

ÉTUDES Fruits et Légumes



- Février 2023

Synthèse de l'étude sur les opportunités et les limites de l'approvisionnement local et des circuits courts pour la filière fruits et légumes frais

Étude réalisée par le bureau d'études CERESCO et commanditée par FranceAgriMer et Interfel.

Rappel du contexte

Les produits alimentaires locaux, de proximité ou encore issus des circuits courts font l'objet d'un intérêt de plus en plus fort de la part des consommateurs, qui y associent une notion de patriotisme économique, voire un gage de confiance. Cette dynamique se retrouve également dans la mise en œuvre des politiques publiques, tant au niveau national qu'au niveau territorial, encourageant le développement d'initiatives en faveur d'un approvisionnement local ou en circuits courts : Loi EGAlim et Loi Climat et résilience pour l'approvisionnement de la restauration collective, mise en place de Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) ...

Ces évolutions impactent l'organisation des filières agricoles dont celle des fruits et légumes frais. Interfel et FranceAgriMer ont donc souhaité mieux connaître les contours de ces notions, ainsi que les opportunités et limites de l'approvisionnement local et en circuits courts des fruits et légumes frais.

Objectifs

- ◆ clarifier les éléments de définition sur ces notions ;
- ◆ identifier les enjeux que celles-ci soulèvent dans la stratégie des opérateurs économiques de la filière.

Méthodologie

L'étude réalisée en 2022 s'est appuyée sur un travail d'analyse bibliographique et la réalisation de plus de 60 entretiens auprès d'experts et d'opérateurs de la filière. Les enseignements de ce travail ont été valorisés à travers plusieurs livrables :

- › Un porter à connaissance, apportant les principales clés de compréhension autour des notions de local et de circuits courts pour la filière fruits et légumes frais ;
- › 4 études de cas régionales (Nouvelle-Aquitaine, Bretagne, Hauts-de-France et Ile-de-France) visant à illustrer les limites et opportunités rencontrées par les opérateurs de la filière fruits et légumes frais pour répondre à la demande en produits locaux et/ou de circuits courts et à mettre en évidence certaines spécificités régionales.

La présente synthèse met en avant les principaux résultats de l'étude.

Etat des lieux et éléments de définition

Malgré le fort développement des initiatives d'approvisionnement local ou en circuits courts, ces différentes notions restent ambiguës, ne reposent pas toujours sur une définition officielle et peuvent ainsi être source de confusion.

En effet, les concepts de local et de circuits courts sont souvent entremêlés dans l'esprit des consommateurs et répondent à une recherche globale de **proximité** qui peut être « **géographique** » (des produits locaux) ou

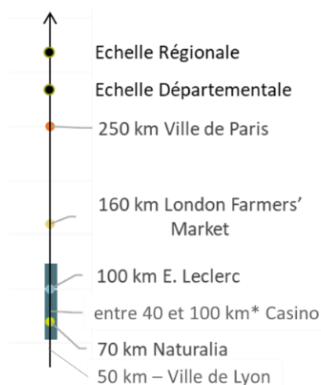
« relationnelle » (réduction du nombre d'opérateurs entre le producteur et le consommateur).

La notion de « local »

Il n'existe pas aujourd'hui de définition officielle pour désigner un produit alimentaire « local ». Le récent rapport du CGAAER sur les produits locaux¹ précise même qu'une définition du local « risquerait d'entraver des initiatives locales en restreignant ou au contraire en diluant le périmètre géographique à considérer. Une définition fixerait des contraintes contre-productives au détriment de la valorisation des produits locaux ».

La vision du local diffère donc **selon les acteurs et les contextes**. Le local peut être associé à une distance kilométrique (périmètre ou rayon de X km) mais aussi à une notion de territoire, voire de terroir. La définition qu'en ont les acteurs varie également **selon la zone géographique**, dépendant de l'offre disponible dans la zone et de la saisonnalité des productions.

Des distances kilométriques propres à chaque acteur, (Rapport sur les produits locaux, CGAAER, 2021)



La notion de local n'ayant pas de définition établie, il est très difficile de quantifier ce marché pour les fruits et légumes frais.

La notion de circuits courts

La notion de « circuit court » ne fait pas l'objet d'une définition réglementaire en France, mais

est toutefois décrite par le Ministère de l'Agriculture (2009) comme 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** entre l'exploitant et le consommateur ». En France, c'est cette interprétation du Ministère qui fait foi.

Dans l'Union Européenne, le règlement UE 1305/2013 définit le circuit court comme « 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 ».

Si les terminologies peuvent différer, la définition de circuit-court implique quoi qu'il en soit une notion de **proximité relationnelle**, mais ne présuppose **aucune notion de distance géographique**.

La commercialisation en circuits courts peut ainsi être assurée par vente directe (exemple : vente à la ferme, producteurs sur les marchés de plein vent, paniers, vente par correspondance) ou en mobilisant un intermédiaire autre que le producteur pour commercialiser ses produits (exemples : vente via des GMS, des magasins spécialisés, des détaillants...).

En 2020, le CTIFL estimait que pour les fruits et légumes, les circuits courts représentent moins de 7% des volumes commercialisés².

La notion de vente directe

La vente directe est définie par la DGCCRF³ comme la « **remise des produits du producteur au consommateur (...)** **Aucun intermédiaire ne saurait être toléré, dans le respect de l'article L. 121-2 du Code de la consommation [pratiques commerciales trompeuses]** ».

¹ Les produits locaux, CGAAER, 2021

² Diagramme de la distribution 2020, CTIFL - prend en compte les volumes commercialisés par des producteurs vendeurs en vente directe, sur des marchés de détail, à des détaillants (direct ou marchés de gros) ou à des centrales.

³ Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, 2022

Le CTIFL estime que la vente directe représente 5% des fruits et légumes frais commercialisés, soit 2/3 des volumes en circuits courts.

En complément, le rapport sur les produits locaux du CGAAER (2021) précise que 22,7% des exploitations agricoles (toutes filières confondues) pratiquent la vente directe, dont seulement 6,3% pour lesquelles la vente directe représente plus de 75% de leurs ventes.

La notion d'approvisionnement direct

La notion **d'approvisionnement direct** a été introduite avec les lois EGAlim et Climat et Résilience. Elle est très liée au secteur de la restauration collective car a été créée en tant que critère d'attribution des marchés publics. Ainsi, le Code de la commande publique (Article R.2152-7) précise que : « *Pour attribuer un marché à un soumissionnaire (...) l'acheteur peut se fonder sur une pluralité de critères non-discriminatoires parmi lesquels (...) les performances en matière de protection de l'environnement et de développement des **approvisionnements directs** de produits de l'agriculture.* »

Toutefois, il n'est à ce jour pas précisé les contours de cette notion.

Une forte dépendance à la saisonnalité et aux bassins de production

Aborder les questions du local et des circuits courts dans les filières fruits et légumes frais implique d'intégrer deux composantes intrinsèques :

L'offre disponible régionalement

Selon le bassin géographique, les productions implantées diffèrent et peuvent influencer la capacité d'un opérateur à fournir ou à s'approvisionner en local ou en circuits courts.

Après calcul du « Taux de couverture théorique » (c'est-à-dire du niveau de disponibilité théorique nécessaire pour répondre aux besoins des habitants), on notera que les principaux légumes consommés sont produits dans presque toutes les régions, mais avec des niveaux de disponibilités différents.

Par exemple, les productions régionales de tomates couvriraient théoriquement plus de 100% des besoins des habitants des régions Bretagne, Pays-de-la-Loire, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, PACA et Corse ; mais moins de 50% des besoins des régions Ile-de-France, Bourgogne-Franche-Comté, Grand-Est, Hautes-de-France, Normandie ou Centre Val de Loire.

La production de fruits est, elle, plus régionalisée : mis à part les productions de pommes, poires voire de fraises dont les productions sont réparties sur tout le territoire, la plupart des fruits ne sont produits que dans quelques régions.

La saisonnalité des productions

Même dans les zones où les cultures sont bien implantées, la saisonnalité de la production des fruits et les légumes impacte la capacité des opérateurs à s'approvisionner/commercialiser les produits toute l'année. Par exemple, en Bretagne, région qui dispose d'un « taux de couverture théorique » élevé pour les principaux légumes, on peut noter que la production d'aubergines n'est disponible que les mois d'été (de juin à septembre) d'après le calendrier des disponibilités régionales 2021 réalisé par le CTIFL⁴.

Des enjeux à chaque maillon de la filière

L'intérêt des consommateurs et des pouvoirs publics pour une alimentation plus locale et/ou en circuits courts conduit les acteurs de la filière fruits et légumes frais à renforcer l'intégration de cette attente dans leurs stratégies d'entreprises, à adapter leurs pratiques, voire à imaginer de nouvelles modalités d'organisation et de coordination. Les entretiens réalisés avec les opérateurs économiques des **différents maillons** de la chaîne de valeur ont permis d'identifier **les limites et les opportunités d'un approvisionnement local et/ou en circuits courts**.

Maillon « producteurs »

Le développement d'une commercialisation en **circuits courts** par un producteur conditionne

⁴ Calendrier des disponibilités régionales 2021, réalisation CTIFL, sources Agreste, Chambres d'Agriculture, CTIFL

l'organisation de son activité agricole (surtout lorsqu'il est en vente directe). Les nouvelles fonctions induites par cette activité s'ajoutent à la fonction de production à proprement parler, et requièrent du temps de travail, des compétences et une adaptation du modèle d'exploitation (gamme, volumes...). En pratique, les producteurs en circuits courts réalisent la plupart de leurs ventes localement.

Inversement, les producteurs peuvent commercialiser leurs productions localement sans être en circuits courts pour autant. Dans ce cas de figure, les chaînes « classiques » de commercialisation sont moins directement remises en question et il est possible de valoriser une offre locale dans un système impliquant plusieurs intermédiaires (« filières longues »).

Les limites et difficultés rencontrées par les producteurs

Dans le cas des **circuits courts** :

- **L'internalisation de l'activité logistique et commerciale**, habituellement assurée par d'autres maillons (metteurs en marché, grossistes), implique un **temps** de démarchage, de relations commerciales, qui s'ajoute au temps dédié à l'activité agricole ; et requiert des compétences pour répondre à des appels d'offres dans le cas de commande publique.

- **Une planification et une logistique à organiser** (temps et coût) pour le « **premier kilomètre** », afin de répondre à des acheteurs plus nombreux, plus diversifiés et plus « en aval de la filière » qu'auparavant : transport, conditionnement, préparation des commandes, livraison...

- **L'élargissement de la gamme** de produit à proposer (pour ne pas lasser le consommateur), ce qui limite les économies d'échelles : multiplication des itinéraires techniques, des travaux au champ, acquisition de nouvelles compétences voire de nouveaux process en cas de transformation...

- Des **arbitrages** à faire entre les circuits de distribution et le risque de ne pas satisfaire tous les circuits car les volumes en jeu peuvent être trop importants par rapport aux volumes produits.

Dans le cas du **local**, des enjeux du même ordre peuvent intervenir pour les producteurs (nécessité d'adapter l'offre de production, évolution de l'organisation logistique pour traiter de plus petits volumes...), et les principales difficultés évoquées par le maillon producteurs résident dans :

- Le développement de **nouvelles modalités de coordination avec les interlocuteurs commerciaux**,

- La capacité à **être visible auprès des acheteurs locaux** et saisir les opportunités de développement des ventes.

Les opportunités et leviers déployés par les producteurs

En réponse à ces difficultés, certains producteurs peuvent choisir de **mutualiser l'activité commerciale et logistique** avec d'autres producteurs (groupements de producteurs, magasins de producteurs...) ou encore **sollicitent des prestataires** pour les accompagner dans leur organisation logistique. Cependant, malgré ces initiatives, la logistique demeure un frein majeur pour le développement des ventes en local et en circuits courts.

Des **outils informatiques de gestion de l'offre commerciale** peuvent également être mobilisés, afin de gérer la disponibilité en produit en temps réel et de faciliter la gestion des commandes.

Enfin, concernant l'offre de produits, certains producteurs **diversifient les productions sur leur exploitation** pour offrir une gamme de produits plus large et plus facilement adaptable aux demandes des acheteurs, ou encore **se rapprochent d'autres producteurs** aux productions complémentaires.

Maillon « mise en marché »

Le rôle des acteurs de la mise en marché dans la filière fruits et légumes frais est de faire le lien entre l'offre et la demande. Historiquement, l'activité de ces opérateurs s'est orientée vers la commercialisation de fruits et légumes à destination d'acheteurs de volumes importants et implantés dans toute la France (voir à l'étranger).

Au niveau du maillon de la mise en marché, le local peut être vu comme une opportunité de diversification de leur gamme en produits régionaux « typiques », pour répondre à une demande grandissante. Quelques initiatives de metteurs en marché ont également pu être observées pour vendre directement au consommateur (magasins en station d'expédition, magasins de coopératives, paniers...). Toutefois celles-ci représentent des flux marginaux.

Les limites et difficultés rencontrées par les metteurs en marché

Les acteurs de mise en marché disposent d'ores et déjà du savoir-faire et des moyens pour regrouper et commercialiser l'offre de producteurs localisés dans un même bassin. L'enjeu pour ce maillon est donc de réussir à mieux toucher l'écosystème des **acheteurs locaux**, induisant les évolutions suivantes :

- **L'adaptation de l'organisation logistique**, notamment du transport, afin de traiter des commandes de plus petits volumes, et sur des trajets de quelques kilomètres. *Exemple : difficulté d'un metteur en marché pour approvisionner 15 magasins individuels dans un rayon de 50km vs une plateforme à 300km.*

- La **diversification de l'offre de produits**, en particulier pour des metteurs en marché très spécialisés (voire « mono-produit »), face à des acheteurs recherchant une gamme large de fruits et légumes.

- La **mise en valeur de la provenance**, en réponse à la volonté des acheteurs de mettre en valeur le lien entre le produit et l'agriculteur.

Les opportunités et leviers déployés par les metteurs en marché

En réponse à ces enjeux, certains metteurs en marché ont pu diversifier leur offre en travaillant **avec leurs producteurs fournisseurs** (innovation, appui technique...), ou en **s'associant à d'autres metteurs en marché** complémentaires.

Certains opérateurs ont développé une **entité dédiée à la commercialisation locale et/ou en circuits courts**, mettant en place des systèmes

de commandes et des circuits logistiques spécifiques, leur permettant d'être plus agiles et de travailler avec des acteurs locaux, différents de leurs interlocuteurs habituels (acheteurs mais aussi fournisseurs).

La construction d'une **plus forte proximité dans la relation avec les acheteurs** permet également aux metteurs en marché de valoriser au mieux le caractère « local » des produits commercialisés, mais aussi de sensibiliser les acteurs de la filière au sujet de la disponibilité des produits et de la saisonnalité propre à leur bassin régional.

Maillon « commerce de gros »

En considérant la définition des circuits courts qui prévaut communément en France (*pour rappel : un intermédiaire maximum entre l'exploitant et le consommateur*), les opérateurs de gros ne peuvent *a priori* pas s'inscrire dans des démarches de circuits courts. Toutefois, leur rôle d'« agrégateur » dans la filière fruits et légumes frais les rend incontournables du fait de la diversité des fruits et légumes proposés. Pour ces opérateurs, **développer un sourcing plus local** représente ainsi le principal enjeu d'adaptation.

Les limites et difficultés rencontrées par les grossistes

- Le renforcement ou la mise en place d'un **travail de sourcing local** : identifier et favoriser les relations commerciales avec les fournisseurs présents localement.

- Des coûts logistiques importants pour regrouper et distribuer l'offre, alors que les bassins de production sont souvent spécialisés et très localisés.

Les opportunités et leviers déployés par les grossistes

Des initiatives ont été observées chez certains opérateurs du commerce de gros, comme la **contractualisation avec des fournisseurs locaux** : s'engager mutuellement sur des volumes et/ou des prix pour une durée fixée, en vue d'établir une relation plus stable et de pérenniser l'approvisionnement. Dans certains cas, il a également été observé des contrats « tripartites » impliquant le producteur, le

grossiste et un établissement de restauration collective (dans le respect du code de la commande publique).

Plus globalement, le développement du local peut s'appuyer sur une **plus forte proximité avec les fournisseurs**, à la fois sur le plan géographique mais également sur le plan relationnel en **multipliant les échanges avec la production** pour travailler sur l'offre et mieux prendre en compte les attentes de certains marchés (exigences qualité, labellisation...), voire d'accompagner financièrement les producteurs (avance de trésorerie, aide à l'investissement...).

Des exemples de collaborations avec les maillons amont et aval de la filière existent et démontrent les complémentarités des différents opérateurs : contrats tripartites entre producteur, grossiste et restauration collective ; metteurs en marché déléguant la logistique des commandes « locales » à des grossistes voisins...

Les **marchés de gros** viennent stratégiquement réaffirmer leur rôle sur le sujet en travaillant à rendre attractif leur carreau de producteurs locaux, en valorisant leur rôle dans l'optimisation des flux logistiques, ou en favorisant la traçabilité pour une meilleure lisibilité de l'offre locale des grossistes...

Maillon « primeurs »

Parmi les différents acteurs du commerce de détail de proximité, les primeurs proposent une offre de fruits et légumes accompagnée de conseils et de services, ils assurent un travail d'approvisionnement et de sélection des produits, pour les commercialiser aux consommateurs finaux auprès desquels ils jouent un véritable rôle de prescripteurs. Bien que la **qualité organoleptique des fruits et légumes (goût et aspect) représente le premier critère de choix** du primeur pour répondre aux attentes de sa clientèle, l'offre locale et/ou en circuits courts s'intègre également dans les stratégies des primeurs pour toucher de nouveaux consommateurs ou les fidéliser face à la concurrence des AMAP ou autres systèmes de vente directe. Selon les stratégies d'approvisionnement en place chez les acteurs (auprès de grossistes principalement mais

également auprès de producteurs...), les enjeux seront plus ou moins importants.

Les limites et difficultés rencontrées par les primeurs

- Le renforcement ou la mise en place d'un **travail de sourcing local**, parfois déjà appliqué par les opérateurs (notamment lorsqu'ils sont implantés dans un bassin de production important), mais qui implique un temps de travail supplémentaire et peut être **compliqué à mettre en place** pour ces opérateurs qui ont souvent des **entreprises de petite taille**.

- Une évolution du **mode de sélection des fruits et légumes auprès des fournisseurs locaux/circuits courts**, qui ne proposent pas toujours un assortiment étoffé de produits etc...

- Un **compromis à trouver sur la diversité de sa gamme**, au regard de l'offre disponible localement et de la saisonnalité, pouvant conduire à réduire l'étendue de la gamme.

Les opportunités et leviers déployés par les primeurs

En réponse à l'enjeu de sourcing, certains opérateurs réussissent à **dégager du temps et des moyens pour construire des relations avec des producteurs locaux**, cependant, ce travail supplémentaire peut être difficile à assumer pour des entreprises dont la taille et le nombre d'ETP sont souvent relativement réduits.

En ce sens, certains opérateurs **s'appuient sur le travail de centralisation de l'offre locale assuré par des opérateurs en amont** (cf rôle de « pivot » des grossistes évoqué précédemment), ou encore **saisissent des opportunités ponctuelles** d'approvisionnement auprès de producteurs locaux, en particulier lorsque ces derniers souhaitent écouler des pics de production.

Les primeurs occupent en effet **une position privilégiée pour communiquer avec le consommateur** et jouent un **rôle de prescripteur** important, pour **sensibiliser** aux contraintes liées au bassin de production (saisonnalité, absence d'offre locale pour certains produits...) mais aussi **mieux mettre en valeur les productions locales** (« récit » autour du produit et du terroir de production).

Maillon « grande distribution »

Le système de la grande distribution s'est historiquement structuré de façon **centralisée** (centrales d'achats, plateformes nationales ou inter-régionales...) dans l'objectif **d'optimiser les coûts logistiques**. Les enseignes de la distribution cherchent de plus en plus à intégrer une offre locale et/ou en circuits courts pour répondre aux attentes de leurs consommateurs, mais ces démarches impliquent donc des **évolutions de leur schéma de fonctionnement historique**. Ces produits représentent souvent une faible part de l'offre proposée en magasin et constituent plutôt des « produits d'appel ».

Les démarches de **circuit court** en particulier soulèvent de nombreux enjeux, car elles impliquent de réduire le nombre d'intermédiaires dans la chaîne d'approvisionnement. L'**approvisionnement local**, lui, ne remet pas directement en question le recours à des opérateurs intermédiaires, pourtant on observe que les magasins qui développent un approvisionnement local le font le plus souvent via des circuits courts. **Il existe donc un enjeu à faciliter le local en distribution au-delà des circuits courts.**

Les limites et difficultés rencontrées par la grande distribution

Dans le cas des circuits courts :

- Une **modification profonde des pratiques d'achats** des magasins, impliquant non seulement un **travail de sourcing** pour identifier les producteurs mais également une modification des **pratiques de commandes** (plus fréquentes, plus spécifiques, souvent plus nombreuses...).
- Une **révision de l'organisation logistique**, afin de s'approvisionner non plus auprès d'une plateforme de l'enseigne, mais auprès de plusieurs producteurs. En ce sens, des groupements de producteurs peuvent se constituer à l'échelle de magasins, mais ont du mal à être transposés à l'échelle de l'enseigne.

Dans le cas du local :

- Une **adaptation des pratiques des centrales**, en vue de davantage intégrer des

références de produits « locaux » ou *à minima* régionaux dans l'offre des plateformes.

Les opportunités et leviers déployés par la grande distribution

Ces enjeux appellent plusieurs opérateurs de la distribution à **une évolution des métiers** (directeur de magasin, responsable d'achats ...) pour intégrer de nouvelles pratiques d'achats et de commande et à **une évolution du cadre commercial**, en vue de faciliter l'approvisionnement des magasins auprès de producteurs (exemple : mise à disposition de **contrats types** de partenariat avec des producteurs) ou auprès des plateformes (exemple : permettre les **référencement « régionaux »** au sein des plateformes d'achats, rapprocher les plateformes du terrain...).

Enfin, la **mise en valeur** des produits locaux ou issus des circuits courts en rayon est au cœur de la stratégie des opérateurs de la distribution. Plusieurs opérateurs souhaitent **identifier et mettre en avant le producteur** par une signalétique (photo, récit...), voire à travers des temps d'animation par les producteurs en magasin (dégustation, promotions...). Cela met en avant l'importance pour les opérateurs amont de la filière de renforcer l'information à destination du consommateur quant au caractère local ou circuit court des produits.

Maillon « restauration collective publique »

Parmi les acteurs de la restauration hors domicile, le secteur de la **restauration collective publique est le plus spécifiquement concerné** par les enjeux du local et des circuits courts. Les politiques publiques encouragent de plus en plus ces démarches avec, à l'échelle nationale, les lois EGAlim et Climat et Résilience qui incitent les opérateurs du secteur à s'approvisionner en produit « performants en matière d'approvisionnements directs » et à quantifier la part de produits issus de circuits courts, et à l'échelle territoriale, les collectivités qui sont de plus en plus nombreuses à travailler en faveur d'une relocalisation de l'alimentation (Projets Alimentaires Territoriaux etc.).

Le développement des approvisionnements locaux et/ou en circuits courts dans la

restauration collective publique doit s'inscrire dans le contexte particulier du **Code de la Commande Publique**. Les **modalités d'approvisionnement** sont **encadrées par des règles spécifiques** : les fournisseurs sont sélectionnés à travers des marchés publics, sur la base de plusieurs critères prédéfinis (prix, qualité, conditions de livraison...), et le **caractère « local » ou l'origine d'un produit ne peut pas constituer un critère de sélection**.

Les limites et difficultés rencontrées par la restauration collective publique

- Un **compromis à trouver entre prix d'achat et coût du repas**, dans un secteur où les contraintes de coûts sont fortes et les marges de manœuvre limitées (peu de possibilité d'augmenter le prix du repas), en particulier en contexte d'inflation.

- Une **modification profonde des pratiques d'achats**, impliquant non seulement la mise en œuvre d'un **travail de sourcing** (identifier et échanger avec les fournisseurs prêts à se positionner sur un marché) mais également une **adaptation de la rédaction des marchés publics** (établir des critères de sélection et des allotissements permettant aux fournisseurs pré-identifiés d'accéder au marché, tout en respectant le code de la commande publique).

- La **multiplication des fournisseurs et des commandes**, qui induit une charge administrative et des coûts supplémentaires.

- Une flexibilité à trouver face aux **risques de rupture d'approvisionnement** et une **contrainte de saisonnalité** à intégrer, lorsque les périodes de production de fruits et légumes sont décalées des périodes de consommation (vacances scolaires en été).

- Une **modification des pratiques de cuisine**, induisant une évolution des **métiers** et de **l'équipement**, afin d'être en capacité de travailler des produits frais et plus « bruts » (en comparaison à des produits aujourd'hui généralement pré-conditionnés, surgelés...).

Les opportunités et leviers déployés par la restauration collective publique

En réponse aux contraintes de prix, une **réflexion globale sur l'optimisation des coûts**

matières peut permettre d'équilibrer les surcoûts, via par exemple la réduction du gaspillage ou encore la diversification des sources de protéines dans les menus.

Concernant l'attribution des marchés, **l'allotissement** permet à certains opérateurs de jouer plus finement sur les critères de sélection d'un marché afin de mieux cibler certains fournisseurs. Cependant cette stratégie est à penser minutieusement, car la multiplication des allotissements peut aussi représenter une contrainte et décourager les fournisseurs : multiplication des commandes et du travail administratif, volumes trop faibles etc. ... En complément, l'obligation récemment introduite par la loi EGalim de s'approvisionner en **produits sous SIQO ou issus de l'agriculture biologiques** peut représenter un critère différenciant pour cibler certains fournisseurs ; en veillant à ne pas mentionner d'origine géographique, conformément au code de la commande publique (exemple : « pommes IGP »).

Plus globalement, la mise en place de **plateformes de massification** (de **l'offre** ou de **la demande**) au sein d'un territoire peut permettre de lever plusieurs limites au local et aux circuits courts : volumes de commandes plus importants, coûts logistiques réduits, nombre d'interlocuteurs limité, meilleure visibilité... Certains peuvent également assurer une fonction de transformation (4^e gamme).

Le rôle d'« **agrégateur de flux** » peut être assuré via la **structuration d'une plateforme** ad hoc ou par **d'autres opérateurs de la filière** capables de proposer une offre locale. En ce sens, une réflexion est en cours en vue **d'établir une définition de « circuits-court » propre à la restauration collective**, afin de leur permettre de s'appuyer sur un opérateur intermédiaire (en considérant le restaurant comme consommateur final).

Dans la continuité de ces stratégies, certains opérateurs ont choisi de mettre en place des **contrats tripartites producteurs-grossistes-restauration collective** en s'engageant sur un volume, un prix et une durée pour pérenniser les

flux d'approvisionnement sur des produits donnés.

Enfin, pour intégrer les pratiques induites par la cuisine de fruits et légumes frais, des **formations du personnel** sont disponibles et peuvent être soutenues par les collectivités, ainsi que des **investissements en équipements**. Des **outils** peuvent aussi être développés pour accompagner concrètement les acteurs de ce secteur.

→ Les collectivités sont des acteurs charnières et très impliqués pour accompagner cette dynamique et soutenir le développement de solutions, qu'il s'agisse de soutien matériel (outil de transformation, plateforme logistique, équipement des cuisines...) ou immatériel (facilitation des relations commerciales, guides pratiques et stratégiques...).

Enseignements des spécificités régionales

Les études de cas régionales, qui présentaient des situations contrastées en termes de bassin de production et de consommation et de tissus d'opérateurs ont permis de mettre en évidence certaines limites et opportunités pour l'approvisionnement en fruits et légumes locaux et/ou en circuits courts :

- Dans les régions où l'offre ne permet pas de répondre à la demande des habitants, les initiatives pour soutenir les démarches locales sont plutôt portées par les acteurs de l'aval qui vont entreprendre **un travail de sourcing important** et tâcher de sécuriser les volumes de production (contrats de magasins GMS avec des producteurs, mise en place de gammes « régionales » dans les enseignes, contrats tripartites impliquant des grossistes...). A l'inverse, dans les régions fortement productrices, l'adaptation vient plutôt de l'amont de la filière (agriculteurs, metteurs en marché) qui diversifient leurs offres, font évoluer les statuts des structures pour rendre possible la vente directe, ou créent des **structures commerciales dédiées au local et/ou aux circuits courts**.

- Les filières régionales les plus engagées dans des **démarches de qualité** sont bien positionnées pour saisir les opportunités de

développement d'approvisionnement « local » et des « circuits courts » notamment en restauration collective avec la loi EGALIM.

- **L'émergence des PAT** offre de nombreuses opportunités pour les acteurs de la filière fruits et légumes frais, notamment pour les opérateurs de l'aval encore peu intégrés dans le cadre de concertations et d'actions des PAT.

- L'organisation des opérateurs et la spécificité de ces modes d'approvisionnement influent particulièrement sur la capacité à **optimiser les flux logistiques** (ramasses, réceptions...) et à en réduire les coûts.

Conclusions

Bien que les démarches de local et de circuits courts renvoient à deux concepts distincts et impliquent des enjeux différents (proximité géographique vs proximité relationnelle), les entretiens réalisés montrent en pratique une imbrication de ces notions qui entretient la confusion.

Le développement du local au-delà des circuits courts implique un changement d'échelle, et donc une **évolution des modèles organisationnels**. Même si une hybridation des métiers s'opère pour intégrer plus de local et/ou de circuit court dans les approvisionnements et sécuriser l'offre disponible en renforçant les liens avec les acteurs, les défis restent encore importants et concernent notamment, l'optimisation des flux logistiques, l'organisation de la distribution et la communication autour des initiatives ou bonnes pratiques visibles sur le terrain.

Par ailleurs, le retour de la question alimentaire dans l'agenda politique offre de nombreuses opportunités pour les acteurs de la filière Fruits et Légumes frais, d'intégrer le cadre de concertation et d'action des PAT ou de renforcer leur ancrage territorial notamment à travers l'approvisionnement de la restauration collective publique.

Rédaction : CERESCO / FranceAgriMer / Interfel

Renseignements : pauline.cuenin@franceagrimer.fr ;

p.matchon@interfel.com