibiliser ses participants aux **enjeux alimentaires actuels** et souhaite devenir un **lieu d'échange et de partage**.



**Donner 3 h** : les membres de la coopérative, aux côtés de salariés, assurent bénévolement les tâches nécessaires au bon fonctionnement du magasin à hauteur de trois heures consécutives toutes les 4 semaines : caisse, stock, administration, nettoyage...



**Investir 100 €**, soit 10 parts de la coopérative. Les bénéficiaires des minima sociaux peuvent n'acheter qu'une part soit un investissement de 10 €. Ces sommes sont remboursables à tout membre qui souhaite sortir de la coopérative. Pour en savoir plus, [consultez la FAQ](#).



**GRANDE  
ÉPICERIE  
GÉNÉRALE**  
NANCY

## LE PROJET

Charte de la coopérative

Les groupes de travail

La Grande Épicerie Générale

## QUESTIONS / CONTACT / PLANS

## NOUS REJOINDRE

## NEWSLETTERS

## LE PROJET

# CHARTRE DE LA COOPÉRATIVE

Créée en mars 2016, notre association rassemble des citoyens de tous âges, issus de parcours personnel et professionnel différents, désireux de construire, au sein de l'agglomération nancéienne, un lieu de consommation alternatif à celui des grandes surfaces.

Basée sur la coopération et la participation de ses membres, le fonctionnement de la future Grande Épicerie Générale s'appuie également sur des valeurs :

- Une consommation locale pour un développement local
- Une relation avec les consommateurs et les producteurs basée sur la transparence
- Un lieu de vie et d'échanges
- Une structure démocratique, dirigée et soutenue par ses membres

<https://www.grandepiceriegenerale.fr/>

# SUPERMARCHÉ COOPÉRATIF ET COLLABORATIF , LES PROJETS (ET IL EN MANQUE)



# **Du côté des producteurs en circuits-courts**

## **Pour tous**

- \* Reconquête du sens de leur métier et reconnaissance
  - \* Reprise en main de la valeur ajoutée mais une productivité du travail parfois faible
  - \* Plusieurs métiers : producteurs, transformateurs, vendeurs, formateurs...
  - \* Participation au développement de leur territoire
- 
- \* Dans les années 1990-2000 : modèle agricole « militant » en vente directe
  - \* Aujourd'hui : militants (plusieurs profils, plus ou moins engagés), stratégie d'opportunité (réponse à un marché en croissance)
  - \* Des exploitations de plus en plus hybrides : filière longue, courte, directe, multi-circuits

**L'implication de la sphère publique :  
Gouvernance territoriale alimentaire, SAT**

# *Les Systèmes Alimentaires Territoriaux (Rastoin, 2015)*

Les SAT s'appuient sur une **triple proximité**,

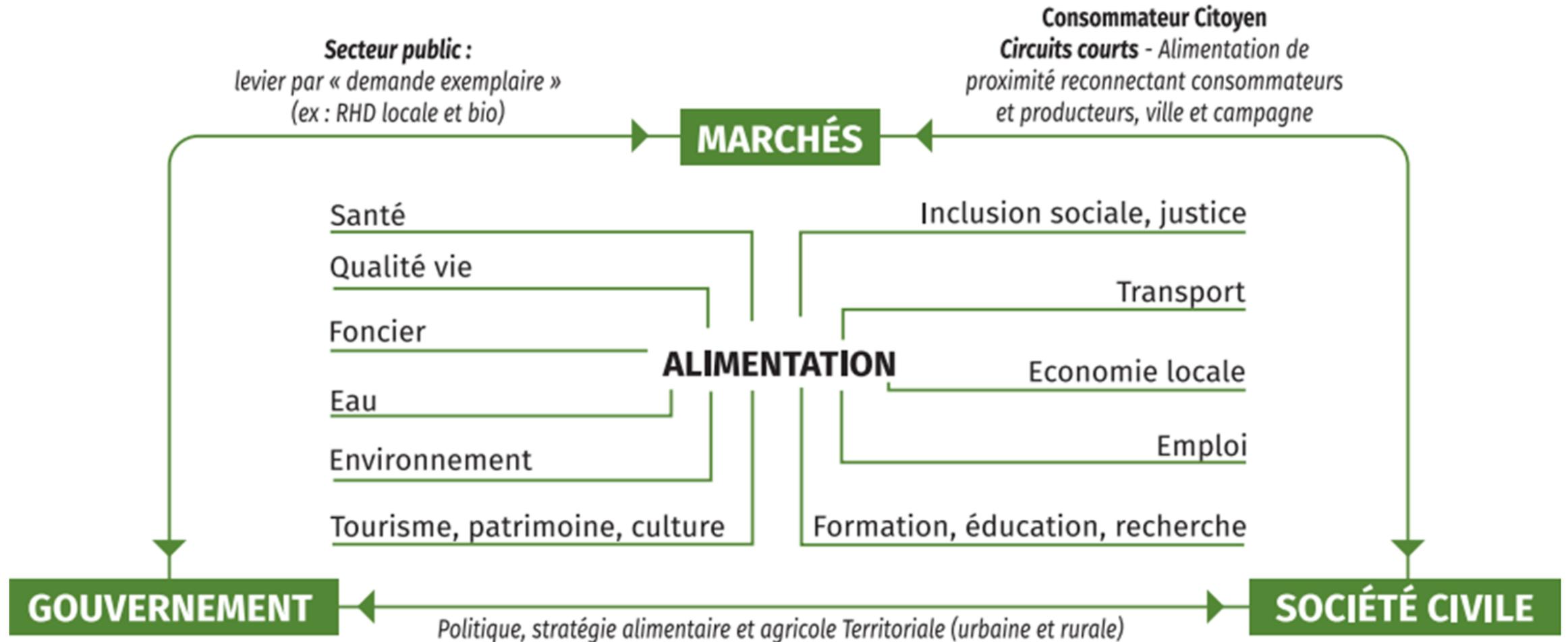
1- Proximité qui **reconnecte les filières végétales, animales et forestières du territoire avec des pratiques de type agro-écologique**

2- Proximité qui **rapproche la production agricole et les industries alimentaires**, approvisionnées avec des matières premières agricoles de la région où elles sont implantées.

3- Proximité se fait à travers une **réorientation de la demande alimentaire vers une offre locale** plus abondante et variée, de qualité plus aisément vérifiable.

« *L'originalité des SAT est qu'ils sont fondés sur un ensemble de valeurs matérielles et immatérielles de nature sociétale : la qualité nutritionnelle et sensorielle des produits ; leur contenu culturel ; leur mode de production intensif en emplois, respectueux de l'environnement naturel et esthétique ; leur organisation en réseaux de proximité à économie circulaire apte à réduire les pertes et gaspillages ; leur accessibilité et leur mode de consommation commensal et convivial ; leur contribution au développement local ; leur gouvernance participative et équitable* »

# Gouvernance alimentaire territoriale et intégrée



WISKERKE J. , 2009, adapté du *Modèle territorial intégré de gouvernance alimentaire*

# Les Projets Alimentaires Territoriaux (Appel à projet PNA, ministère de l'agriculture)

Elaborés de manière concertée avec l'ensemble des acteurs de la filière agro-alimentaire d'un territoire, les PAT, portés majoritairement par **des collectivités territoriales**, définissent **un cadre stratégique et opérationnel** pour des **actions partenariales dans le domaine de l'alimentation**. S'ils répondent à l'enjeu **d'ancrage territorial de l'alimentation**, ils s'appuient également sur les dimensions économiques (préservation d'espaces agricoles, rapprochement offre-demande, maintien des filières et des emplois...), environnementales (production agro-écologique et biologique, lutte contre le gaspillage alimentaire ...) et sociales (nutrition et éducation alimentaire, liens sociaux, accès à l'alimentation...)

**Ces PAT devraient amplifier le mouvement en faveur d'une alimentation locale, responsable, respectueuse de l'environnement et de bonne qualité**

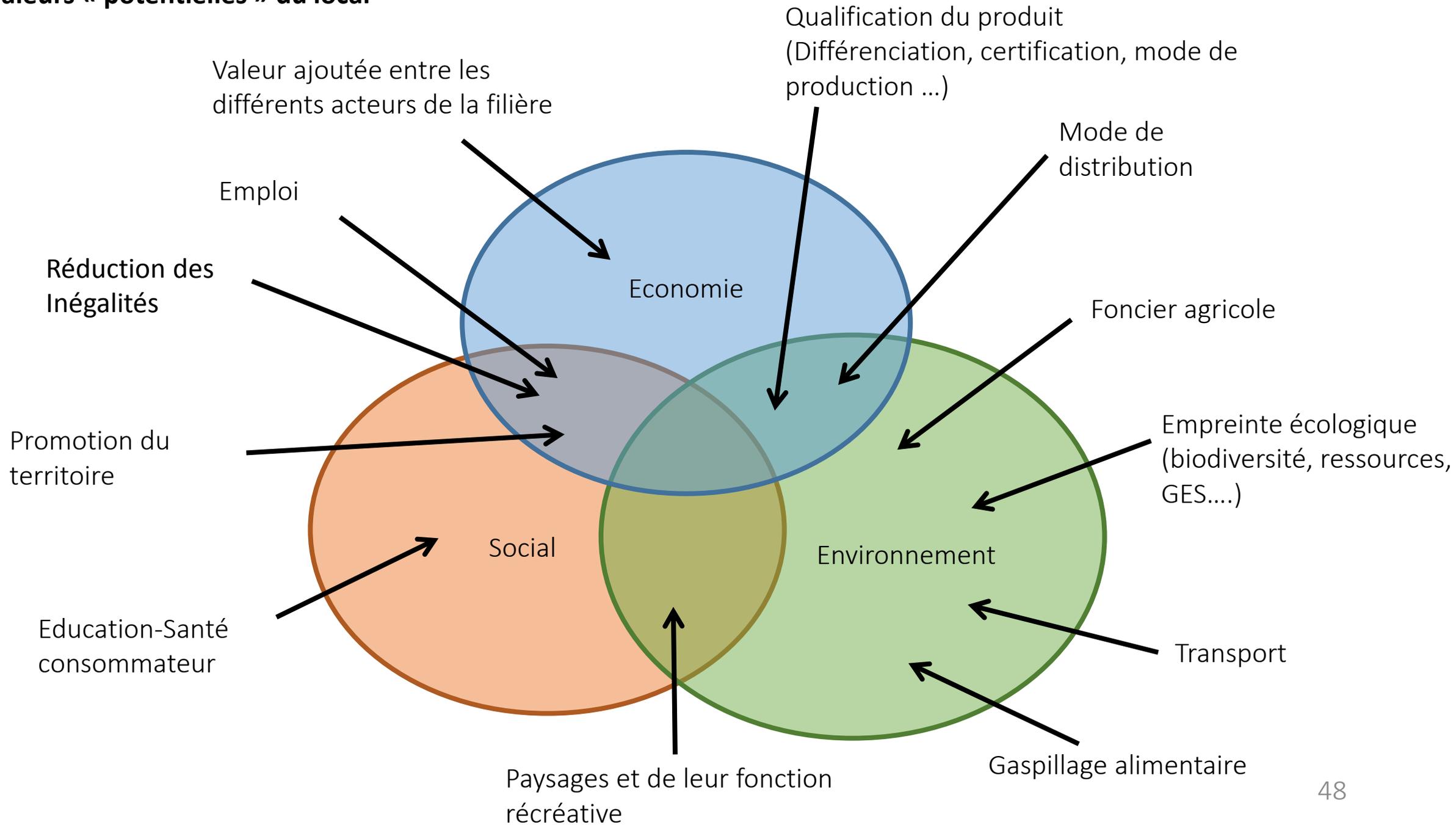
# Les PAT un cadre stratégique opérationnel

**Points communs** : éducation, goût, gaspillage, promotion du local, réduction des inégalités...

**Points critiques** : Restauration Collective (scolaire, maison de retraite, EHPAD)

- \* Une volonté politique (région, département) sans pouvoir direct : difficultés pour mobiliser les acteurs (chef/directeur d'établissement, gestionnaire, cuisinier)
- \* Une logistique et marché public complexe sauf pour l'hyperlocal
- \* Manque d'outils de transformation pour la 4<sup>ème</sup> gamme
- \* Une mise en concurrence potentielle des producteurs
- \* Quelles évolutions de ces démarches suite à une baisse potentielle des dotations aux collectivités
- \* Massification de l'offre et de la demande ?

## Les valeurs « potentielles » du local



## Conclusions, perspectives

- \* Les circuits-courts et de proximité : concept non formalisé qui induit une évolution très forte des pratiques sur toute la filière, un nouveau marché
- \* Multiplication des formes de production et de distribution répondant à des typologie de consommateurs et producteurs en fonction de leur engagement et des valeurs associées
- \* Un vrai potentiel avec des points critiques : valeurs, logistique, contractualisation (marché public et cahier des charges)
- \* Effet de l'implication de nouveaux acteurs (Grossistes, GMS, SRC...)
- \* Un juste retour des choses : une version du commerce équitable nord-sud que l'on veut appliquer au commerce nord-nord

## Principales références ou liens internet (valide au 21/09/2017)

**Malassis Louis.** 1994, Nourrir les Hommes, Flammarion Dominos, Paris. ISBN 208-0-3517-10

**Rastoin Jean Louis.** 2015. Les systèmes alimentaires territorialisés : considérations théoriques et justifications empiriques. Économies et Sociétés, Série« Systèmes agroalimentaires >>, AG, no 37, 08/2015, p, 1155-1164

**Billion C.** 2016. Les acteurs de la distribution Quel rôle dans la gouvernance alimentaire territoriale ? <http://prodinra.inra.fr/ft?id=E7915D09-DFC8-4E98-A572-310941A7EF77>

**Utopie.** 2017. L'autonomie alimentaire des agglomérations

<http://www.utopies.com/fr/conseil/alimentation-et-consommation-durable>

**Brives H. Chazoule C., Fleury P. et Vandembroucke P.** 2017 « La notion d'« agriculture du milieu » est-elle opérante pour l'analyse de l'agriculture de Rhône-Alpes ? », Économie rurale, 357-358 | 41-56

**Bricas N.** [http://agents.cirad.fr/index.php/nicolas+bricas/Publications\\_par\\_theme](http://agents.cirad.fr/index.php/nicolas+bricas/Publications_par_theme)

**Philipon P., Chiffolleau Y., Wallet F.** 2017. Et si on mangeait local ? Ce que les circuits courts vont changer dans mon quotidien. ISBN : 978-2-7592-2526-2. Edition Quae.

**Toussaint-Soulard et autres coordinateurs.** 2017. Construire des politiques alimentaires urbaines. ISBN : 978-2-7592-2617-7. Edition Quae