



03/12/2020



Témoignage projet approvisionnement de proximité et de qualité des F&L pour la restauration collective publique

Projet mené par l'APFeLSO avec le soutien de la DRAAF NA



APFeLSO

→ Un acteur territorial de l'amont de la filière F&L actif

ADHERENTS

40 Organisations de Producteurs (OP)
10 ODG (Organisme de Gestion)
20 producteurs, associations...

FILIALE DE SERVICE



20 structures collectives
100 entreprises

- Expert OCM/OP, filière qualité
- Appui projet, dossier investissement
- Formation/intervention filière (datadocké)
- Communication (prg européen)
- 2019 : restauration collective

New



Une offre F&L conséquente en région

France : 4^{ème} pays producteur en Europe

Une offre qualitative :
14 SIQO F&L + 2^{ème} région AB

LES PRODUITS LEADER EN REGION

Produits	Production NA	Prod NA/ Nationale
Pomme	255 900	18%
Carotte	133 000	25%
Tomate	112 400	16%
Melon	70 900	29%
Kiwi	29 500	55%
Fraise	16 800	31%
Noix	15 000	40%
Aubergine	11 700	40%
Asperge	7 400	36%
Marron	2 500	29%
Petits fruits rouges	2 000	9%
Autres	710 000	
Total	1 370 000	18%

Source : Propulso, 2019, Comité BGSO 2019

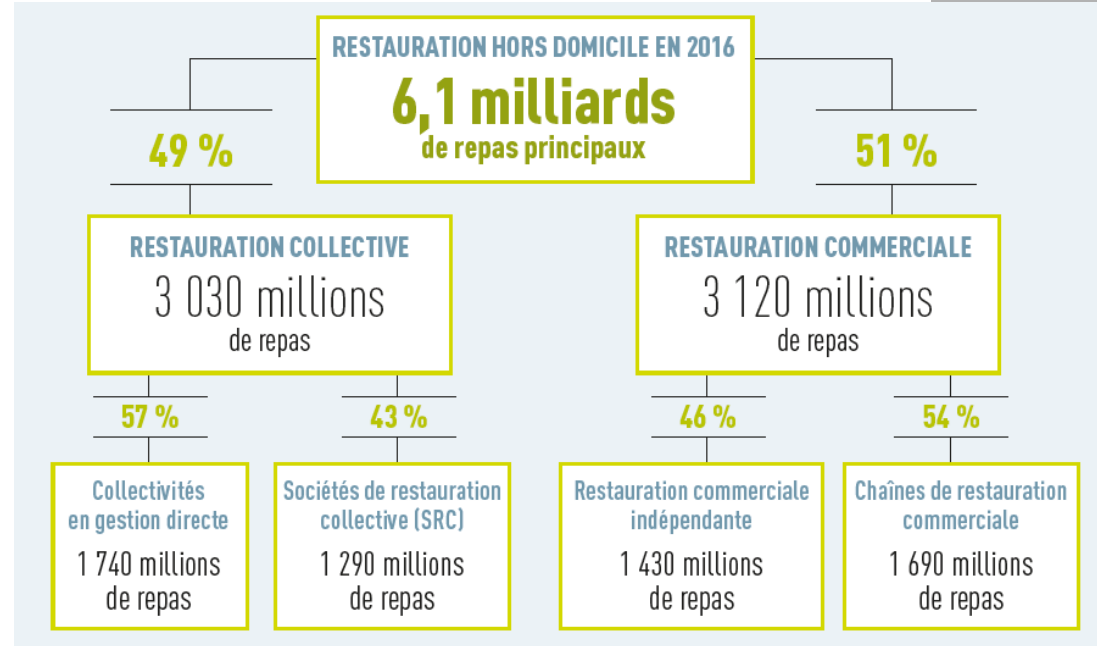
Dont **60%** par les OP régionales
(y compris industrie)

	F&L (hors pdt)
Production	7,8 millions t
SAU	390 000 ha
SAU BIO	36 700 ha
Importations	5,5 millions t
Exportations	1,8 millions t

Source : FranceAgriMer, 2017, FranceAgriMer, 2020,

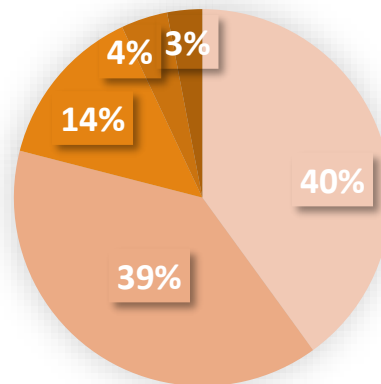
! Tous les F&L ne sont pas produits en Nouvelle-Aquitaine/France
→ Notion de bassin de production

Des enjeux économiques, sociaux...

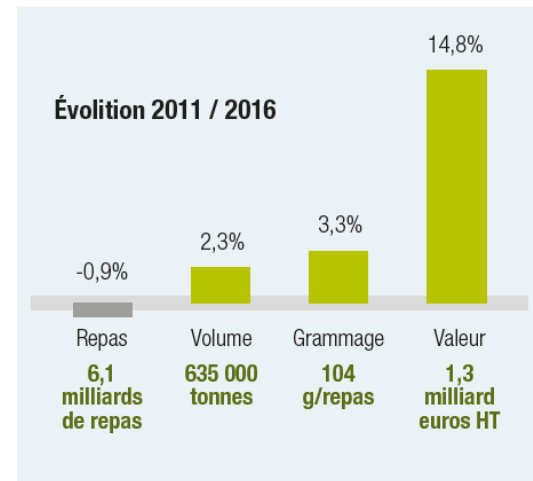


REPARTITION NATIONALE DES REPAS EN RESTAU CO

- Santé et social
- Scolaire
- Entreprise
- Captif et militaire
- Loisir



FRUITS ET LEGUMES EN RESTAU CO



Des enjeux territoriaux et politiques

Contexte

Loi EGAlim

2022 : 50% de produits de qualité et durables dont 20% biologiques dans la restauration collective publique



Feuille de route



Conseil régional et DRAAF NA

Initiatives entreprises



Appel à projet



Filière F&L et RHD

Unité : millions de tonnes

ORGANISATION FILIERE

AOP :

22 AOP regroupent les OP
dont 15 AOPn

Interprofession :

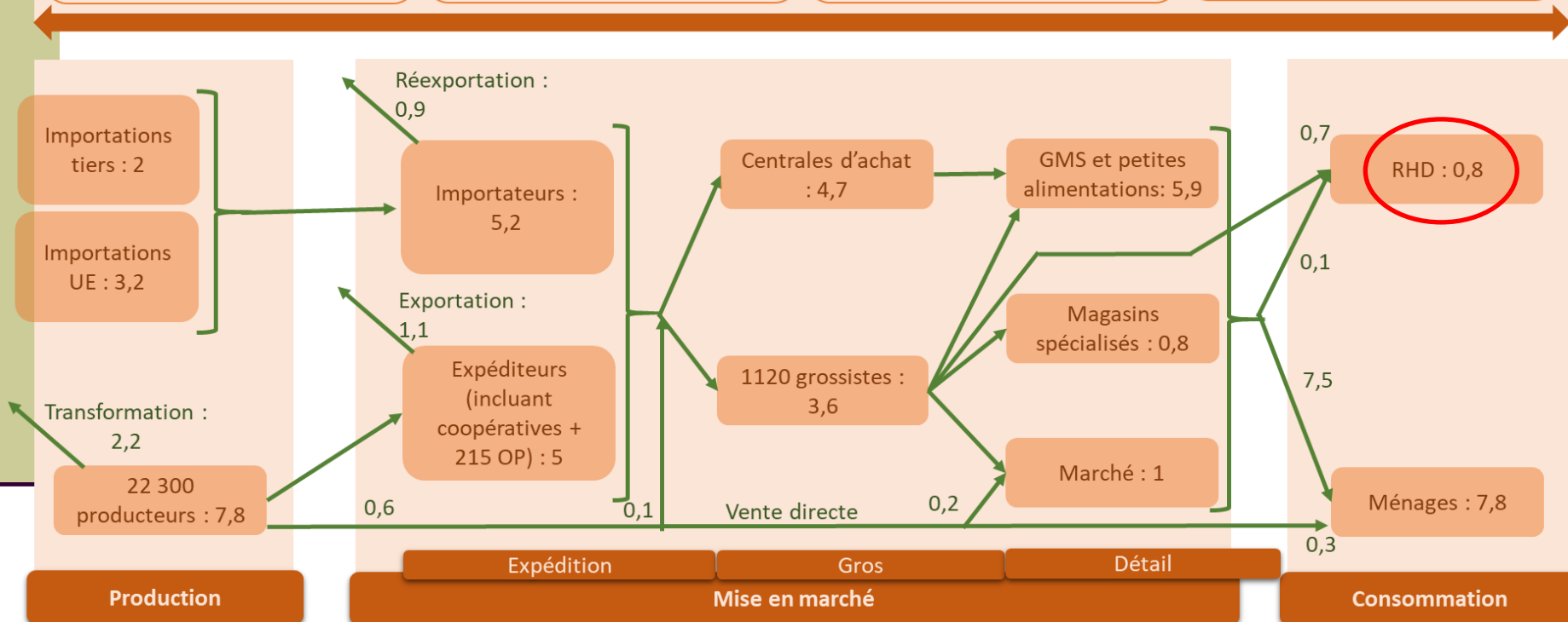
F&L frais : **Interfel**
F&L transformés : **Anifel**
Pomme de terre : **Cnipt**

Instituts de recherche spécialisés :

Ctifl, Invenio en Nouvelle-
Aquitaine etc...

Organisations professionnelles internationales :

AREFLH, FRESHFEL...

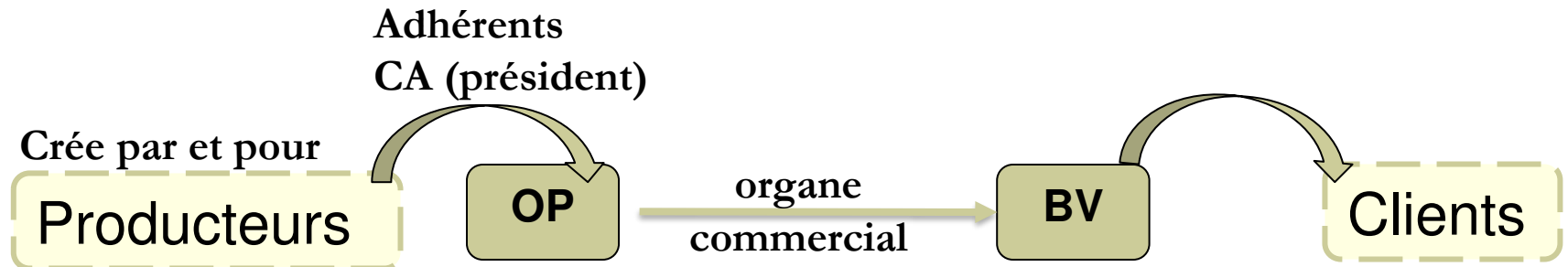


(Augustides, 2014 ; Cnipt, 2019 ; Hutin, 2017 ; Gaffory, 2019)

- Constat : les grossistes 80% de la RHD
- OP régionales ont souhaité s'engager sur ces marchés territoriaux

Les acteurs du projet : OP et BV

→ Organisations de Producteurs (OP) et Bureaux de Vente (BV)



- OP : Règlementation européenne OCM 1308/2013
 - Quoi : Mutualisation de l'offre
 - Pourquoi : Organiser la mise en marché de ses producteurs membres
 - Comment : apport total, appui aux producteurs (technicien terrain, planification production, qualité etc...)

OP et BV partenaires et volontaires

30% des adhérents de Nouvelle-Aquitaine de l'APFeLSO volontaires

Kiwi -
pomme



Tomate,
fraise, divers
légumes

Les Paysans
de Rougeline

Primland®

Fraise, tomate, prune,
kiwi, légumes ratatouilles

Vallée du Lot

Fruits rouges,
châtaigne, asperge



Pomme



BORDELAISE

→ 75 000 t dont 25 000 t valorisées par la qualité

Tout produit
maraîcher - légumes

Les objectifs

- Structurer l'offre par la mutualisation inter-OP régionales et volontaires
- Développer l'approvisionnement qualitatif et de proximité de la restauration collective en Nouvelle-Aquitaine par les OP
- Faire connaître l'offre territoriale des OP
- Concourir à renforcer l'ancrage territorial de l'organisation Economique (OP/BV)

→ Le mot d'ordre : COLLECTIF

Analyses et études préalables 2019

Projet phase 1

■ Point méthodologique

■ Phase 1 :

Etude de l'environnement, du marché, du potentiel des OP

Etat des lieux de
l'offre des OP

Diagnostic de la
demande régionale

Etude des circuits de
distribution de la
restauration collective

■ Phase 2 :

Mise en place concrète (GT, mobilisation d'experts, création...)

■ Les 2 phases : Importance des comités de pilotage

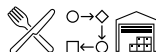
→ Mobiliser les différents acteurs

→ Un projet détenu par la production

Freins et leviers rencontrés

Produits

Acteurs



Freins

Gamme individuelle insuffisante

Caractéristiques produit:
saisonnalité, périssabilité...

Manque d'offre régionale et
biologique

Demande de produits transformés

Leviers

Mutualiser l'offre

Importer/faire appel à un grossiste

Adapter les menus selon les
saisons

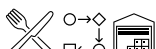
Aspects économiques

Acteurs



Freins

**Marché peu rémunérateur qui
demande des produits à valeur
ajoutée**



Logistique coûteuse et
organisation complexe

Leviers

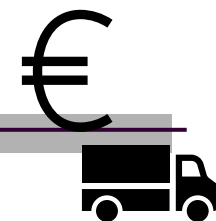
Sensibiliser au prix

Travailler sur la chaîne de
répartition de la valeur

Avoir des outils efficaces
Cibler des marchés rémunérateurs



Point frein logistique

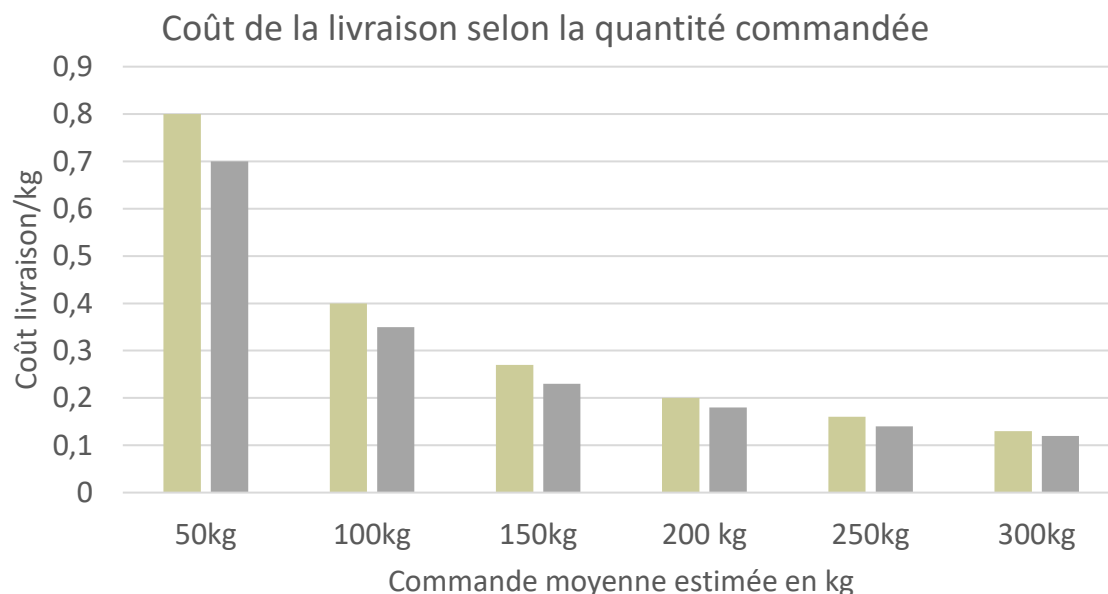


Postes de Charges	Valeur € hypo 40	%	Valeur € hypo 35
Adtif, Commerce, Marge	12 €	30%	10,5 €
Fonction Entrepôt	12,8 €	32%	11,2 €
Fonction Livraison	15,2 €	38%	13,3 €
Cumul	40 €		35 €

■ Coût moyen d'une commande RHD = 40 €

→ 70% de ce coût est de nature logistique

→ Un coût logistique minimum et à optimiser



■ Valeur hypo 40€ ■ Valeur hypo 35€

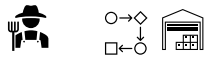
Freins et leviers rencontrés

Marchés publics

Acteurs

Freins

Leviers



Complexe : allotissement, durée, réglementation, gestion administrative, difficulté d'obtention des marchés etc...

Être compétitif, établir des relations durables (avec un intermédiaire ou acheteur)



Forte concurrence

Gagner en expertise, diversifier les débouchés

Acteurs divers

Acteurs

Freins

Leviers



Manque de connaissance inter acteurs

Communiquer, se former, participer à des salons, des rencontres...



Peu de connaissance de la filière, des produits et de l'offre régionale

Point besoins des OP

- Atouts productifs certains :
 - Producteurs régionaux adhérents
 - Volumes conséquents et qualitatifs
 - Organe commercial pour vendre et négocier
 - Des stations pour conditionner et entreposer
- Obstacles :
 - Le transport, pas de flotte logistique
 - Un marché avec de fortes contraintes (prix, produits...)
 - Besoins de solutions économiquement viables et fiables
- S'appuyer sur une mutualisation en amont
 - Des producteurs au sein des OP
 - Inter OP
 - Partenariat avec des experts de la logistique

Plan d'action et déploiement 2020-2021

■ 3 volets d'actions :

Organiser un
approvisionnement
direct



Plateforme
logistique

Renforcer la relation
contractuelle avec les
grossistes



Promouvoir l'offre
régionale des OP/BV



- Volonté : Solutions concrètes et réalistes pour répondre à la demande avec un modèle économique fort

Déploiement de l'action : 2020-2021



Plateforme logistique

- Evaluation de la rentabilité
 - Etude de faisabilité positive
 - Outil d'aide à la décision, de négociation...
- Mise en place de la plateforme en cours
- Réponse à des marchés publics



Relation contractuelle

- Explication des solutions contractuelles (tripartite)
 - Inciter à plus de contractualisation pour sécuriser l'amont
- Création d'outil au service des OP
 - Accompagnement cabinet juridique



- Modèle économique approuvé et indépendant de subvention à très court terme
- Concurrence

Déploiement de l'action : 2020-2021



Communication et actions transversales

- Relai des informations RHD nationales et territoriales
 - Comité RHD d'Interfel
 - GT travaux sur les outils RHD Interfel
 - Lien avec le CRI de Nouvelle-Aquitaine
 - Participation réunion région liée à la RHD
- Création de support de communication
 - Agence communication
- Formation
- Salons/rencontres

Conclusion

- Points de vigilance
 - Freins multiples à lever
 - Refus du 1^{er} marché public
- Points forts du projet
 - Ancrage territorial et structuration de l'amont à l'échelle de l'organisation économique
 - Pour et par les OP/BV de F&L volontaires : projet collectif
 - Modèle économique/logistique réfléchi