

Retour d'expériences d'outils de logistique pour favoriser les circuits courts alimentaires

Clés de réussite et points de vigilance
pour accompagner un projet sur la Métropole de Lyon

NOVEMBRE
2024





Sommaire

Retour d'expériences d'outils de logistique pour favoriser les circuits courts alimentaires

Introduction	4
<hr/>	
Partie 1 : Quels sont les éléments clés pour réussir son projet ?	
○ Préfiguration	
○ Choix des produits	
○ Fonctionnement logistique	
○ Fonctions supports	
	10
<hr/>	
Partie 2 : De quelles initiatives peut-on s'inspirer ?	
○ Livrazou (Marseille)	
○ MIN (Montpellier)	
○ Sur le Champ (Chartres)	
○ Kiosque Paysan (Nantes)	
○ Wallonie Entreprendre (Belgique)	
	16
<hr/>	
Partie 3 : Autres initiatives repérées	
	49
<hr/>	
Conclusion	54
<hr/>	



Introduction

Contexte de l'étude

« 4,6% des aliments consommés par les habitants du territoire ¹ proviennent de l'agriculture locale, alors que celle-ci pourrait couvrir 93% de la consommation. »

Pour enrayer ce phénomène, la Métropole de Lyon a voté, en 2019, son Projet alimentaire territorial (PATLy) avec pour objectif de mettre en œuvre un plan d'actions pour lutter contre la précarité alimentaire et permettre l'accès à toutes et tous à une alimentation saine.

« Consommer des produits frais, de saison, dont on connaît l'origine et qui soutient l'activité agricole locale. »

Nombreux sont les bénéfices de la consommation de produits locaux que ce soit sur la santé ou sur l'économie locale. Cependant il existe encore des freins pour permettre à ce marché de s'étendre : la disponibilité et l'accès, le prix, le manque d'informations et de visibilité et les difficultés à changer d'habitude². Pour les producteurs, qui souhaitent échapper aux filières longues pour redevenir maître de leur prix et renouer du contact avec « les mangeurs », ils estiment que le coût de ce nouveau service est compensé par les

bénéfices sociaux et environnementaux d'une telle démarche.

« De nombreux exploitants se posent des questions par rapport à la rentabilité de leur exploitation et ils commencent à chiffrer le temps et l'impact du transport de la logistique. Ils se rendent compte que cette tâche, qui n'est pas leur activité principale, leur coûte cher. » *Entretien MIN de Montpellier*

La faible optimisation logistique des circuits courts peut, entre autres, faire perdre du temps à tous les acteurs de la filière et engendrer un mauvais bilan énergétique dû à la multiplication des déplacements³. Pour espérer pérenniser ces filières et convaincre d'autres acteurs de les rejoindre, l'enjeu est de structurer et optimiser la distribution de l'offre locale.

C'est dans ce cadre, que la Métropole de Lyon aimerait savoir quel rôle elle pourrait jouer dans l'amélioration de l'organisation des filières courtes alimentaires notamment en portant un projet d'outil de logistique alimentaire à destination des acteurs locaux.

¹ Territoire métropolitain étendu à un rayon de 50km autour de la Métropole

² RMT alimentation locale, Achats des produits alimentaires locaux en ligne : quelles évolutions des pratiques ?, 2022

³ Collectivitesviables.org « Logistique des systèmes alimentaires de proximité »



Objectifs de l'étude

Réaliser un « benchmark » ou une compilation de « retour d'expériences » issue de projets de logistique alimentaire pour les circuits courts alimentaires. Plus particulièrement :

- Comprendre le rôle de la collectivité dans ses projets ;
- Investiguer des outils à destination des artisans, commerçants et restaurateurs ;
- Dans un contexte d'approvisionnement de centre urbain dense et des problématiques associées (ZFE⁴).

Cette étude permettra également de nourrir l'expérimentation menée par le Lab CentSept⁵ qui consiste à tester un outil de logistique alimentaire à destination des restaurateurs principalement. Il pourra également alimenter les réflexions de construction d'un futur espace logistique alimentaire au sein du CELP : Centre d'Échange Lyon Perrache. Enfin, il viendra compléter la feuille de route de la stratégie logistique alimentaire de la métropole (optimisation des espaces et des flux de logistique, coopération et complémentarité entre acteurs, sensibilisation des acteurs de la chaîne logistique et du consommateur).

Quelques définitions

Circuit Court Alimentaire (CCA) ; Chaînes Alimentaires Courtes et de Proximité (CACP)

Le circuit court se limite en France à 0 ou 1 intermédiaire au maximum entre le

producteur et le consommateur. Or, selon la définition du Règlement de développement rural 2014-2020 de l'Union Européenne, un circuit court alimentaire est « un circuit d'approvisionnement impliquant un nombre limité d'opérateurs économiques, engagés dans la coopération, le développement économique local et des relations géographiques et sociales étroites entre les producteurs, les transformateurs et les consommateurs ». Cette définition est moins restrictive, plus transversale et ajoute une dimension de proximité géographique, une dimension coopérative et de lien social entre les acteurs de la filière alimentaire. C'est pourquoi le RMT⁶ Alimentation Locale a choisi comme définition les « chaînes alimentaires courtes et de proximité » soit CACP. Pour cette publication, afin d'alléger le texte il a été choisi d'utiliser le terme CCA Circuit Court Alimentaire dans le sens donné par l'Union Européenne.

Logistique alimentaire : l'ensemble des activités et des processus qui permettent d'assurer le flux efficace des produits alimentaires et de l'information, du point d'origine au point de consommation, en passant par les points d'entreposage et de distribution⁷.

- Flux physiques du matériel : lieux de transformation, de conditionnement, de stockage et/ou de vente ;
- Flux d'informations : commande, horaires, délais, qualité ... ;
- Flux financiers : paiement des produits des consommateurs aux producteurs.

Trois types de logistique concernent les CCA⁸ :

pour apporter des éclairages aux acteurs qui œuvrent pour la mise en place de ces CACP.

⁷ D'après OQLF Office Québécois de la Langue Française, 2013

⁸ Logistique ces circuits alimentaires courts de proximité : état des lieux, nouveaux enjeux et pistes

⁴ Zone à faibles émissions

⁵ Association de facilitation et coopération entre acteurs pour des projets à impact social et environnemental pérennes

⁶ Le Réseau Mixte Technologique (RMT) Alimentation locale, réunit des acteurs de la recherche, de la formation et du développement

La logistique AMONT à l'échelle de l'exploitation agricole pour organiser la collecte des produits, la transformation, la mise en commun.

La logistique AVAL qui concerne la distribution jusqu'au consommateur avec ou sans intermédiaire.

Et la logistique INVERSE c'est-à-dire la gestion retour des contenants et emballages vers les producteurs.

Typologie des outils de logistique

Dans le cadre du repérage des outils de logistique alimentaire existants, une typologie a été définie pour permettre de classer les différents exemples selon les catégories suivantes (voir figure 1) :

- Outil multifonctionnel : il couple différents usages et porte une dimension de mise en réseau entre acteurs des filières alimentaires ;
- MIN : les marchés d'intérêt national : marchés de gros créés par les pouvoirs publics dans les années 60 pour faciliter l'approvisionnement des commerces alimentaires des grandes villes de France. La gestion de celui de Corbas a été concédée à un acteur privé.
- MIL : Marché d'Intérêt Local : plateforme logistique collective adaptée aux CCA et dédiée aux producteurs et consommateurs d'un territoire pour la vente de produits locaux⁹.
- Plateforme logistique : lieu de réception des marchandises pour faciliter la mise en relation avec les clients.

- Les cuisines : lieux qui permettent de préparer les aliments bruts en produits disponibles pour les clients.
- Recherche action : les acteurs de la recherche s'associent avec des associations locales pour mettre leurs compétences au profit de difficultés rencontrées sur le terrain et trouver des solutions. Des programmes de recherche sont dédiés à l'optimisation des circuits courts et peuvent déboucher sur un outil d'aide à la logistique.
- CUMA : Coopérative d'Utilisation des Matériels Agricoles créés à l'origine pour partager du matériel de production, il est également possible de partager des véhicules et du matériel pour assurer la logistique amont des CCA.

La grande majorité des outils de logistique appartient à la catégorie des « plateformes logistiques » c'est pourquoi la figure 2 présente leur répartition selon deux axes :

- En abscisse, ce sont les types d'actions réalisées par l'outil de logistique allant de la mise en relation entre producteurs et consommateurs (catalogue produits) à la commercialisation, au stockage / entreposage et jusqu'à la livraison ;
- En ordonnée, il s'agit de classer la plateforme selon si elle est numérique et/ou physique.

Enfin, un code couleur permet de distinguer les porteurs (public/ privé) et les cibles de consommateurs : les particuliers, les professionnels (artisans, restaurateurs) et la restauration collective.

d'évolution. Juillet 2020 Raton, Gaillet Gonçalves, Gaillard et Wallet

⁹ Resolis Recherche et évaluation de solutions sociales innovantes
<https://resolis.org/journal/montee-en-genericite-le-marche-d-interet-local-mil/965642d7-774e-49f2-a3f9-cb88bb8351f4>

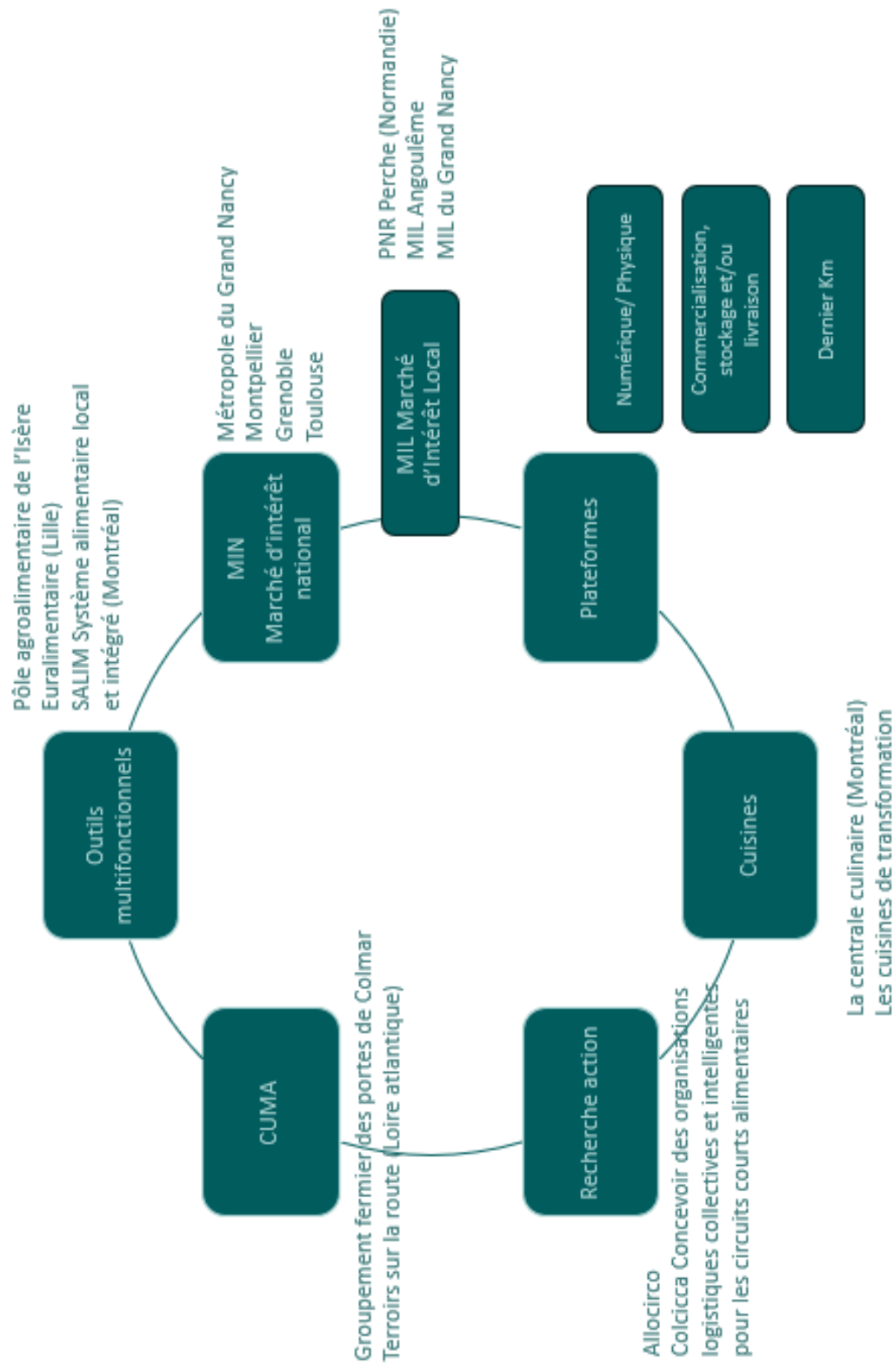


Figure 1 : Les catégories d'outils de logistique des CCA (Urbalyon 2024)

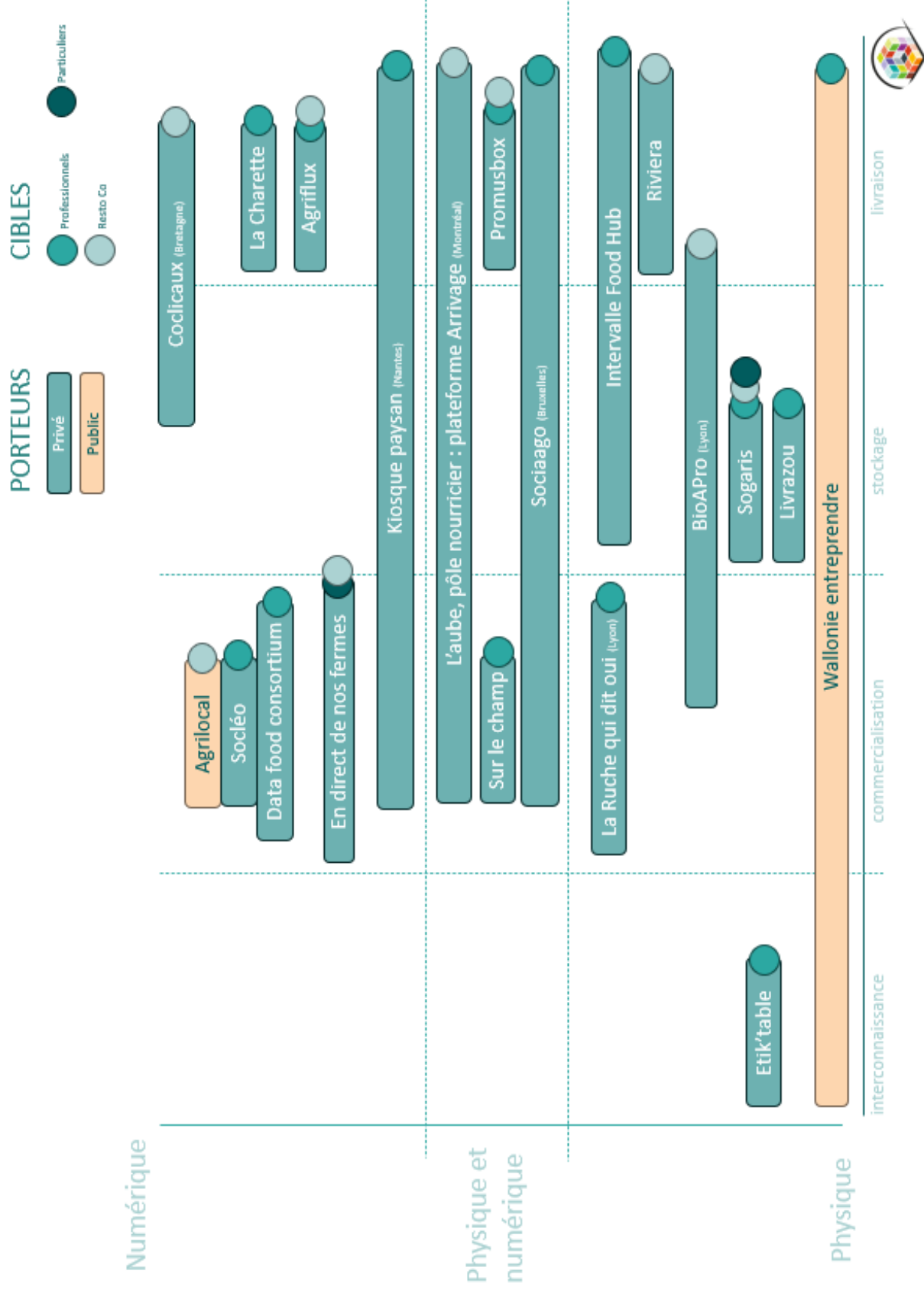


Figure 2 : Typologie des plateformes logistiques (Urbalyon 2024)

Méthodologie

Ce travail a été réalisé par Urbalyon pour la Métropole de Lyon.

Dans un premier temps, un travail de bibliographie a permis de définir les enjeux et de poser le contexte de l'étude puis d'identifier des structures inspirantes en France comme en Europe (partie 3).

Un comité de suivi de l'étude a été créé pour réunir des experts de la logistique et des circuits courts alimentaires provenant des services de la Métropole de Lyon ou de partenaires (Ville de Lyon, Ecoceaty, CELP, LabCentSept, chambre d'agriculture). Ensemble, à partir du repérage bibliographique, il a été choisi les quatre structures les plus inspirantes qui feraient l'objet d'un entretien. Un guide d'entretien très détaillé a aussi été construit collectivement (voir annexes).

A partir d'une retranscription fine et thématifiée de chacun des entretiens (partie 2), l'analyse de l'ensemble a permis de dégager les clés de réussite ainsi que les points de vigilance pour construire un projet de logistique alimentaire des CCA (partie 1). Les comptes-rendus complets des entretiens sont également disponibles en annexe.

Partie 1 : Quels sont les éléments clés pour réussir son projet ?

Quels sont les clés de réussite pour mettre en place une solution de logistique des circuits courts alimentaires qui répond à la fois

... à la demande des restaurateurs : avoir des produits frais livrés tous les jours en centre dense pour composer des recettes de cuisine variées ...

... mais également aux contraintes des producteurs : disponibilité des produits en fonction des saisons et des aléas climatiques, possibilités de livraison en fonction des autres activités de l'exploitation ... ?

Les grands enseignements des entretiens sont regroupés dans cette partie.

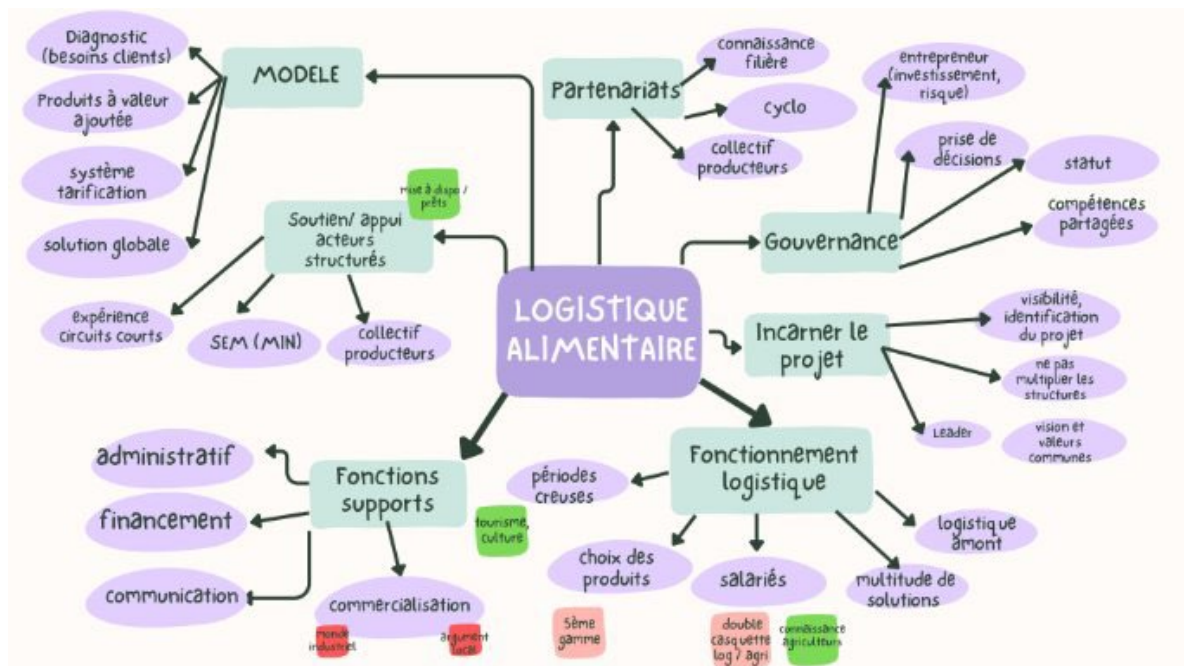


Figure 3 : Carte mentale des clés de réussite pour un outil de logistique alimentaire (Urbalyon 2024)



Constituer un collectif

Pour mettre en place une solution efficace de logistique alimentaire, plusieurs éléments clés doivent être pris en compte. Il est, dans un premier temps, primordial d'établir un diagnostic approfondi des besoins des différents acteurs de la chaîne logistique. Cela permet de comprendre les besoins de chaque acteur et d'adapter la solution logistique proposée.

Une bonne connaissance de la chaîne logistique peut être permise grâce aux différents membres constituant la gouvernance. Celle-ci peut être formée d'un collectif représentatif des acteurs se trouvant en amont et en aval de la chaîne logistique. Il est crucial que ces acteurs possèdent une connaissance et une expérience des circuits courts, ainsi qu'un partage de valeurs communes pour faciliter la collaboration. Ces valeurs communes ne doivent cependant pas conduire à un isolement face aux acteurs conventionnels (ex : GMS) car il est judicieux de s'appuyer sur eux ; experts de l'optimisation logistique et toujours plébiscités par les consommateurs.

« Au démarrage, il s'agissait de partager les valeurs et croiser les besoins. Il a été décidé de commencer par la mutualisation d'un local. » Benjamin Borel, Livrazou

Cette collaboration étroite entre l'ensemble des acteurs des circuits courts permet d'enrichir le projet et de mener à bien sa mise en œuvre. La diversité des compétences est un facteur déterminant dans plusieurs initiatives comme le Kiosque Paysan et Livrazou. Dans cette dernière, par exemple, chaque structure participant au projet donne de son temps et de son expertise au profit du collectif.

S'appuyer sur des partenaires structurés

Le « Kiosque Paysan » s'est appuyé sur un réseau existant porté par deux collectifs :

- « Les Bouillonnantes » qui regroupent des restaurateurs engagés en faveur d'une alimentation responsable à Nantes et aux alentours. Cette association propose différentes actions pour favoriser le partage d'expériences, monter en compétences, valoriser les membres auprès du public ;
- « Terroir 44 » réseau de fermes en vente directe et circuits courts qui organise des formations, propose des outils de commercialisation et favorise les coopérations entre acteurs.

« Sur le Champ » a été créé par une coopérative de producteurs permettant d'accéder à un réseau d'acteurs identifiés et bénéficiant d'une expertise et de moyens importants. En plus de financement au démarrage du projet, la coopérative met à disposition ses compétences (communication), du matériel (véhicules de livraison, entrepôt) et des ressources humaines (un salarié dédié).

« Il y a un grand nombre de services et de professionnels de la logistique présents sur le MIN pour organiser le stockage et notamment bénéficier, la préparation de commande, la livraison. ... il y a même une plateforme frigorifique quadri-température. » Marion Mazel, MIN de Montpellier

A Montpellier, le MIN, sous statut juridique de SEM,¹⁰ permet de porter des projets qui bénéficient aux CCA. En effet, le but de la SEM n'étant pas uniquement la recherche de profit, la location des espaces du MIN permet de financer des expérimentations pour répondre aux enjeux de la politique agricole de la Métropole et de la Ville. Cet outil apparaît comme l'endroit idéal car l'ensemble des acteurs transitent déjà par le

¹⁰ Société d'Économie Mixte

MIN. Les locaux sont structurés pour accueillir les activités de plateforme logistique : il y a toutes les compétences et les infrastructures réunis sur le site : pour offrir un service logistique optimal (stockage, transport...). Cela représente donc un atout considérable pour la gestion de la logistique des produits alimentaires.

Enfin, il est judicieux d'associer les partenaires de la cyclo-logistique pour faire face aux contraintes d'accès des centre-ville denses : zones à faible émissions, zones piétonnes, restrictions exceptionnelles. A Nantes et à Marseille, du fait de la ZFE, le partenariat a été pensé dès le démarrage du projet.

Définir un modèle de logistique

Définir un modèle de logistique alimentaire efficace nécessite une analyse approfondie des filières et des produits. Les filières à faible valeur ajoutée, telles que les légumes, présentent des marges réduites, ce qui complique les investissements dans des projets d'envergure. A l'inverse, la diversification vers des produits hauts de gamme, comme certaines huiles, peut ouvrir des marchés de niche et générer des revenus plus élevés mais non accessibles à tous. D'autre part, la transformation industrielle, plus présente dans la filière de l'élevage, exige que les agriculteurs adoptent une logique comptable plus prononcée ce qui les pousse à optimiser leur *process*, notamment logistique. Par ailleurs, il est important de garder à l'esprit que certains produits comme les légumes transformés, fragiles à la contamination, nécessitent des conditions de transport très spécifiques (respect de la chaîne du froid).

Pour conclure, la diversité des productions est un atout car cela permet de compenser les risques entre les différentes filières.

« Notre modèle économique est un système d'achat revente avec une commission de 15% et une marge du côté client. Ce système a été mis en place à partir de 2022 pour remplacer le modèle d'avant. Pour la valorisation

commerciale c'est plus compliqué car il faut adapter le discours : le prix de vente a augmenté pour les clients. » Leslie Morizeau, Sur le Champ

En matière de tarification, l'importance de définir un modèle économique stable est cruciale. L'exemple de « La Ruche qui dit oui pour les pros » illustre les risques liés au changement de modèle tarifaire : passer d'un système de marge sur la vente à un système d'abonnement a entraîné une perte de confiance des restaurateurs qui se sont retirés en masse. Une stratégie de tarification doit être bien pensée dès le démarrage et cohérente pour maintenir des relations solides avec les clients. Afin de s'inscrire dans les valeurs des circuits courts, celle-ci doit respecter le travail des producteurs. C'est pourquoi, « Sur le Champ » et « Kiosque Paysan » partent des tarifs fixés par les producteurs pour ensuite ajouter leur marge.

Un point de vigilance important soulevé par les acteurs interrogés, est la gestion des périodes creuses, comme les vacances scolaires ou les saisons de faible production : au printemps à la fin des légumes d'hiver et en attendant les productions d'été. Il est nécessaire de trouver des marchés alternatifs. Le « Kiosque Paysan » a saisi l'opportunité de la proximité de la côte nantaise pour bénéficier de l'attractivité touristique et maintenir une activité économique régulière. « Sur le Champ » est en réflexion pour approcher des festivals et ainsi compenser les périodes creuses.

Enfin, le service logistique doit correspondre à des solutions globales qui intègrent l'ensemble des étapes, du stockage à la livraison. Ce doit être un système agile pour s'adapter aux besoins spécifiques de chaque étape de la chaîne d'approvisionnement.

C'est aussi la mise en place de multiples solutions logistiques qui permet de répondre à des objectifs variés des différents acteurs et d'assurer une distribution pérenne. En effet, en proposant des solutions adaptées à leurs différentes

contraintes cela permet de surmonter les aléas par la substitution d'une solution par une autre, le système est plus résilient.

Financer son projet, rôle de la collectivité

Les structures rencontrées ont bénéficié de financement d'ordre privé et public mais aussi d'un accompagnement plus ou moins fort des collectivités et d'autres structures au démarrage de leur projet.

« Heureusement qu'il y a un engagement des trois fondateurs pour prendre en charge un certain nombre de charges fixes. » Benjamin Borel, Livrazou

Livrazou a fait le choix d'une indépendance vis-à-vis de la collectivité, ce sont les associations fondatrices qui ont apporté le financement ainsi que la fondation Carasso¹¹ qui a subventionné une partie du projet. Ils ont également pu bénéficier du plan de relance via l'action thématique « alimentation locale et solidaire ».

D'autres structures comme le « Kiosque Paysan » ont un lien fort avec les pouvoirs publics. La Métropole de Nantes a notamment impulsé la création de la plateforme grâce à un « appel à projet » et un concours d'innovation remporté par la structure. Elle a également mis un local à disposition pour expérimenter l'activité (ancien MIN), subventionné le projet avec d'autres acteurs publics (ADEME, Département, Ville de Nantes) et la Métropole couvre également, aujourd'hui, leur déficit.

« Le projet du Kiosque Paysan est un service public rendu pour la collectivité : maintien de l'économie agricole, sensibilisation à une alimentation locale... ce qui justifie les aides, sans ce coup de pouce on ne pourrait pas fonctionner pour l'instant. » Charles Lesage, Kiosque Paysan

¹¹ Fondation Daniel et Nina Carasso créée en 2010 pour soutenir des projets d'Alimentation durable et d'Art citoyen en France et en Espagne.

La Région est également un financeur avec l'AAP « Mise en place du vrac et de la consigne » pour Livrazou. La recherche-action peut également permettre l'accompagnement de la structuration de projet. C'est le cas de Fab'Lim¹², laboratoire d'innovation sociale qui a grandement participé à la conceptualisation de Livrazou.

La plupart des structures interrogées avait connaissance des PAT¹³ et avaient un lien plus ou moins important ; la majorité d'entre eux participe aux rencontres qu'ils leur sont proposées mais ils ne peuvent pas consacrer beaucoup plus de temps.

En Wallonie, le modèle de hub logistique devra être porté par une structure privée. Selon Wallonie Entreprendre, la réussite du projet est liée à la prise de risque qu'un acteur privé va être en mesure de prendre. La collectivité ne peut pas porter l'entièreté du projet.

Faire vivre son projet

Pour dynamiser un modèle de logistique alimentaire, il est essentiel de développer une stratégie de communication efficace. S'appuyer sur une structure existante avec des ressources comme peut le faire « Sur le Champ » ou le « Kiosque Paysan » permet de bénéficier d'une expertise avec des moyens matériels et humains non négligeables.

Il est important d'utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir les produits locaux auprès du plus grand nombre mais il est également primordial d'établir un contact direct avec les clients afin de créer une relation de confiance et de proximité et ne pas perdre l'objectif initial des CCA : recréer du lien entre les agriculteurs, leur métier, la nature et les mangeurs, souvent éloignés des zones rurales.

¹² Le Labo des territoires alimentaires Méditerranéens

¹³ Projet Alimentaire Territorial

Une personne dédiée à cette tâche est un élément de réussite et de monter en puissance de l'outil. Ce salarié permet de démarcher des clients et de travailler sur la valorisation du local pour faire face à la concurrence des produits de l'industrie agroalimentaire conventionnelle. Il est donc impératif de se démarquer par une proposition de valeur unique. Ainsi, valoriser le local passe par une communication ciblée et authentique qui met en avant les avantages des produits locaux, tels que la fraîcheur, la qualité et le soutien à l'économie locale. Cependant, les structures interrogées constatent que l'argument est difficile à faire valoir auprès des clients, le prix reste le premier critère de choix.

Pour communiquer et valoriser les produits locaux, certains utilisent les réseaux sociaux en créant des « posts » pour mettre en avant les producteurs. Pour les restaurateurs, il est possible aussi d'entrer dans une démarche de labellisation comme le label « Clef verte »¹⁴.

Pour mettre en œuvre le projet de logistique alimentaire des CCA, il est nécessaire de trouver des salariés qui disposent de compétences à la fois dans le monde de la logistique et dans celui de l'agriculture.

« Il est plus facile de prendre des salariés qui connaissent le monde agricole et de les former à la logistique que l'inverse. » Charles Lesage, Kiosque Paysan

Clés de réussite et points de vigilance

La création d'une plateforme permet la mise en relation entre les producteurs et les restaurateurs mais le risque est que les acteurs passent en direct une fois qu'ils se connaissent. Il est donc important d'apporter une plus-value qui empêche ce

biais. Cela peut-être la gestion des périodes creuses, l'accès à des soirées partenaires ou des ateliers cuisine / production « essaie mon métier ».

Aussi, un important travail de sensibilisation auprès des producteurs et des restaurateurs sur le temps et le coût de la logistique doit être mis en place pour que les acteurs se rendent compte du gain proposé par l'outil logistique et soit prêt à payer le service. Ce travail peut être réalisé en partenariat avec les chambres d'agriculture qui connaissent bien les agriculteurs. Une formation concrète avec des simulations de « coûts bénéfiques » permettrait de les confronter à la réalité.

L'outil logistique sera plus robuste et agile s'il est construit pour répondre à différents marchés (bio / conventionnel) et différents clients (restaurateurs, particuliers, cantines...). Limiter l'approche aux restaurateurs peut être plus risqué.

Enfin, l'adéquation temporelle entre l'offre et la demande de produits alimentaires en CCA est difficile à trouver. C'est pourquoi, l'outil logistique pour les circuits courts alimentaires devra être construit en parallèle d'une formation/sensibilisation auprès des restaurateurs pour constituer un groupe d'acteurs prêts à utiliser l'outil dès sa mise en route. En même temps, lorsque les restaurateurs seront formés et intéressés l'outil devra répondre à leur demande pour optimiser les livraisons et lever les contraintes (horaires et fréquence de livraison mais aussi diversité des produits et degré de transformation).

Ainsi, commencer par un diagnostic pour identifier et sensibiliser la demande tout en coconstruisant une solution de logistique clé en main serait idéal pour la réussite du projet.

¹⁴ Premier label de tourisme durable international pour les hébergements touristiques et les restaurants.



Analyse SWOT

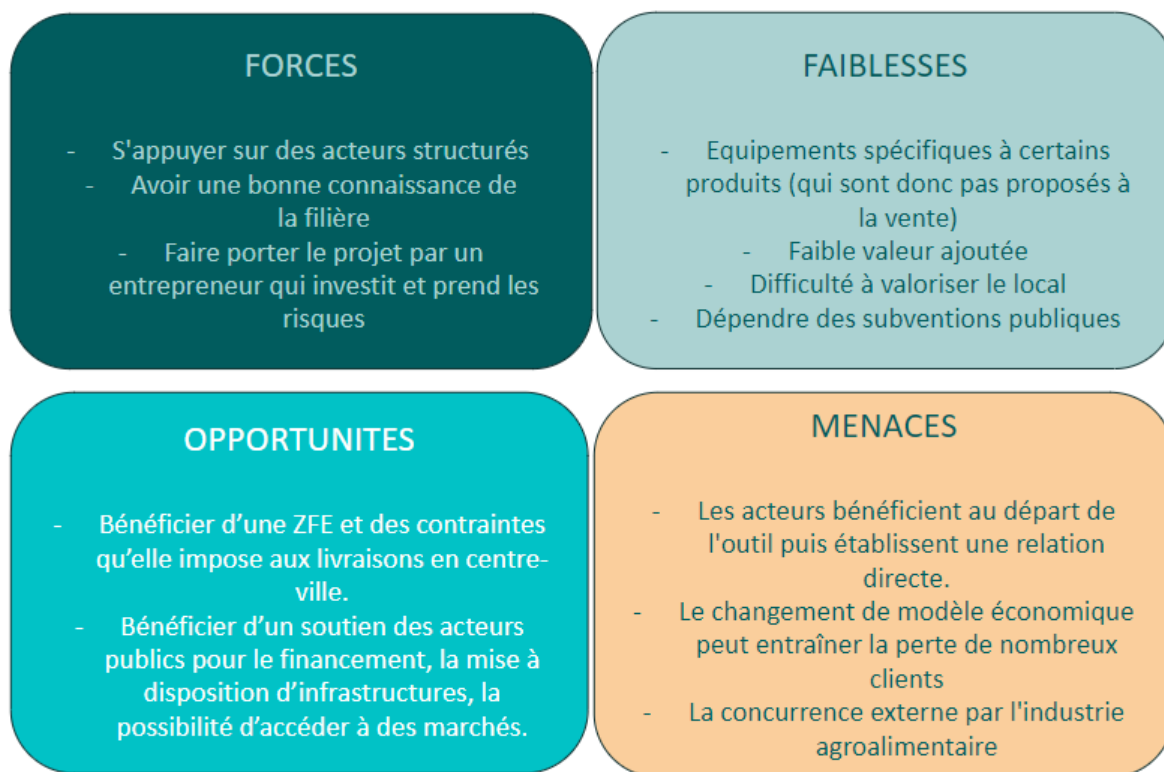


Figure 4 : Les grands enseignements à retenir pour porter un projet d'outil logistique des CCA (Urbalyon 2024)



Partie 2 : De quelles initiatives peut-on s'inspirer ?

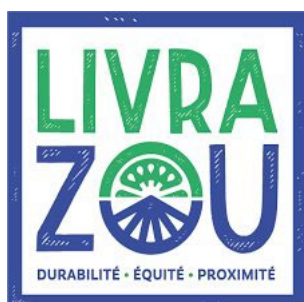
Des entretiens auprès de quatre structures très différentes dans leur degré de maturité et leur contexte se sont révélés inspirantes pour la Métropole de Lyon. Le guide d'entretien a permis d'aborder la naissance du projet, la gouvernance et la prise de décision, le modèle juridique choisi, les détails du fonctionnement logistique de l'outil, le modèle économique et les projets futurs.

Livrazou – Marseille ; Entrepôt mutualisé

Statut : association

Maturité : expérimentation

CA 2023 : 1000 euros

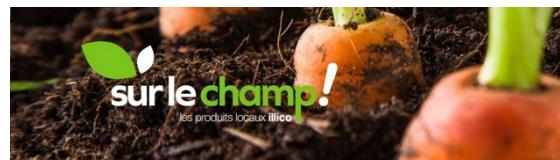


Sur le Champ - Chartres ; Plateforme logistique

Statut : SCIC

Maturité : en croissance avancée

CA 2023 : 750 000 euros



MIN de Montpellier ; Marché de gros

Statut : SEM

Maturité : plusieurs expérimentations menées depuis 15 ans



Kiosque Paysan – Nantes ; Plateforme logistique

Statut : association

Maturité : en croissance

CA 2023 : 250 000 euros



	<p style="text-align: center;">INFORMATIONS ENTRETIEN</p>	<p>Structure : Livrazou (Marseille) Interlocuteur : Benjamin Borel président de Livrazou, cofondateur et cogérant de Boussole / Pain et Partage Date : 14 mars 2024</p>
<p style="text-align: center;">LIVRAZOU</p>	<p style="text-align: center;">HISTORIQUE ET CONTEXTE</p>	<p>Né à l'initiative d'un collectif d'acteurs de l'économie sociale et solidaire, Livrazou est un nouvel entrepôt mutualisé dans le 15e arrondissement de Marseille qui facilite les circuits courts entre producteurs et consommateurs.</p> <p>Constats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des besoins de mutualisation sur la logistique : certains acteurs manquaient de ressources logistiques (camions, vélos ou même chauffeurs) et « Pain et Partage » avait des véhicules. • Besoin de s'adapter à la ZFE en création. Livrazou pouvait être un point de rupture. • « Pain et partage » voulait développer un projet de mutualisation pour rendre accessible aux habitants de quartiers prioritaires des denrées alimentaires bio et de qualité et faire de l'insertion. <p>2018 : 5 structures de l'ESS réfléchissent à une solution logistique mutualisée</p> <p>2019 : mutualisation d'un local</p> <p>2020 : création de Livrazou</p> <p>Activités : stockage, déconditionnement, préparation de commande, mise en relation pour livraison</p>

LIVRAZOU

GOUVERNANCE ET ACTEURS MOBILISES

Statut : association

Partenaires :

- L'appui de Fab'Lim : accompagnement à la formalisation de Livrazou
- Accompagnés par la Fondation Carasso

Rôle de la collectivité :

- Financement via AAP
- Volonté de ne pas l'intégrer dans la SCIC

Membres :

- Il y a 6 structures dans le collectif : Pain et Partage (boulangerie solidaire) ; Plateforme Paysanne Locale (collecte, transport et livraison de produits alimentaires) ; Les Alchimistes (compostage déchets alim) ; les Paniers Marseillais (réseau AMAP) ; Manger Bio en Provence (commercialisation restauration hors domicile) et Fab'lim (recherche innov' action agri alim)
- Possible d'intégrer rapidement d'autres structures intéressées.
- Pouvoir de décision : chaque membre a le même poids.
- L'objectif est de miser sur les compétences de chacun : "Pain et partage" gère la partie administrative (suivi des comptes) ; "Manger bio" le PMS (plan de maîtrise sanitaire) et le suivi HACCP ; "Plateforme Paysanne Locale" la gestion de l'entrepôt, de l'approvisionnement et de la logistique.
- Pour l'instant il n'y a pas de gros volumes. C'est encore en phase d'expérimentation. Chaque structure met du temps disponible. Utilise et refature de la compétence aux différentes parties prenantes.

Animation et communication : Pas pour l'instant

MOYENS MOBILISES

Financiers :

- AAP pour la mise en œuvre “France Relance”, action thématique alimentation locale et solidaire, programme 362, mesure 12B
- AAP de la Région sur la mise en place du vrac et de la consigne : développer la logistique du dernier km avec des contenants consignés.
- **Investissement initial** : 350 000 € - 200 000 € d'aides (plans de relance, fondation Carasso...) >> reste : portage P&P sur 8 ans
- Ils ont défini un **modèle économique** et des prestations communes : par ex sur le loyer, il y a une répartition par structure.
- **Chiffre d'affaires 2023** : moins de 1000 euros ; objectif 2024 : 30 à 40 000euros

Humains :

- 0 salarié ; recrutement en cours

Matériels :

- **Locaux** : Le propriétaire des locaux est la SOGIMA : SEM gérée par la ville de Marseille et par la Caisse d'Epargne. Le bail est au nom de P&P. Trois membres occupent le local (Pain et Partage, Manger bio, PPL).
 - Locaux partagés de 330 m2
 - Chambres froides (6-8 et 2-4)
 - Stockage sec dirigé (clim avec 20 degrés).
 - Rayonnage : 30n d'espaces palettes (picking et stockage longue durée).
 - Espace cloisonné pour de la préparation de commande.
- **Véhicules** : mise à disposition du véhicule de “Pain et Partage” à “PPL” pour palier à un défaut de véhicule. VUL : 15 véhicules rallongés (partner, trafic, expert et master)



LIVRAZOU

FONCTIONNEMENT LOGISTIQUE

Clients :

- Livrazou est l'intermédiaire logistique des locataires mais il n'y a pas de visibilité par les clients qui commandent auprès des membres.

Flux de marchandises :

- Livraisons ponctuelles selon les besoins
- Collecte par les membres, certains viennent récupérer leurs produits sur la plateforme et d'autres sont livrés. Ex :
 - Livraison de pâtes par P&P pour Manger BIO car le client se situe sur leur tournée.
 - Les agrumes pour "Paniers marseillais" sont stockés sur la plateforme puis Livrazou stocke et organise le planning pour que chaque référent des différents sites de distribution des paniers vienne récupérer les agrumes.

Inverse : expérimentation en cours

Gestion de commande

Outil : Pas d'outil de commande ni de catalogue

Concurrence :

<p>Projets et perspectives : Encore trop peu de productions passent par Livrazou. “Pain et partage” livre chaque jour 120 points de dépose. Au vu du prix du kilo de pain, ils ont meilleur compte d’internaliser la livraison plutôt que de passer par un prestataire. Pour le moment P&P n’utilise pas les services de Livrazou sauf, exceptionnellement, quand le point de livraison n’est pas couvert par leur propre tournée.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recrutement d’un salarié en cours et d’autres à venir en insertion • D’ici 3 ans : intégrer une grande halle assez proche dans laquelle il pourrait développer l’activité Renouveler le parc avec des véhicules électriques. Développer un dispositif avec des partenaires dans des dynamiques de rétrofit et mise en place de bornes de recharge (moyen terme) • Ouvrir des emplois en parcours d’insertion (attente d’agrément) • L’objectif est de substituer à STEF qu’utilise Manger Bio par ex. • Vélo en ville en réflexion : partenariat avec l’ex-membre du collectif « Synchronicity » 	<p>LIVRAZOU</p> <p style="text-align: center;">CONCLUSIONS</p> <p>Freins et difficultés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financement et temps : besoin d’un salarié pour développer l’outil • Logistique inverse : collecte du « sale » est réglémentée, impossible de mélanger avec du propre (cloison ou livraisons en aller/retour avec nettoyage) • L’impact des cycles scolaires est très important sur l’activité de Manger Bio. • Plateforme Paysanne Locale > moins de produits en hiver <p>Leviers et clés de réussite :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groupe d’acteurs aux valeurs communes (engagement moral, confiance) • Une personne dédiée au développement de la structure
<p>LIENS UTILES</p>	



	INFORMATIONS ENTRETEN	Structure : Sur le Champ (Chartres, Eure et Loire) Interlocuteur : Leslie Morizeau, chargée de projet puis développement commerciale de Sur le Champ (SLP) Date : 14 mars 2024
SUR LE CHAMP	HISTORIQUE ET CONTEXTE	Mise en place en janvier 2019 à l'initiative de la SCAEL et de la Chambre d'agriculture d'Eure et Loire pour gagner du temps dans la livraison des produits. Constats : <ul style="list-style-type: none">• Besoin d'optimiser les livraisons des producteurs• Demande du côté des clients pour acheter des produits locaux• Loi Egalim : introduire plus de produit sous SIQO (signes officiels de qualité et d'origine) et produits bio dans la resto co 2018 : recrutement d'une chargée de projet pour monter la structure 2019 : Création de la plateforme Sur le Champ 2020 : Pendant la période COVID, déploiement d'un drive pour les particuliers puis arrêt. Activités : récupération des commandes, stockage, préparation, livraison, facturation

GOUVERNANCE ET ACTEURS MOBILISES

Statut : SCIC

Suite à une étude réalisée par un BE, le mode de gouvernance choisit est la SCIC.

Partenaires :

- Coopérative agricole SCAEL
- Chambre d'agriculture
- Département

Membres :

Le conseil de surveillance de la SCIC se compose de 5 collèges et 7 membres = 7 voies :

- Collège 1 : SCAEL : 2 représentants
- Collège 2 : chambre d'agriculture : 2 représentants
- Collège 3 : bénéficiaires : 1 représentant. Au départ c'était le restaurant universitaire et maintenant c'est le gestionnaire d'un lycée
- Collège 4 : collectivités : 1 représentant (Département)
- Collège 5 : Producteurs : 1 représentant

Animation et communication : Ils bénéficient du service communication de la SCAEL par exemple ils communiquent sur l'arrivée de nouveaux producteurs et/ou produits.

Il a été proposé également des rencontres clients / producteurs. A la 3^{ème} édition, les clients ne sont pas revenus alors l'idée n'a pas été reprise les années suivantes. Une action similaire est portée par un autre acteur sur Chartres.

SUR LE CHAMP

MOYENS MOBILISES

Financiers :

- **Investissement initial** : 87 200 euros dont 40 000 apportés par la SCAEL et 40 000€ de la chambre d'agri + 1 000€ du Département et le reste a été investis par d'autres bénéficiaires.
- **Modèle économique** : le coût logistique du producteur est estimé entre 7 à 21% en fonction des produits. Le producteur fixe son prix et SLC applique entre 15 et 20% de marge selon les produits. L'équilibre de la structure est estimé à une marge de 26%.
- **Chiffre d'affaires 22/23** : 670 000 euros ; prévisionnel 23/24 : 750 000 euros

Humains : 4 salariés + 1 personne salariée de la SCAEL ce qui correspond à 5 ETP en CDI :

- 1 en charge de la logistique et de la relation avec les producteurs
- 1 en préparation de commande
- 1 livreur
- 1 personne multi-tâches
- 1 salarié SCAEL (l'interlocutrice) chargée du développement commercial

Matériels :

- **Locaux** : Entrepôt de 400m2 loués à la SCAEL ; 2 chambres froides et deux espaces de stockage
- **Véhicules** : 1 camion frigo 3.5T en propre (en fait loué à la SCAEL) et un autre (même gabarit) en location auprès du transporteur le Petit Forestier. Ils peuvent tourner en même temps parfois.

FONCTIONNEMENT
LOGISTIQUE**Clients :**

- Uniquement des professionnels : 60% des magasins de proximité (épiceries, Gamm Vert, magasins de producteurs), 17% des GMS, 10% restauration privée, 10% restauration collective, 3% PMS
- Les clients sont situés essentiellement dans de département de l'Eure et Loir, peu dans le centre de Chartres. Quelques-uns sont dans les départements limitrophes (28, 91, 92 et 78)
- 80 producteurs et artisans : charcutier, fromager, transformateurs (100% de la matière première n'est pas locale mais la majorité ; engagement moral).
- 90% des producteurs les livrent. Pas de ZFE donc la seule contrainte pour les producteurs c'est la distance qui peut être dérangeante si jamais ils n'ont pas grand-chose à livrer.
- "Sur le champ" réalise la logistique amont/ aval dans le même temps : ils récupèrent certains produits lors des livraisons aval. Les enlèvements sont devenus réguliers car ils passent dans les mêmes zones en fonction des jours.
- Propose tous les produits excepté le surgelé.

Flux de marchandises :

- Des produits en AB et en conventionnel.
- Principalement du frais :
 - 30% de légumes ; 130 T (2023)
 - 18% de produits laitiers ; 22 T (2023)
 - 15% épicerie sucrée et salée ; 15 T (2023)
 - 10% Boisson (jus, bière, cidre) ; 12 T (2023)
 - 15 % viande fraîche et charcuterie
 - 7.5% œufs
- Achat / revente

Tournées :

- Livraison du mardi au vendredi en fonction des zones. Certaines zones sont livrées deux fois.
 - sud du département : mardi et jeudi

<ul style="list-style-type: none">- Nord + région parisienne : mercredi et le vendredi• Un camion = 6 palettes. Livraison minimum : 100 euros ou ½ palette par client (12 clients max. par camion). Malheureusement les camions ne partent pas toujours pleins. <p><u>Inverse</u> : cagettes, palettes, bouteilles de lait, pot de yaourt en verre (consigne au nom du producteur...) Puis les producteurs viennent les récupérer lorsqu'ils passent pour livrer.</p> <p><u>Gestion de commande</u> : Calcul du minimum de commande pour lequel ils effectuent la livraison : fixé à 100 euros.</p> <p><u>Outil</u> : Site sur lequel les producteurs mettent leurs produits (outil de vente et gestion) = Sociéo. Ils prennent aussi quelques commandes par téléphone pour les quelques clients qui préfèrent.</p> <p><u>Concurrence</u> :</p> <ul style="list-style-type: none">- La concurrence n'est pas gérée. Le producteur fixe son prix puis le client choisit en fonction du prix et de la qualité.- Sur le site il y a une page de présentation pour chaque producteur et chaque produit est libellé à un producteur.- Certains producteurs ont des produits à prix élevés, ils ont donc des problèmes pour vendre	
---	--

CONCLUSIONS

Projets et perspectives : khgiygzptiyg

- Approvisionner les collèges et les lycées. Ils attendent les résultats des appels d'offre.

Freins et difficultés :

- Il y a des périodes de creux d'activité :
 - Pendant les vacances scolaires avec une demande en baisse. Pas de solutions pour l'instant. Peut-être démarcher des festivals mais difficulté à trouver le bon interlocuteur.
 - Au printemps entre les deux périodes de production : la fin des légumes d'hiver et le début des légumes de printemps. Pas de solution pour faire face pour le moment.
- Pendant les périodes plus denses : pas de recrutement mais des heures supplémentaires.

Leviers et clés de réussite :

- Portage et accompagnement de la SCAEL

LIENS UTILES

<https://www.surlechamp.co/>



Figure 5 : Fonctionnement logistique de la plateforme « Sur le champ », source : site internet « Sur le Champ »

MIN Montpellier	INFORMATIONS ENTRETIEN	<p>Structure : MIN Montpellier Interlocuteur : Marion Mazel et Jean-Charles Foschia Date : 1^{er} mars 2024</p>
	CONTEXTE	<p><u>Prise de conscience de réorganiser la logistique urbaine et de rendre plus efficient les circuits courts</u></p> <ul style="list-style-type: none">• La logistique : difficulté actuellement dans l'organisation des circuits courts. Ce problème est à deux niveaux :• Au niveau politique : volonté pendant trop longtemps de promouvoir les circuits-courts sans prendre en compte qu'il est compliqué pour les producteurs de les organiser• Déstructuration des filières nécessitant aujourd'hui de les réorganiser.• Au niveau des producteurs : ils pensent que s'ils internalisent au maximum l'ensemble de leurs activités mieux c'est.• Chacun fait tout pour soi et personne ne s'occupe de rendre le processus plus efficient. <p>La prise de conscience de ces problèmes s'est faite par le prisme de la logistique urbaine.</p> <ul style="list-style-type: none">• Etude menée il y a une petite quinzaine d'années par Jean-Charles Foschia sur les contrats de filières transport et logistique avec le MIN et le point d'entrée était la logistique urbaine :• A l'époque, ils ne savaient pas encore s'il était judicieux d'organiser la logistique urbaine avec une interface comme Corbas loin de la ville. Ils en ont conclu qu'il est plus intéressant d'avoir une interface à l'intérieur de la ville.• A Lyon, l'inverse a été fait en fermant le marché gare du sud de la Presqu'île.• Depuis cette enquête, le Covid a entraîné l'organisation de beaucoup d'initiatives comme des paniers paysans au départ du MIN pour permettre aux agriculteurs d'écouler leurs marchandises malgré la fermeture des magasins.

<p>MIN Montpellier</p>	<p>CONTEXTE</p>	<p>Calcul des agriculteurs des bénéfices d'une logistique mieux organisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De nombreux exploitants se posent des questions par rapport à la rentabilité de leur exploitation et ils commencent à chiffrer le temps et l'impact du transport de la logistique. Ils se rendent compte que cette tâche qui n'est pas leur activité principale leur coute cher. • Il faut donc que la filière circuits courts soit professionnalisée et ça ne doit pas être les producteurs qui payent davantage pour les solutions logistiques proposées. • Il faut qu'elles soient financées de toute part. <p><i>La volonté d'une meilleure organisation des circuits courts n'est pas née du fait que les producteurs consacrent trop de temps pour les livraisons mais du fait que les politiques souhaitent qu'il y ait moins de camions en ville.</i></p>
<p>MIN de Montpellier</p>	<p>DESCRIPTION</p>	<p>Un fonctionnement du MIN propice aux expérimentations :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grand nombre de services et professionnels de la logistique (amont et aval) présents sur le MIN (Stockage, préparation de commande, livraison) • Possibilité de mettre à disposition des locaux par le MIN pour des expérimentations (ex : plateforme frigorifique quadri-température). • En s'appuyant dessus, les expérimentations sont facilitées. Cela permet de professionnaliser et de rendre plus durable la distribution des producteurs. • Les solutions paraissent très chères à mettre en place. Cependant, ce montant est à nuancer au regard du temps gagné par les agriculteurs et à la diminution des coûts cachés permis par une logistique mieux organisée. • La solution sera portée par une entreprise publique ou semi-publique car pas rentable. • Si ça devient rentable on peut en faire une coopérative ou une entreprise privée. • L'activité initiale du MIN est de louer des espaces mis à disposition par la collectivité au profit des professionnels. Cela génère des recettes qui permettent de financer des expérimentations <p><i>Il faut que ce soient des solutions agiles qui s'adaptent à l'amont et à l'aval.</i></p>

MIN de Montpellier

DESCRIPTION

Présence du carreau des producteurs :

- Point positif du MIN de Montpellier est le carreau des producteurs. C'est un point de massification, de groupage-dégroupage : 3000m² au sol, 80 producteurs en été (une quinzaine en hiver).
- Objectif du carreau : être comparable aux plateformes logistiques industrialisées (ex : Carrefour ou Intermarché).
- Ils ont fait des expérimentations face au constat que l'activité du carreau des producteurs diminuait (en cause : horaires d'ouverture l'après-midi alors que certains producteurs préféreraient le matin).
- Le carreau a donc changé ses horaires. Le jour de l'inauguration de ce changement, beaucoup de personnes ont répondu à l'appel permettant d'augmenter le nombre de contacts du carreau. Cependant, finalement, les producteurs ne venaient plus car ils avaient l'habitude de se faire livrer et ce n'est pas si facile de changer leur comportement. Pour mettre en place des solutions il faut bien comprendre les besoins.

Création de l'association « Producteurs d'Occitanie »

- La vente en demi-gros doit être structuré mais les producteurs ne doivent pas avoir à faire des tournées pour aller livrer de nombreux clients.
- Les producteurs doivent donc se réapproprier le carreau ce sont les professionnels en aval qui doivent s'y rendre.
- Cependant cela demande trop de temps à ces derniers donc mis à part les primeurs ou les vendeurs des marchés, qui venaient déjà au Carreau, les autres acteurs comme ceux de la GMS continuaient de ne pas venir.
- Pour faire face à cela : création d'une association de producteurs appelée "Producteurs d'Occitanie" et qui a pour but de regrouper les denrées de producteurs puis d'organiser une logistique aval auprès de clients qui passent commande (notamment la restauration collective comme avec la cuisine centrale de Montpellier).
- Ce dispositif a fonctionné même s'il n'a pas eu l'ampleur attendue.
- L'Association « Producteurs d'Occitanie » est déficitaire. Ce sont les financements du MIN qui couvrent la différence entre les charges et les recettes

Actionnariat du MIN

Le MIN est géré par une SEM appelée SOMIMON :

- Les actionnaires principaux sont la ville et la Métropole à hauteur de 58%.
- Autres actionnaires : Caisse des dépôts, banques, CCI...

Le MIN : lieu d'expérimentations pour les circuits courts

- Le MIN travaille beaucoup avec la Métropole et la ville de Montpellier dans le cadre de la P2A (Politique Agricole et Alimentaire).
- Au sein de la Métropole se trouve le pôle biodiversité avec des chargés de missions qui animent cette P2A (structuration des filières...).
- Ils sont en phase d'expérimentation pour organiser la distribution des circuits courts sur le territoire.
- Pour eux, la solution qui doit permettre de structurer les circuits courts sur tout le territoire de façon durable c'est d'utiliser le MIN.
- D'autant plus que le MIN est une des 3 zones dans lesquels les camions peuvent aller dans la ZFE de Montpellier

Animer des expérimentations :

- Nécessité d'aider des associations de producteurs comme celle-ci pour qu'elle puisse avoir une activité de grossiste. Cependant, il ne faut pas concurrencer les autres grossistes présents sur le MIN.
- Le MIN peut justifier ses actions (temps et matériel dédié à l'association) sans être accusé de concurrence déloyale, en s'appuyant sur une feuille de route rédigée par la Métropole.
- La feuille de route souhaite que des actions pour animer la synergie entre ces acteurs soient mises en place entre les nombreuses entreprises qui s'inscrivent dans les circuits courts sur le MIN.
- Pour lancer des expérimentations, il faut donc s'appuyer sur un noyau de producteurs peu importe ce qu'ils font, ils doivent s'unir sur la logistique.

MIN de Montpellier

FONCTIONNEMENT LOGISTIQUE

Logistique amont :

- Pour « Producteurs d'Occitanie » ce sont des producteurs membres de l'association qui viennent au Carreau des producteurs.
- La problématique : l'association n'a pas assez de producteurs sur le carreau pour assurer toute la demande.
- Ils se font donc aussi livrer par des producteurs autres présents au Carreau.

La logistique amont n'est pas mutualisée.

Logistique aval :

La massification se fait par le carreau puis les livraisons :

- En aval sont mutualisées par « Producteurs d'Occitanie ».
- Ils réfléchissent à améliorer le fonctionnement grâce au soutien politique apporté par la feuille de route.

MIN Montpellier

CONCLUSIONS

Projets et perspectives :

Prochaines mesures :

Envoi une solution de transport de l'amont à l'aval aux producteurs issue d'une étude portée par le MIN.

Pistes d'expérimentations à approfondir :

Quai mutualisé :

- Autre dispositif mis en place par le MIN : un quai mutualisé pour les petits producteurs locaux.
- Ils sont facturés au passage de la palette. C'est donc rentable pour le MIN et ça permet aux producteurs de toucher des grands groupes.
- C'est notamment le cas de Mat power qui livre Intermarché.

Agriviva :

- Un autre outil est également présent sur le MIN est l'entreprise privée Agriviva qui est une légumerie.
- Cependant elle internalise toutes les activités alors qu'elle devrait juste transformer les légumes mais ne pas s'occuper de la logistique.
- Agriviva devrait permettre de diversifier l'offre de "Producteurs d'Occitanie" qui s'occuperait dès lors de la logistique d'Agriviva.
- Une offre diversifiée est primordiale pour un groupement de producteurs.

CONCLUSIONS

Freins et difficultés :

Ne pas multiplier les structures

- Après avoir créé “Producteurs d’Occitanie”, ils s’étaient rendu compte que les problématiques étaient les mêmes pour les producteurs de produits transformés et que ces derniers avaient des clients en commun avec les producteurs membres de l’association.
- Ainsi, en parallèle des “Producteurs d’Occitanie” l’association le “Relais Local” a été créée et qui exerce les mêmes activités que la première mais au profit des transformateurs.
- Le processus était allé plus loin avec les transformateurs puisque des plans de transport organisé par l’association avait vu le jour
- Cependant, il y a eu des problèmes de gouvernance car certains transformateurs ne voulaient pas livrer au GMS et ils ne comprenaient pas que ce groupement était une solution logistique commune à tous les membres et qu’il n’était pas possible de faire au cas par cas.
- Les plus fermés aux GMS sont les politiques et non les producteurs alors qu’on ne peut pas créer une solution en oubliant certains des acteurs majeurs.
- Le “Relais Local” n’a donc pas réussi à perdurer dans le temps. Cela a été une erreur de créer plusieurs associations de producteurs car il ne peut pas y avoir plusieurs leaders.
- Cependant “Producteurs d’Occitanie” s’est diversifié après la fin du “Relais Local” en proposant des produits transformés comme des pâtes.

Leviers et clés de réussite :

Le MIIN, une SEM :

- Jean-Charles Foschia considère que la SEM est un très bel outil pour mettre en place des expérimentations permettant de structurer les circuits courts car le but d’une SEM n’est pas la rentabilité.

L’importance de la *data* :

- Pour proposer des solutions il est nécessaire d’obtenir de la *data*.
- Pour le moment il n’y a pas de solutions et donc pas de coûts chiffrés. D’où le fait que ce soit que des expérimentations.

- Le MIN ne gère pas les mouvements sauf pour le carreau des producteurs donc il est compliqué de récupérer des datas.
- Pour en obtenir, il faut s'adresser à chacun des acteurs qui utilisent le MIN comme c'est le cas de l'association "Producteurs d'Occitanie".
- Pour le carreau on peut avoir des statistiques même si on ne sait pas ce que les producteurs font comme livraisons à côté du MIN.

Nécessité de la présence d'un leader :

- Pour que le projet réussisse il est nécessaire qu'il soit porté par un leader ce qui n'est pas le cas de "Producteurs d'Occitanie".
- Une démarche similaire appelée "produit sur son 31" et organisée depuis le MIN de Toulouse fonctionne mieux car ils ont un leader (le président de "produit sur son 31" était un producteur lui-même). Ils ont donc réussi à se structurer comme un grossiste de producteurs et d'organiser la chaîne jusqu'à la commercialisation.

Une production à haute valeur ajoutée :

- L'association montée à Montpellier regroupe des producteurs de fruits et légumes donc globalement il n'y a pas beaucoup d'argent
- À Toulouse ce sont des éleveurs de viande y plus d'argent disponible pour monter le projet.
- Un autre problème lié aux producteurs de fruits et légumes est qu'ils ne réfléchissent pas le travail comme les éleveurs.
- Ces derniers ne peuvent pas se permettre d'avoir des pertes et également car il y a une logique beaucoup plus industrielle et de transformation dans leur filière qui les pousse à tout comptabiliser dans une logique d'optimisation.

LIENS UTILES

<p>Structure : Kiosque Paysan (Nantes) Interlocuteur : Charles Lesage Date : 2024</p>	<p>INFORMATIONS ENTRETIEN</p>
--	--

<p>Constats : Une volonté de structurer les circuits courts depuis une quinzaine d'année en Loire-Atlantique</p> <p>2010 : L'association « Terroirs44 » organise des tournées logistiques au profit des producteurs. Concept avant-gardiste n'ayant pas fonctionné tout de suite</p> <p>2019 : 3 événements simultanés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création par une organisation agricole d'un collectif pour mettre en place des solutions logistiques (Kiosque Paysan) - Volonté des acteurs de l'aval de s'approvisionner en produits locaux - Appel à projet FLUX « Fabriquons la logistique urbaine ensemble » de Nantes Métropole dont le Kiosque Paysan a été le lauréat. <p>Objectif de l'AAP : faire émerger des solutions permettant d'améliorer la livraison du dernier kilomètre sur la métropole nantaise.</p> <p>Activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Kiosque Paysan est une association car c'est la forme juridique la plus facile à mettre en place • Est pratiqué l'achat / revente de marchandises alimentaires et leur transport en compte propre. • Cela s'explique par le fait que c'est une association et qu'auparavant, les certificats de transport permettant de faire du transport pour compte d'autrui n'étaient attribués qu'à des sociétés. • Le Kiosque Paysan s'occupe de la facturation grâce à un mandat de facturation. <p>⇒ Ils font donc toute la chaîne logistique, de la facturation aux bons de livraisons.</p>	<p>HISTORIQUE ET CONTEXTE</p>
---	--------------------------------------

KIOSQUE PAYSAN

KIOSQUE PAYSAN

GOUVERNANCE ET ACTEURS MOBILISÉS

Partenaires :

- Le kiosque travaille avec l'association de producteurs "terroirs 44" et également l'association de restaurateurs "les bouillonnantes"
- ⇒ Bonne interconnaissance de toute la chaîne logistique.
- Partenariat avec *Greencourse* pour les livraisons à vélo.
- Partenariat avec La Poste qui propose des points de collecte où les producteurs peuvent déposer leurs produits. Ils sont livrés par la poste à l'entrepôt du kiosque paysan le lendemain.
- Partenariats avec des sociétés logistiques (VRAC, *Green city*)
- Partenariat avec le GAB (chercheurs qui suivent le projet)
- Pas beaucoup de partenariat avec la restauration collective mais davantage avec des épiceries et des restaurants
- Pas de partenaires pour mutualiser les commandes
-

Membres de la gouvernance :

- Dans la gouvernance on retrouve :
 - La co-présidence qui est assurée par un producteur et par un acteur de la logistique aval (La grange Barge).
 - Un conseil d'administration composé de 3 producteurs en nom propre, d'une association de producteurs, de VRAC, de la grande Barge, de SCOPELY et d'un restaurant.
 - La trésorerie de l'association est tenue par une productrice.

Le vote est évité au maximum au profit de décisions consensuelles. Cependant s'ils doivent avoir recours au vote alors chaque personne a une voix. Notamment lors des assemblées générales avec l'ensemble des membres.

- Dans cette gouvernance, on trouve 3 autres commissions annexes :
 - La commission RH composée de membres du conseil d'administration et qui s'occupe des entretiens avec les salariés, du recrutement...
 - La commission stratégique composée de membres du conseil, de producteurs et d'utilisateurs qui fixe les orientations futures de l'association

- La commission sur l'entrée des artisans composée de membres du conseil, de producteurs et d'utilisateurs qui réfléchissent aux critères d'acceptation afin d'élargir l'offre à des produits complémentaires en augmentant le nombre de fournisseurs.

Animation et communication :

La communication est sous-traitée au groupement de restaurateurs « Les Bouillantes », membre de la gouvernance du Kiosque Paysan :

- Communication sur les réseaux sociaux
- Création de flyers, kakémono et une carte des producteurs.

3 fois par an des forums sont organisés avec « Terroirs 44 » et « Les Bouillonnantes » durant lesquels les produits du Kiosque Paysan sont présentés.

KIOSQUE PAYSAN

MOYENS MOBILISES

Financiers :

Financement public :

- ADEME
- Conseil Départemental 44
- Nantes Métropole

Financement privé :

- Fondation Carasso
- **Investissement initial :** 40 000 € porté par les collectivités (20 000 € pour un camion et 20 000€ pour la remise en état de la chambre froide)
- **Modèle économique :**

Les charges sont composées essentiellement des salaires et du coût du transport pour les tournées de livraison.

Les recettes correspondent aux commissions sur les montants des commandes. Les commissions sont fixées selon plusieurs taux :

- 5 % pour les clients
- 7 % si le producteur livre à la plateforme
- 10 % si les producteurs regroupent leurs produits sur un lieu mutualisé de ramasse
- 12 % si le Kiosque Paysan ramasse à la ferme du producteur.

Les commissions couvraient 16% des dépenses de fonctionnement en 2022 et 41% en 2023.

Le déficit est couvert par les subventions des acteurs publics

Le seuil de rentabilité est fixé à 1 300 000 €



KIOSQUE PAYSAN

MOYENS MOBILISES

- **Chiffre d'affaires 2023** : 250 000 euros ; objectif 2024 : 550 000 euros

Humains :

- On compte au Kiosque Paysan 2, 5 ETP soit 3 personnes salariées (2 CDI et 1 CDD).

Matériels :

- **Locaux** : Mise à disposition en 2019 d'un lieu provisoire destiné à l'expérimentation d'activités par Nantes Métropole :
 - 100 m2 de stockage pour les produits secs
 - 100 m2 de stockage pour les produits frais
 - Des espaces de bureaux

Locaux partagés par 4 autres structures : la "Grande Barge", "champignons urbains", "VRAC" et "micromarché" (Tous membres de la gouvernance du Kiosque Paysan)

- **Véhicules** : 1 camion frigo 20m3 stationné à la plateforme qui est utilisé à la fois pour l'amont et pour l'aval

FONCTIONNEMENT LOGISTIQUE

Clients :

- 150 clients (60 clients réguliers) pouvant choisir parmi 1 500 produits (BIO ou en conversion) issus de 60 producteurs

Flux de marchandises :

Le volume de marchandises transportées est de 1 à 1.5 tonnes par semaine environ avec plusieurs tournées :

- Lundi : tournée de 15 arrêts auprès des producteurs (+ 2 livraisons sur le retour)
- Mercredi : collecte chez les producteurs suivie d'une livraison sur le littoral
- Jeudi : livraisons à Nantes en partenariat avec *Greencourse* (cyclo-logistique)

Inverse : Retour de cagettes et contenants réutilisables au profit des producteurs.

Gestion de commande :

Outil : Socléo

Concurrence : La concurrence n'a pas posé de problème pour l'instant :

- La concurrence dépend des produits
- Instauration d'un dialogue avec les producteurs pour limiter les problèmes de concurrence
- Possibilité grâce à Socléo de créer des filtres sur certains produits / producteurs pour gérer les concurrences

KIOSQUE PAYSAN	<p>Projets et perspectives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de l'activité (Nécessité de passer à 3 ETP et d'acquérir un deuxième camion) - Changement de gouvernance (passage en SCIC) <p>Freins et difficultés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre 2019 et 2021 le projet a subi un gros coup de frein à cause de la crise du COVID. • Certaines commandes sont incomplètes car la collecte auprès du producteur est prévue le lendemain • Difficultés à trouver les salariés avec les compétences attendues (il ne faut pas tant un logisticien mais plutôt un salarié connaissant l'agriculture et ayant les qualités relationnelles nécessaires pour échanger avec les nombreux producteurs) <p>CONCLUSIONS</p>	<p>Leviers et clés de réussite :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dès le début du projet, de nombreuses réunions avec des producteurs, le GAB, Terroirs44... ont permis de définir les lignes directrices. • Importance de travailler avec les producteurs dès le commencement du projet. • Avoir une bonne connaissance de l'ensemble de la filière grâce à des partenariats. • Deux leviers de croissance pour atteindre le seuil de rentabilité : <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation du nombre de clients - Augmentation du nombre de producteurs (entraînant une hausse de la valeur du panier moyen)
	<p>LIENS UTILES</p>	

Des entretiens complémentaires ont été réalisés : auprès des restaurateurs et des producteurs utilisant le « Kiosque Paysan » afin de comprendre les avantages et les points de vigilance.

Aussi, un entretien avec Wallonie Entreprendre a permis de proposer un exemple hors territoire français, en Belgique, avec trois structures en projet à Namur, Liège et Charleroi.

KIOSQUE PAYSAN	Producteurs
	<p>Avantages :</p> <ul style="list-style-type: none">○ Centraliser l'offre des producteurs ;○ Répondre à des petites commandes ;○ Livrer des zones piétonnes non atteignables en camion ;○ Compléter leur activité avec une nouvelle clientèle qu'ils ne pouvaient livrer à cause de la distance, des horaires, de la disponibilité incompatibles ;○ Bénéficier d'un service avec un prix raisonnable (certains pensent que cela va augmenter) ;○ Bénéficier d'une offre de service rentable pour les producteurs (viabilité pour le Kiosque Paysan ?)○ Saisir des opportunités : la plateforme est située sur une route empruntée par les producteurs ;○ Partager des expériences entre producteurs <p>Point de vigilance :</p> <ul style="list-style-type: none">○ Continuer à livrer les produits eux-mêmes à leurs clients habituels car ils pensent que c'est efficace ;○ Ne pas oublier que l'argument du « local » ne fait pas tout, il doit être gage de qualité ;○ Bénéficier de plusieurs solutions simultanées ;○ Trouver un équilibre entre le service rendu et le temps gagné à comparer au coût final

KIOSQUE PAYSAN

Restaurateurs

Avantages :

- Gagner du temps : un seul intermédiaire pour tous les produits ;
- Bénéficier d'une gamme de produits (par rapport à une AMAP) ;
- Bénéficier d'un dépôt au centre-ville ;
- Travailler avec des petits producteurs locaux, de qualité, soutenir les producteurs locaux ;
- Avoir une solution pratique et rentable ;
- Qualité des produits et des relations humaines

Point de vigilance :

- Livraison ne se fait qu'une seule fois par semaine ;
- Manque de disponibilité des produits ;
- Complète l'offre de produits en s'approvisionnant auprès d'épiceries et de Promus ;
- Certains produits sont trop onéreux, difficile d'ajouter un intermédiaire (champignons bio) ;
- Ne pas toucher uniquement les restaurateurs engagés qui ont une philosophie de contact avec les producteurs.
- Rôle important de la structuration des restaurateurs autour d'une association, interlocuteur unique et de confiance. (Exemple à Nantes où « les Bouillonnantes » fédère les restaurateurs et les oriente vers le Kiosque Paysan)

	<p style="text-align: center;">INFORMATIONS ENTRETIEN</p>	<p>Structure : Wallonie Entreprendre (Belgique) Interlocuteur : Fabienne Mathot Date : 7 mai 2024</p>
<p style="text-align: center;">WALLONIE ENTREPRENDRE</p>	<p style="text-align: center;">HISTORIQUE ET CONTEXTE</p>	<p>Wallonie Entreprendre est un outil économique et financier de la Wallonie au service des entreprises. Une de leur activité est soutenir le développement, la croissance et la pérennisation des acteurs économiques de la filière circuits courts.</p> <p>Constats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le gouvernement Wallon les mandate pour mettre en place la transition alimentaire. • Un diagnostic réalisé en 2023 a permis de prendre conscience qu'un grand nombre d'entreprises (environ 1000) sont engagés dans les circuits courts mais ce sont des petites structures en difficulté économique. • Le projet : créer des hubs logistiques dédiés aux circuits courts alimentaires. • 3 projets : Charleroi Métropole, Liège et Namur

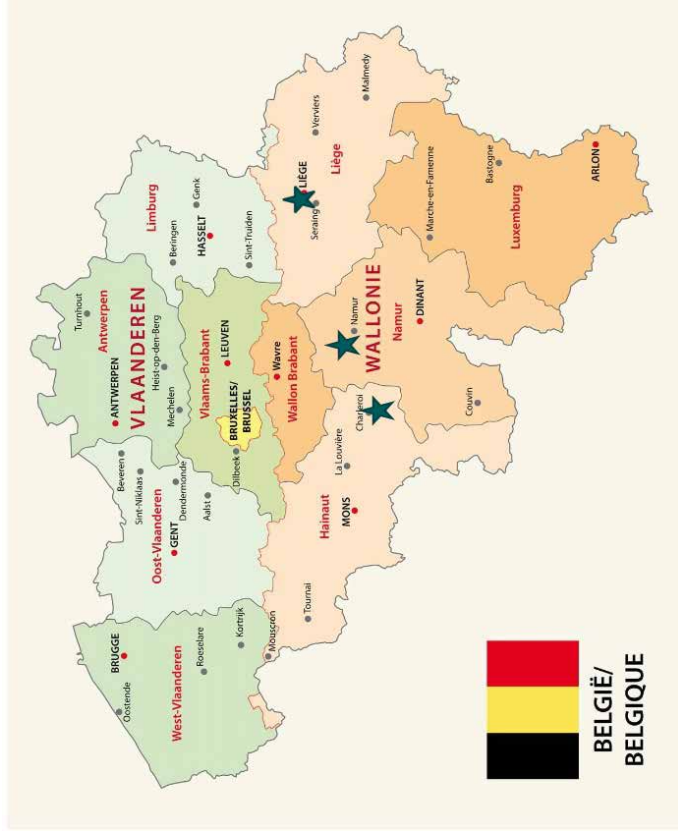


Figure 6 : Carte Belgique avec les projets de hubs alimentaires représentés par des étoiles.
 Source : @Rainer Lesniewski, Dreamstime.com

Contexte :

- Stratégie européenne « De la Ferme à la Table »
- Stratégies Alternatif/ES Wallonia et Food Wallonia

CHARLEROI METROPOLE

Historique du projet :

- 2022 : Visite du MIN de Montpellier : élément déclencheur pour démarrer le projet
- 2023 : obtention du permis de construire
- Mars 2024 : début des travaux
- Juin 2025 : opérationnalisation du hub

Activités :

- Légumerie BtoB de grande capacité et un atelier de transformation
- Plateforme logistique de groupage produits avec possibilité d'achats sur place

Coût : 7.662.000 euros

Partenaires et acteurs mobilisés :**Autorités locales :**

- Charleroi Métropole
- Ville de Charleroi
- Gouvernement Wallon

Acteurs économiques :

- IGRETEC intercommunale¹⁵
- 2 agences de développement territorial pour construire les infrastructures.
- Des partenaires préparent les producteurs / transformateurs / petits artisans + travail en aval avec les collectivités (hôpitaux...).

Citoyens :

- Ceinture Aliment-terre de Charleroi Métropole : associations de citoyens qui travaillent sur la transition

Moyens mobilisés :

Financiers : Au départ avec le plan de relance du gouvernement mais le projet a été repêché par l'Europe et donc financé par l'Europe.

CHARLEROI METROPOLE

Humains :

- Recherche de salariés pour la gestion de la plateforme : privilégié des producteurs, dans l'idéal une coopérative.
- Soutenir les acteurs de l'ESS

Matériels

Lieu :

- 2400 m2
- propriété : ville de Charleroi
- Site dépollué, gestion Port Autonome de Charleroi
- A proximité directe de la cuisine centrale prévue en 2025 (25 000 repas par jour)
- D'autres acteurs de l'agroalimentaire sur le site (zoning dédié)
- A proximité des grands axes routiers et 10 min du centre-ville de Charleroi

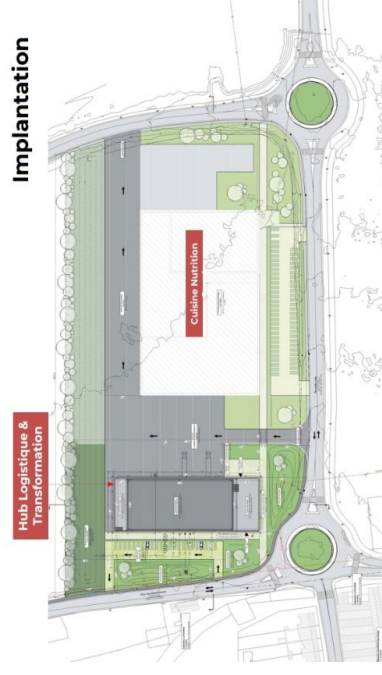


Figure 7 : Plan et photo du futur hub logistique alimentaire de Charleroi.
Source : Wallonie Entreprendre, 2023

LIEGE

Historique :

- Impulsion de la ville de Liège pour rendre le pôle alimentaire durable
- Mise à disposition d'une pépinière d'entreprises de l'ES
- Travail avec les producteurs locaux
- Le volume de la légumerie a été défini mais pas celui de la logistique. Le business modèle à définir.
- Travail actuel : diagnostic OFFRE / DEMANDE

Activités :

- Bâtiment logistique existant « marché matinal » géré par les Circuits Paysans
- Création d'une légumerie 1300 m2
- Création d'une conserverie 600m2

Coût : 7.052.000 euros

Modèle juridique :

- Bail emphytéotique (terrain appartient à la ville de Liège)
- La Spi construit le bâtiment et le met en location sur la base de certains critères : ES, compétence transformation, ... via un Appel à manifestation d'intérêt.

Modèle logistique :

- Modèle BtoB et distribution dans les cantines de petites collectivités
- Ramassage des produits chez les producteurs ou dépôt des produits directement sur la plateforme.

WALLONIE ENTREPRENDRE

NAMUR

Projet très avancé, projet pilote : La Fabrique des Circuits Courts : pôle d'entreprises de transformation et distribution agro-alimentaire privilégiant le circuit court.
<https://www.fabriquecc.be/>

Activités :

Espaces disponibles à la location pour les petits producteurs :

- Légumerie,
- Bocalerie, conserverie,
- Abattoir de volailles, conserverie, ...
- Atelier de découpe de viande
- Artisans indépendants

Le projet était de développer la structure grâce aux fonds européens mais l'investisseur s'est retiré et le projet s'est arrêté.



Figure 8 : Fabrique des circuits courts
 Source : <https://www.fabriquecc.be/fcc>



3^{ème} partie : Autres initiatives repérées

Dans cette troisième partie sont présentées synthétiquement les structures identifiées sur le net qui n'ont pas été retenues pour les entretiens.



MIL Perche – Orne Normandie ; **Marché d'Intérêt Local**

Mil Perche est un projet de territoire au sein duquel une plateforme d'approvisionnement a été mise en place. Elle permet une prise de commande et une livraison unique en produits alimentaires locaux, de qualité à destination des professionnels de la restauration (cantines, restaurateurs et commerçants) et des particuliers depuis 2022 via des livraisons en points relais.

Les producteurs sont en AB ou respectent une charte, ce sont eux qui fixent les prix.

Chiffres clés : une trentaine de producteurs

Porteur : Producteurs et citoyens

Partenaires : Région Normandie et Centre Val de Loire, la CRESS et le PNR Perche



Pôle agroalimentaire de l'Isère et MIN de Grenoble « Le Box Fermier »

Le Pôle a pour objectif la mise en relation des acteurs économiques afin de créer une filière alimentaire locale. Plusieurs actions ont été développées comme la marque local « IsHere », des services logistiques avec la plateforme installée sur le MIN de Grenoble, la modernisation de l'abattoir, la création d'une légumerie interterritoriale...

MIN : Les producteurs livrent la plateforme et c'est un logisticien « Fret Froid Service » qui répartit les commandes et organise la livraison.

Le MIN accueille également le box fermier, entreprise spécialisée dans la livraison de produits locaux aux professionnels des métiers de bouche et particuliers.

Autres animations : journées annuelles, groupes d'échanges, annuaire, ...

Porteur : Département et Métropole

Partenaires : chambre agri, CMA, CCI





Euralimentaire – Lille ; Outil multifonctionnel

Euralimentaire c'est l'évolution d'une plateforme de vente de fruits et légumes vers un véritable « site d'excellence » porté par le service « développement économique » de la Métropole de Lille pour booster la création d'entreprises innovantes et d'emplois dans le champ des produits frais à l'instar d'Euratechnologies, Eurasanté, Euramaterials...

L'objectif, depuis 2017/2019, est de regrouper les acteurs de la filière alimentaire au cœur d'un même site ; autour du marché de gros déclassé en 2019. De nombreux acteurs de l'innovation sont regroupés : un incubateur, accompagnateur d'innovations (foodtech) ; un parc d'entreprises ; la recherche ; le pôle de compétitivité... La Métropole anime une dynamique collective, un réseau d'entreprises.

En parallèle la naissance du PAT au sein de la métropole (95 communes) a impulsé de nouvelles questions notamment celles des circuits de proximité. Il a été créé deux

Appels à manifestation d'intérêt (AMI) de suite « innover pour la transition alimentaire / de la fourche à la fourchette » qui permettent d'accompagner les entreprises dans la transition alimentaire pour répondre aux enjeux du PAT.

Porteur : Métropole de Lille, Marché de gros de Lille et Eurasanté (agence de dvpmt nutrition santé)

Partenaires : Région HdF, Roquette, Harmonie Mutuelle, Comité de promotion chambre agri

Groupement fermier des portes de Colmar ; CUMA¹⁶

Les clients peuvent commander des produits via un site internet sur lequel il y a des informations sur les producteurs et sur les sites de livraisons :

- 2 points de retrait à la ferme
- 2 points de livraisons dans l'agglomération de Colmar

Les retraits et livraisons sont le mercredi et le samedi : les producteurs chargés d'un point de retrait ou de la livraison prennent une commission sur la valeur des marchandises vendues.

Un outil de gestion est utilisé par les producteurs pour faciliter la préparation de commande et les livraisons.

Porteur : 8 producteurs membres de l'association « Manger Fermier » portée par la CC et qui vise à promouvoir les produits fermiers

¹⁶ Coopérative d'Utilisation des Matériels Agricoles



PromusBox – Région nantaise ; Plateforme logistique

Trois start up ont créé Promus en 2017 pour apporter une solution logistique amont et aval.

Après s'être inscrits en ligne, les producteurs viennent déposer leurs produits dans la box la plus proche. Les box sont réfrigérées et énergétiquement autonomes. La start-up assure la sécurité sanitaire des produits en suivant, à distance, la température intérieure, ainsi que la traçabilité.

« Nous traitons chaque mois entre 500 et 600 colis pour les producteurs. Promus livre aussi en moyenne deux tonnes de produits chaque semaine chez les clients professionnels, comme la restauration collective ou les entreprises ».

Porteur :

Recherche action portée par l'ADEME, trois start'uppeurs spécialistes de la logistique



Produitsurson31 – Toulouse ; Plateforme logistique

« Produit sur son 31 » se charge de la logistique, de la commercialisation et de la promotion des produits livrés par les producteurs.

- Cotisation et cahier des charges pour les producteurs.
- Livraison par le producteur sur la plateforme de stockage (pas de logistique amont).

Le délai d'approvisionnement est en A pour C pour les fruits et légumes et d'une semaine pour la majorité des autres produits frais et 15 jours pour la viande de boucherie en carcasse. La plateforme commande au(x) producteur(s), réceptionne les produits, les contrôle et les livre sans frais de port supplémentaire si le franco est atteint.

Porteur : Chambres d'agriculture Tarn et Haute Garonne

Lien : Qui sommes-nous ? - Produit sur son 31 "Produit sur son 31" veut regarder vers l'avant | Paysan Tarnais





La Charrette – France ; Service de livraison en circuits courts

La Charrette a été créée en 2016. A l'origine, il s'agissait d'un site de co-livraison pour organiser l'acheminement de denrées des producteurs.

Aujourd'hui c'est une plateforme de mise en relation entre producteurs B2B et acheteurs, ainsi qu'un service d'accompagnement de formation et de conseil sur la thématique de la logistique alimentaire des circuits courts.

La Charrette a rapidement reçu des demandes pour inclure des transporteurs et donc ils ont ajouté un logisticien pour gérer les livraisons.

La Charrette s'est transformée en 2021 en réseau social de la livraison de circuits courts, en mettant en relation autour de parcours logistiques déjà testés, programmés, utilisables par tous :

- Des producteurs qui font du B2B
- Des acheteurs

L'adhésion au réseau est fixée à 50€/an.

La Charrette propose également à des structures extérieures – notamment les collectivités – une fonction d'animation qui permet de proposer un service ou promouvoir un dispositif.

L'accès au réseau pour ce type d'acteurs est de 250€ ou 1000€.

Quelques chiffres communiqués en nov. 2023 :

- Environ 7000 producteurs
- Environ 4000 transporteurs



LeCourtCircuit – Hauts de France ; Drive fermier

En 2014, trois amis décident de créer une solution pour répondre aux besoins des producteurs et des consommateurs dans le Nord-Pas-de Calais : soutenir, structurer et rendre plus accessible la vente directe.

LeCourtCircuit ce sont des points de vente collectifs matérialisés par des points de retrait gérés par les producteurs. Pas d'abonnement, pas de panier.

Le fonctionnement est très simple : le client trouve son point de retrait, choisit ses produits locaux, paie sa commande et la retire au point de retrait proche de chez lui.



Agoralim – Rungis Paris ; Plateforme logistique

Projet multisite pour mettre en place un dispositif durable de valorisation des produits alimentaires frais à tous les échelons : production, transformation et distribution.

Agoralim comprendra :

- Un site agricole d'une centaine d'hectares avec des productions diversifiées respectant les principes de l'agroécologie ;
- Une ou plusieurs plateformes de transformation-distribution alimentaire de proximité réservées aux professionnels : préparation, découpe, transformation.
- Actions pédagogiques pour le grand public pour les informer au « bien manger »



Prévisionnel masse salariale : 3000 à 5000 emplois dans les métiers de l'alimentaire, agriculture, de bouche et logistique.

Le projet serait exemplaire sur le plan environnemental et coconstruit avec les acteurs du terrain.

Porteur : SEMMARIS, autorité organisatrice du Marché International de Rungis

et locales font partie du projet (ex : Réseau des AMAP AURA).



Mes producteurs Mes cuisiniers – Lyon ; Réseau de professionnels engagés

Il s'agit d'une initiative qui valorise les produits locaux et sans OGM, en mettant en avant les producteurs et les restaurants engagés dans cette démarche pour soutenir l'économie locale et garantir la fraîcheur des ingrédients.

Les restaurants et partenaires se doivent de suivre des règles édictées par une charte. Par exemple, les consommateurs peuvent connaître les détails des ingrédients, leurs origines, et les méthodes de production pour chaque plat proposé par les restaurants partenaires.

L'organisation prône le véritable circuit court, où l'argent dépensé est reversé directement au producteur, sans intermédiaires, sauf pour la livraison.

On trouve sur le site une carte et une barre de recherche pour découvrir facilement les adresses des restaurants qui adhèrent à la philosophie du "manger sain, de saison et local". On y trouve également des artisans, épiceries et magasins de producteurs.

Des collectivités comme la Ville de Lyon ou le Grand Chambéry soutiennent le projet. D'autres partenaires travaillant pour la structuration des filières agricoles courtes



Conclusion

L'analyse de modèles inspirants a permis de mettre en évidence des leviers de réussite pour optimiser la logistique des circuits courts alimentaires notamment par le rôle des collectivités.

Tout d'abord, il est primordial de s'appuyer sur les acteurs existants. A l'amont, les agriculteurs ; à l'aval, les restaurateurs mais également les opérateurs logistiques entre les deux. Connaître les besoins de chacun, disposer de leur savoir-faire, de leurs réseaux, de leurs compétences est un gain de temps et un facteur de réussite approuvé par des structures comme Sur Le Champ ou Le Kiosque Paysan. La difficulté réside dans la capacité de la collectivité à les sensibiliser à l'intérêt des filières locales, à les convaincre de travailler ensemble, et à articuler ce collectif pour que leurs contraintes soient entendues et levées.

De plus, la définition du modèle économique doit tenir compte des spécificités des produits et des filières en misant sur la diversité plutôt que sur la spécialisation. Aussi, il est primordial de porter une attention particulière à la juste répartition de la valeur ajoutée entre les acteurs de la filière car c'est l'objectif premier des circuits courts.

Enfin, le financement des projets repose à la fois sur des fonds privés et publics, avec un soutien variable mais indispensable des collectivités. Le succès des initiatives dépend aussi de la capacité à mobiliser des ressources et à développer une stratégie de communication efficace pour animer le projet.

Sur la Métropole de Lyon, territoire de gastronomie reconnu, de nombreux ingrédients sont déjà en place. Il reste à impulser une dynamique d'acteurs par la mise en relation et la co-construction d'une ou plusieurs solutions logistiques qui répondent aux contraintes de la ZFE et à la massification des filières courtes alimentaires.



Crédit photo de la couverture : ©BioAPro
Livraison de poires d'Henry Chambe, producteur associé à BioA Pro



Directeur de publication : **Damien Caudron**
Réfèrent : **Bertille Joli** - b.joli@urbalyon.org

Ce rapport résulte d'un travail associant les métiers
et compétences de l'ensemble du personnel de l'Agence d'urbanisme



Agence d'**Urbanisme** de l'aire
métropolitaine **lyonnaise**

Tour Part-Dieu, 23^e étage
129 rue Servient
69326 Lyon Cedex 3
Tél. : +33(0)4 81 92 33 00
www.urbalyon.org

La réalisation de ce rapport a été permise par la mutualisation
des moyens engagés par les membres de l'Agence d'urbanisme