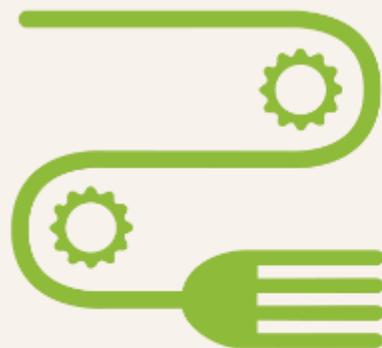


Associer  
les territoires et  
l'agroalimentaire



à table !

pour bâtir les  
engagements

**PRÉSENTATION  
DES RÉSULTATS**

**Le 21 mars 2024, Lyon**



# LE PROGRAMME DE LA MATINÉE

## 9h00 **Accueil - présentation des réalisations et des premiers apprentissages**

- Françoise MOLEGNANA, Cheffe de projets, ARAG, Hippolyte REMY, Chef de projet , ARAG
- Valérie BINDER, Consultante capitalisation

## 9h30 **Témoignages des entreprises, des PAT et questions :**

- Moïra ANGO, Chargée de mission PAT, PAT Grand-Clermont et Parc du Livradois Forez
- Julie CIPIERE, Animatrice PAT, PAT Vichy Communauté
- Edouard ROLLAND, Président, Fumet des Dombes
- Isabelle DESCLOZEAUX, Responsable PAT, SODEXO SOGERES

## 10h15 **3 ateliers**

- Atelier 1 : Quels sont les intérêts des entreprises agro-alimentaires à se mobiliser en faveur des politiques alimentaires territoriales ? Sur quel type d'actions ?
- Atelier 2 : Qu'est ce qui freine ou favorise les interactions entre PAT et entreprises
- Atelier 3 : Comment accompagner les entreprises et les PAT à interagir et à co-construire

## 11h15 **Partage des contributions de chaque atelier, restitution et discussion**

## 12h00 **Conclusions et perspectives**

- Martin CLOUTIER, Professeur titulaire, ESG UQAM
- Carole CHAZOULE, Enseignante-Chercheure, directrice adjointe du Laboratoire d'Etudes Rurales, ISARA-ISEMA
- Sylvie MARINO, Directrice, ARAG



# LE PROGRAMME DE L'APRÈS-MIDI

- 14h00 **Accueil - Présentation des résultats de l'étude : « Entreprises et PAT : quelles actions, quelle priorité, quelle faisabilité ? »**
- Françoise MOLEGNANA, cheffe de projet, ARAG
  - Martin CLOUTIER, professeur titulaire, ESG UQAM
  - Carole CHAZOULE, Enseignante-Chercheure, directrice adjointe du Laboratoire d'Etudes Rurales, ISARA-ISEMA
- 14h45 **7 ateliers en parallèle**
- Mise en débat des résultats, de l'importance et de la faisabilité des actions proposées pour priorisation
  - Discussion sur les conditions de mise en œuvre des actions 11h15
- 16h00 **Partage des contributions de chaque atelier, restitution et discussion**
- 16h45 **Conclusions et perspectives**
- Martin CLOUTIER, Professeur titulaire, ESG UQAM
  - Carole CHAZOULE, Enseignante-Chercheure, directrice adjointe du Laboratoire d'Etudes Rurales, ISARA-ISEMA
  - Sylvie MARINO, Directrice, ARAG
- 17h00 **FIN**

# MOBILISER ET FAVORISER L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRRITORIAUX

## RÉALISATIONS

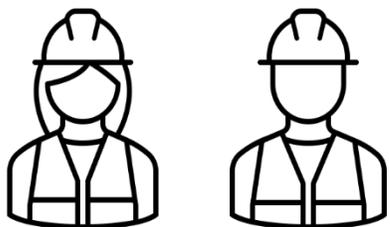
**Françoise MOLEGNANA**, ARAG, Cheffe de projet  
**Hippolyte REMY**, ARAG, chef de projet  
**Valérie BINDER**, Consultante



# DE QUELLES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES PARLE-T-ON ?



Près de 1 600 établissements employeurs (SIRET)

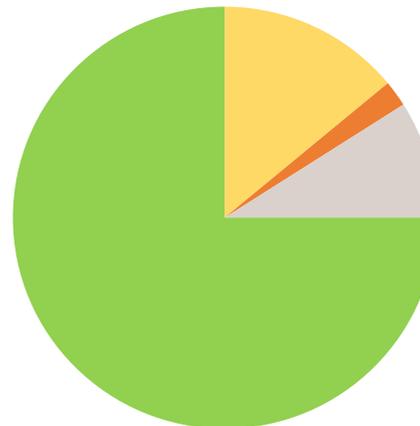


44 000 postes salariés en région

## Répartition des établissements \*

**inf. à 10 salariés**  
75% des établissements et  
10 % des salariés

**de 10 à 49 salariés**  
14 % des établissements et  
20 % des salariés



**de 50 à 249 salariés**  
9 % des établissements et  
55 % des salariés

**sup. 250 salariés**  
2 % des établissements et  
15 % des salariés



Produits à base de viande



Produits laitiers



Produits boulangers et pâtisseries

60% des salariés en région

\*Compilation sources DRAAF 2021, Région 2019, CARSAT 2022



# RÉALISATIONS : EN QUELQUES MOTS, QUELQUES NOMS, QUELQUES CHIFFRES...

## Actions de sensibilisation :

Rencontres,  
Webinaires

Plus de 30  
entreprises  
impliquées

Plus de 30  
collectivités  
impliquées

25 entreprises  
interviewées

## Actions d'exploration

Entretiens,

9 PAT  
interviewées

## Actions d'expérimentation

Accompagnement  
et mise en oeuvre  
d'actions,

3 PAT  
partenaires

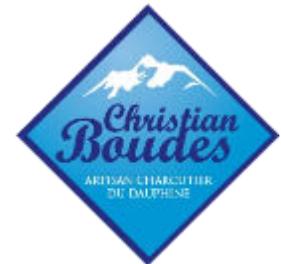
16 entreprises  
mobilisées  
dans les  
actions



# 32 ENTREPRISES IMPLIQUÉES



LA FERME AU DÉLICE ROYAL-ÉI





# 21 COLLECTIVITÉS RENCONTRÉES, ASSOCIÉES...



# 11 PARTENAIRES IMPLIQUÉS DANS LE PILOTAGE

- Patrice DELAIR, DRAAF Auvergne-Rhône-Alpes
- Malaury VERNE, DRAAF Auvergne-Rhône-Alpes
- Delphine RABIN, DAFA, La Région Auvergne-Rhône-Alpes
- Natacha KLAJMAN, La Région Auvergne-Rhône-Alpes
- Carole PERRIER, ARIA Auvergne-Rhône-Alpes
- Mathilde PERATE La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes -
- Lucas HURSTEL, T'RHEA et administrateur ARAG
- Manon GALLIEN, Chambre d'Agriculture d'AURA
- Carole CHAZOULE, ISARA ISEMA
- Virginie BARITAUX, VETAGROSUP
- Isabelle DESCLOZEAUX, SODEXO



MOBILISER ET FAVORISER  
L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES  
DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX

**PREMIERS APPRENTISSAGES**  
**« des logiques de mise en action différentes »**

Valérie BINDER, Consultante





# LA NOTION DE TERRITORIALISATION

## Territorialiser l'alimentation plutôt que territorialiser l'entreprise de transformation

- A l'origine, souvent des entreprises familiales
- Des enjeux déclarés RSE pouvant avoir un écho auprès des élus territoriaux
- Une fierté partagée par les agriculteurs et des entreprises ancrées sur le territoire : nourrir les habitants du territoire

**« La relocalisation est une affaire du temps long »**

**« On défend notre territoire »**

**« On fait partie du territoire, du patrimoine »**

**« Communiquer, éduquer, créer des synergies et identifier des débouchés au niveau local ou au-delà constituent de réelles opportunités »**

**« Mieux comprendre les problématiques relatives à la relocalisation »**

**« Nous avons récemment sauvé 1 tonne de pois chiche et 1 tonne d'asperges »**

## Une méconnaissance réciproque

- Des PAT d'appartenance repérés par les entreprises et des entreprises partiellement repérées par les PAT :



## Entrainant une méfiance réciproque

- Chacun s'observe, sans réellement croire à des objectifs d'action concertée



L'échelle du territoire pour apprendre  
à co-agir

« Il y a une méconnaissance du PAT par les entreprises »

« C'est une information très descendante, et absolument pas concrète »

« Intéressant d'en discuter mais pas vraiment de conclusions »

« Quand le PAT s'est créé, on a participé à des réunions en 2021 et depuis plus rien, plus de nouvelles »

« On cause mais ça n'avance pas »

« Je n'ai pas une réelle conviction pour les possibilités d'action qui peuvent vraiment apporter un changement »

# DES LOGIQUES DE MISE EN ACTION DIFFÉRENTES



**PAT**

Rassembler pour agir

Trouver ensemble une action fédératrice autour d'enjeux alimentaires territoriaux

**DISCUTER**

**ENTREPRISES**

Agir pour coopérer

une action sans enjeu pour établir une interconnaissance

Expérimentation du principe d'une action contact

**AGIR**

*« Ce qui m'intéresse c'est comment on s'inscrit là dedans ? »*

*« Des actions trop tournées sur la liste ou des annuaires sans réelle efficacité »*

*« Quelle pérennisation dans le suivi des rencontres et des actions ? »*

*« Nous ne sommes pas animateurs de filières »*

*« Un PAT c'est une entrée politique, pour répondre à une stratégie politique. Je ne fais pas de politique quand je transforme ma viande »*

# DES BESOINS AUX ACTIONS POUR CRÉER DES ALLIANCES

## Besoins des ENTREPRISES

Soucieuses de la qualité et de la fiabilité des approvisionnements locaux

Meilleure connaissance des enjeux des PAT pouvant les concerner

Etre soutenues dans des actions à potentiel territorial



## Actions génériques des PAT

Apporter des données chiffrées et des perspectives de développement

Traduire les attentes du PAT vis-à-vis des entreprises agroalimentaires dans une communication dédiée

Spécifier des interlocuteurs pour accompagner les projets et cibler les financements



# CARTE DES CHAMPS POSSIBLES D'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES DANS UN PAT



MOBILISER ET FAVORISER  
L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES  
DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRRITORIAUX

**PREMIERS APPRENTISSAGES  
« face aux enjeux des PAT »**

1. Etre en lien avec le monde agricole
2. Nourrir les habitants
3. Préserver l'environnement
4. Valoriser le patrimoine alimentaire
5. Etre partie-prenante de la politique alimentaire territoriale



# 1. ETRE EN LIEN AVEC LE MONDE AGRICOLE

## S'approvisionner en local

- Des difficultés d'approvisionnement > une forte demande en fruits et légumes, viande de porc, œufs, lait....
- Des exigences de qualité non satisfaites (cahier des charges)

## Sécuriser l'approvisionnement local

- Contractualisation sur le long terme
- Soutien à l'installation
- Juste rémunération , équilibre financier
- Aides à l'investissement, paiement d'analyses

## Proposer des prestations de services

- Opérations de transformation, stockage
- Service de remplacement

*« On aimerait bien trouver des légumes locaux »*

*« On a mis trois ans à trouver nos producteurs de lait œufs et viande. Personne ne nous a aidé et pourtant j'ai sollicité la CCI , la CDA mais ils m'ont plutôt découragé. »*

*« On aimerait acheter tous nos cochons au pied du Puy de Dôme mais il n'y en a pas suffisamment !»*

*« La juste rémunération ? On est sensible à cette question, d'autant plus qu'on a tout intérêt à ce que nos agriculteurs continuent à nous fournir »*

*« J'en suis à ma troisième installation d'éleveurs. Je suis en relation la CDA qui sélectionne les projets d'installation en cohérence avec le projet de la fromagerie »*

*« On fait de la purée de fruits pour des producteurs locaux »*



## 2. NOURRIR LES HABITANTS

### Innover dans l'offre de produits

- process, développement de nouveaux produits, formulation, circuits de distribution, conditionnement, services
- Développer une « gamme locale »
- S'adapter aux marchés « locaux »

### Développer la solidarité alimentaire

- Accroître le don aux associations d'aide alimentaire de proximité
- Travailler avec des réseaux de distribution alternatifs et solidaires > les connaître
- Des actions peu repérées sur le territoire

*« On est très actifs. On sort 2 nouveaux produits par an »*

*« On ne change pas le marché , on s'adapte »*

*« la transition écologique nous pousse à l'innovation »*

*«Nous travaillons avec Vrac pour offrir des tarifs préférentiels aux épiceries solidaires »*

*«On donne des produits à dates courtes et on veut continuer cette activité»*



## 2. NOURRIR LES HABITANTS

### Renforcer la commercialisation locale

- S'appuyer sur des réseaux locaux
- Spécialiser des commerciaux dans l'entreprise sur le marché local
- S'appuyer sur les Pôles Agro

### Développer des Circuits courts, de la vente directe

- Diversifier les réseaux de commercialisation

### Penser la logistique de proximité

- Difficultés de la logistique aux abords des villes ( ZFE)
- Initiative dans la Dombes à suivre et à évaluer
- Pratiques de mutualisation : stockage
- Connaissance et lien avec les plateformes locales

*« On est adhérent du pôle agro de l'Isère, on a des infos régulières, on participe à leurs actions »*

*« En étant de plus en plus gros, les petits points de distribution locaux, ben on ne les voit plus, on les ignore parce qu'on ne peut pas les livrer ... »*

*« Il faudrait un relais local de logistique à Lyon dans lequel nous pourrions livrer...»*

*« Nous ne passons pas par un grossiste pour ne pas rajouter au prix de vente »*



## 2. NOURRIR LES HABITANTS : LA RESTAURATION COLLECTIVE

### Vaincre une réticence

- Méconnaissance des gestionnaires sur les contraintes de production, de conditionnement, de logistique de l'entreprise
- Vacances scolaires

### Comprendre les marchés publics

- Difficile d'accès > nécessite un appui pour structurer les réponses
- Comment se former
- Le rôle, l'accès aux plateformes : compréhension des règles

### La loi Egalim : Une éligibilité des produits qui questionne

- Des attentes qui restent floues

### Prendre en compte les contraintes de logistique spécifique

- Horaires, vacances scolaires
- Initiative dans la Dombes à suivre et à évoluer

*« Il y a toujours quelque chose qui ne va pas avec la restauration collective »*

*« C'est important d'allotir sur des caractéristiques permettant une réponse en fromages fermiers »*

*« Les appels d'offres public : c'est beaucoup trop compliqué pour une petite PME comme nous, alors on évite ... »*

*« On s'engage sur le bien-être animal (charte boviwell) ce qui est dommage c'est que l'on ne peut pas valoriser cette charte »*



## 2. NOURRIR LES HABITANTS : LA RESTAURATION COLLECTIVE

### S'appuyer sur un réseau pour entrer en relation et comprendre les besoins de la restauration collective

- Etablir des relations pour négociations gagnantes / gagnantes

### Réaliser des animations sur site qui créent la fierté

- Un engagement des entreprises créant un rapport direct avec les convives, utile pour apprécier la qualité de leurs produits, envisager des innovations,...

### Viser la restauration collective privée

- Un marché qui reste à explorer

### Co-innover

- Ingénierie de l'offre/demande entre entreprise et établissement

*« On a eu la chance de tomber sur un passionné (cuisinier) et on a travaillé sur un format, une façon de livrer adaptés à leurs besoins »*

*« On a même fait des animations en bout de self : on servait le fromage et les gamins , ils revenaient, quoi !!! »*

*« La restauration collective des groupes privés est un axe qui nous intéresse pour être plus visible, nous faire connaître des convives, nous développer sur ces marchés »*



## 3. PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT

### Economiser l'énergie et les ressources naturelles du territoire

- Disposer de critères d'évaluation sur les actions mises en oeuvre

### Appliquer les principes du développement durable

- Concevoir des emballages écoresponsables
- Prendre en compte l'analyse du cycle de vie dans la conception et le développement des produits

### Lutter contre le gaspillage

### Valoriser les déchets : méthanisation, compostage...

- Y compris en y intégrant des déchets végétaux des communautés communes

*« On dispose d'un Plan, travaillé avec le territoire, pour réduire la consommation énergétique »*

*« Nos emballages seront bientôt à 100% recyclables »*

*« Nous valorisons les co-produits en alimentation animale, ce qui n'est pas utilisé part en méthanisation »*

*« Les fruits qui sont trop mûrs partent à la transformation »*



## 4. VALORISER LE PATRIMOINE ALIMENTAIRE

### Contribuer au maintien du patrimoine alimentaire local

- En perpétuant les recettes emblématiques produites avec des matières 1ères locales
- Redonner de l'importance à la relocalisation des matières 1ères

*« On fait plein de recettes du terroir »*

*« On fait partie du territoire, du patrimoine, on le défend »*

### Etre une entreprise ambassadrice du patrimoine alimentaire local

- Sensibiliser le consommateur voire l'éduquer à l'alimentation durable et de qualité
- Transmettre aux habitants : le « bien-manger » local, des histoires à raconter : le territoire, l'origine, la qualité des productions, les savoir-faire de transformation...
- Comment devient-on ambassadeur d'un territoire ? Quelle reconnaissance, quelle communication sur le territoire



## 5. ETRE PARTIE-PRENANTE DE LA POLITIQUE ALIMENTAIRE TERRITORIALE

### Renforcer la visibilité, le lien au consommateur

- Participer à des animations autour du projet alimentaire territorial : forums, ateliers culinaires sur les marchés, ...
- Faire comprendre le fonctionnement, les contraintes de l'entreprise
- Ateliers d'échanges

*« On suscite beaucoup de méfiance parce qu'on est une entreprise. Si on peut contribuer à renouer des liens ce serait une première réussite. »*

*« On n'arrive pas à embaucher, même en jouant sur les horaires »*

### Intégrer et mettre en œuvre les enjeux alimentaires territoriaux dans la politique RSE

*« il faudrait faire des rapprochements entre les métiers de l'IAA et de l'agriculture »*

### Développer une stratégie territoriale

*« Nous organisons la visite de notre laboratoire par les écoles et la mission locale »*

MOBILISER ET FAVORISER  
L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES  
DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX

**TEMOIGNAGES**



## MOÏRA ANGO CHARGÉE DE MISSION PAT PAT GRAND-CLERMONT ET PARC DU LIVRADOIS FOREZ



# La démarche sur le PAT Grand Clermont/Parc Livradois-Forez



- 2 472 exploitations agricoles
- 301 entreprises / 3 000 emplois
- Axe stratégique du PAT
- Des acteurs structurants des territoires.
- Ne connaissent peu ou pas la stratégie PAT et réciproquement.



- 2020-2021: état des lieux des unités de transformation (Bio63/CA63)
- Visites « Forum Alimentaire Local »



- Démarche exploratoire
- 7 entretiens
- Secteurs d'activité variés



- Attachement au territoire et à son patrimoine alimentaire
- Préoccupation pour le maintien des filières de production locales
- Sourcing produits locaux, devenir des entreprises



JULIE CIPIERE  
ANIMATRICE PAT  
PAT VICHY COMMUNAUTÉ



**VICHY COMMUNAUTÉ**

EDOUARD ROLLAND  
PRÉSIDENT FONDATEUR  
ENTREPRISE FUMET DES DOMBES





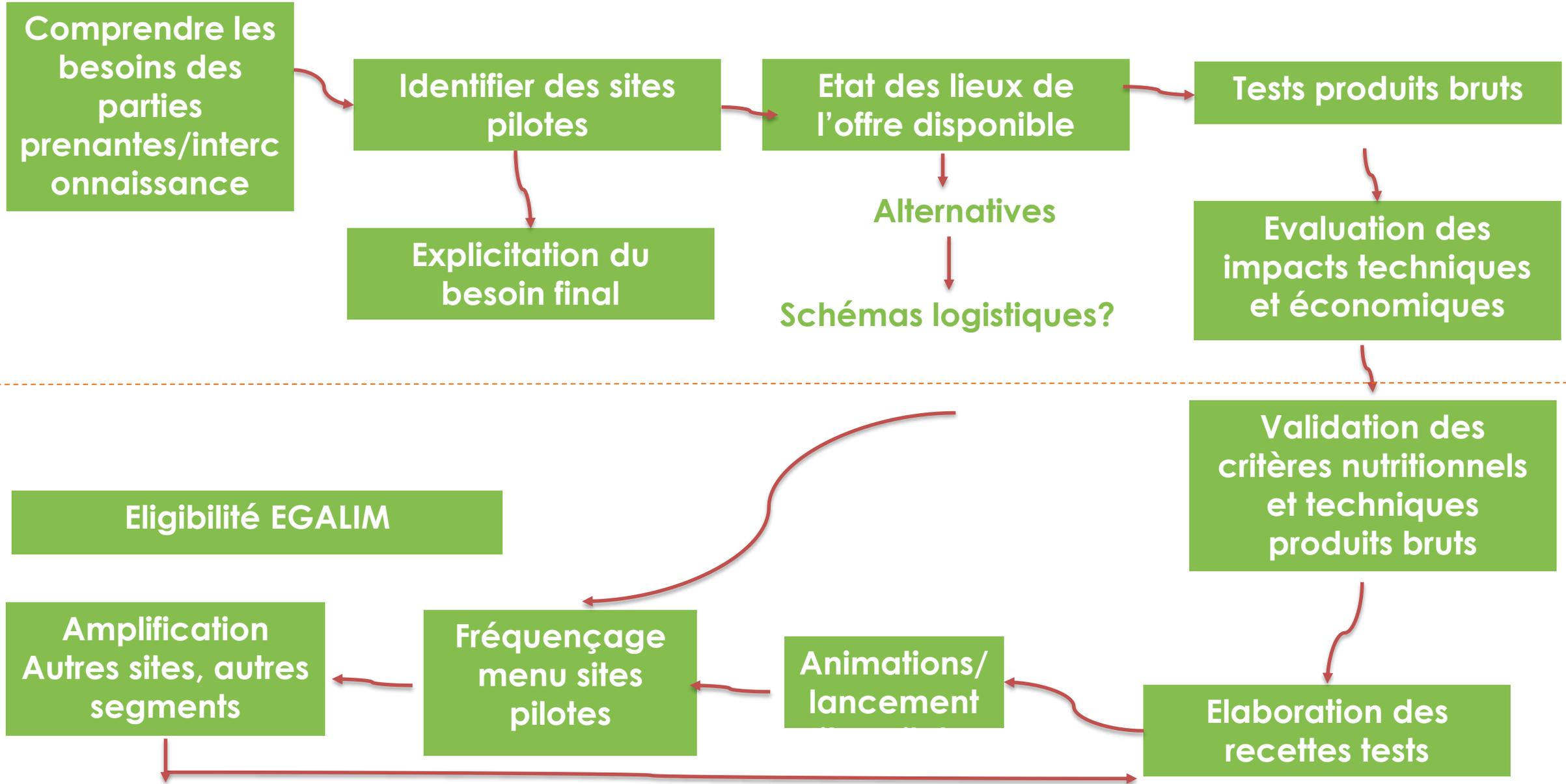




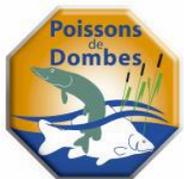
# TÉMOIGNAGE

ISABELLE DESCLOZEAUX  
RESPONSABLE PAT  
SODEXO SOGERES





- Mobilisation des parties prenantes internes et externes – circuit de confiance
- Remonter au sens de ce qui est fait avec les équipes sur site et de la DR
- Travailler en simultanée l'offre et la demande pour aboutir à un équilibre technique
- Démarche itérative et apprenante (réajustements, tentatives, temps morts, ...)
- Phase de Capitalisation : tracer les processus et les cheminements d'apprentissage



MOBILISER ET FAVORISER  
L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES  
DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX

**3 ATELIERS**





## 3 ateliers

### Table PAT

*Qu'est ce qui freine ou favorise les interactions entre PAT et entreprises ?*

### Table Entreprises

*Quels sont les intérêts des entreprises agro-alimentaires à se mobiliser en faveur des politiques alimentaires territoriales ? Sur quels types d'actions*

### Table Institutions & Autres

*Comment accompagner les entreprises et les PAT à interagir et à co-construire : (ressources, moyens, incitations ...)*

# MOBILISER ET FAVORISER L'INTEGRATION DES TPE/PME AGROALIMENTAIRES DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX

## RESTITUTION & DISCUSSION