



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

#Egalim • egalimentation.gouv.fr



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

EGA Nouvelle-Aquitaine

Atelier technique préparatoire

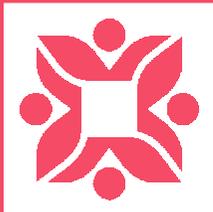
Piloté par la DRAAF



Comment
les filières de qualité
de la région Nouvelle-Aquitaine
peuvent créer de la valeur et
alimenter des marchés de proximité
notamment dans le cadre
des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT)?



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



Répondre à la question de l'atelier

Le Laboratoire d'innovation publique de Nouvelle-Aquitaine



Une méthodologie innovante de co-création de projet



Accueil des participants....



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Etat d'esprit





Positionnement dans la dynamique de groupe

Forces et opportunités

Île idéale

Tracer la route

Tous dans le même bateau

Les risques

Les freins



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Séquence de rupture et de mise en condition....

... Vers une économie régénératrice



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



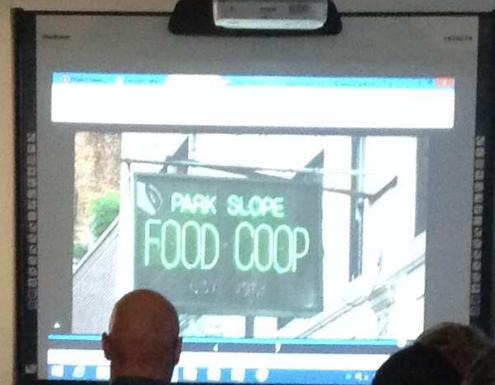
ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



Contexte, définition et Cadre de l'action



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



Séquences d'étonnements...
et d'inspirations



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Comportements alimentaires : la France en 2025

16 tendances de consommation

Des moteurs de la tendance liés à :



La Santé

Une préoccupation des consommateurs en quête de santé et de bien-être



L'environnement

Une prise en compte toujours plus importante en situation d'achats alimentaires



L'économie

Une préoccupation des consommateurs pour une rémunération plus juste des producteurs et des acteurs des filières agricoles



L'éthique

Une volonté de connaître les modes de production des aliments pour les choisir en conscience



TENDANCE

Proximité (géographique et relationnelle)

Des moteurs de la tendance liés à :



Valeurs culturelles

Sensibilité croissante à la protection de l'environnement
Inquiétude de l'épuisement des ressources
Recherche de lien social
Refus d'un monde industrialisé et standardisé



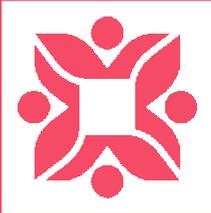
Économie

Crise et contraintes budgétaires
Défense de l'échelon local



Urbanisation

Éloignement des consommateurs du monde rural



Acheter local



61% des Français sont prêts à payer plus chers pour des produits locaux. (Opinion Way, 2016)

Etonnements



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Attentes des consommateurs

et modes de distributions alternatives



les signaux annonciateurs de changements !

Production, Transformation et logistique



INITIATIVES DE LA VALLÉE DU GALEIZON - LA
CLIMA PENEDIS

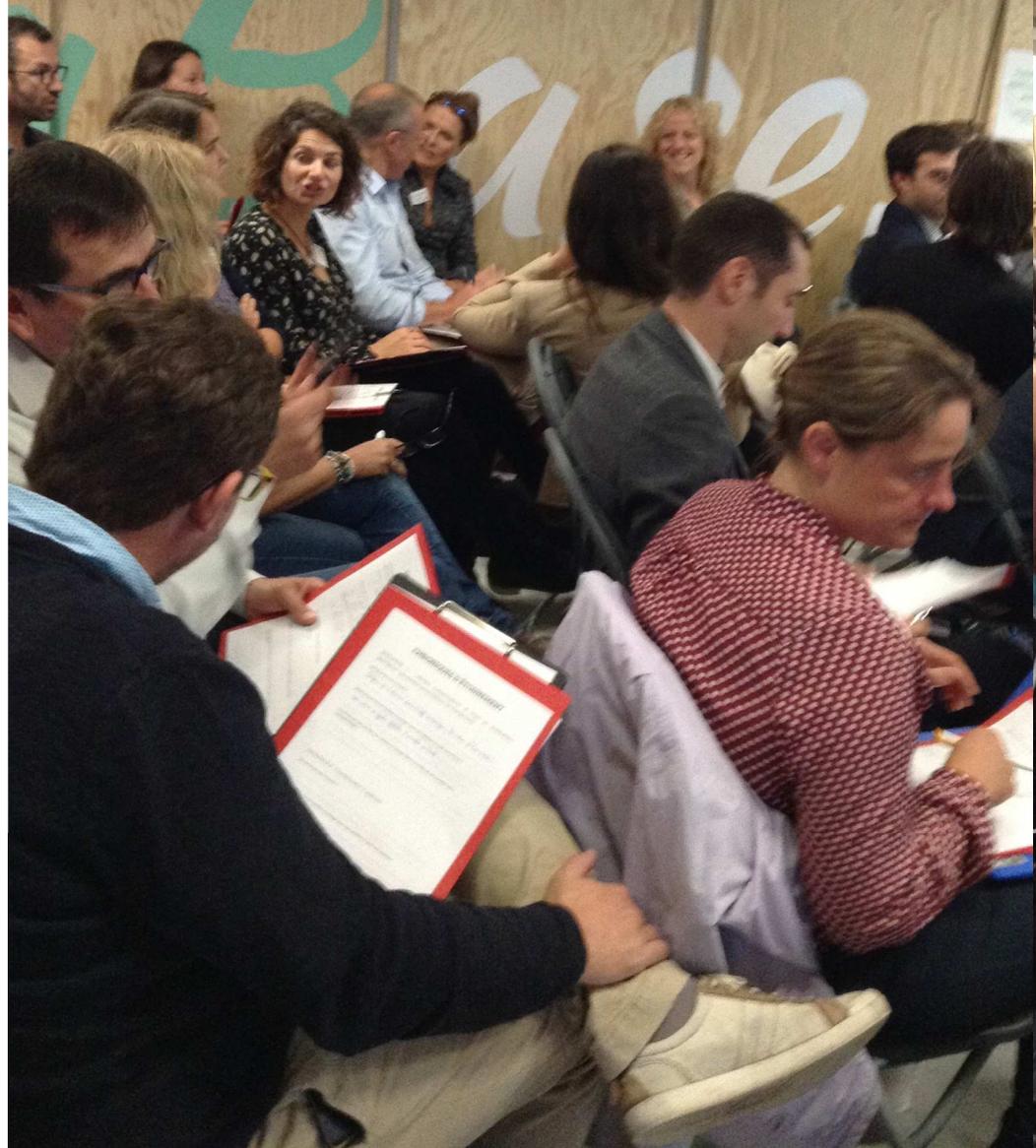
SUGGEST



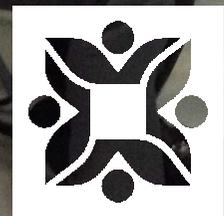
....la question du prix

la valeur et alimenter des marchés de proximité notamment

Echanges....



Comment les filières de qualité peuvent créer de la valeur et alimenter des marchés de proximité



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Projet Alimentaire Territorial :

S'engager pour la qualité...
On innove !!



CA BOUGE !
pour la qualité alimentaire dans le
Pays Haut Languedoc
et Vignobles

'ON A DÉCIDÉ DE S'INVESTIR POUR DÉVELOPPER LA QUALITÉ ALIMENTAIRE SUR NOTRE TERRITOIRE'



DYNAMIQUES DES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX
Nouvelle Aquitaine

Etat des lieux
Novembre 2016

IUFN Interdépartemental
Union
Fédération
Nouvelle Aquitaine

ALIMENTATION
NOTRE MODÈLE
A DE L'AVENIR

PROJET ALIMENTAIRE
TERRITORIAL
RECONNU
PAR LE MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE

Action mise en œuvre avec le soutien financier de la DRAAF Nouvelle Aquitaine
<http://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr/>



Quels partenaires ?



Agriculteurs et producteurs

Groupement de producteurs, groupement d'intérêt économique et environnemental (GIEE), coopératives...



Société civile

associations de consommateurs, associations de parents d'élève...



Acteurs de l'économie sociale et solidaire

Producteurs, coopératives...



Collectivités territoriales Services de l'Etat Financiers



Organismes d'appui et de recherche

Centres d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural (CIVAM), Chambres consulaires, instituts de recherche, associations, universités, Parcs Naturels Régionaux (PNR)...

Projet alimentaire territorial (PAT)



Entreprises et coopératives de transformation, distribution et de commercialisation

Plateformes d'approvisionnement, supermarchés, gestionnaires de la restauration collective, artisans, grossistes...



ON A BESOIN D'INVESTIR POUR DEVELOPPER LA QUALITE ALIMENTAIRE
UN DÉFI POUR LE 21^{ÈME} SIÈCLE
- LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EN 2025 -



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Comment les filières de qualité peuvent créer de la valeur et alimenter des marchés de proximité notamment dans le cadre des PAT

Réactions des participants

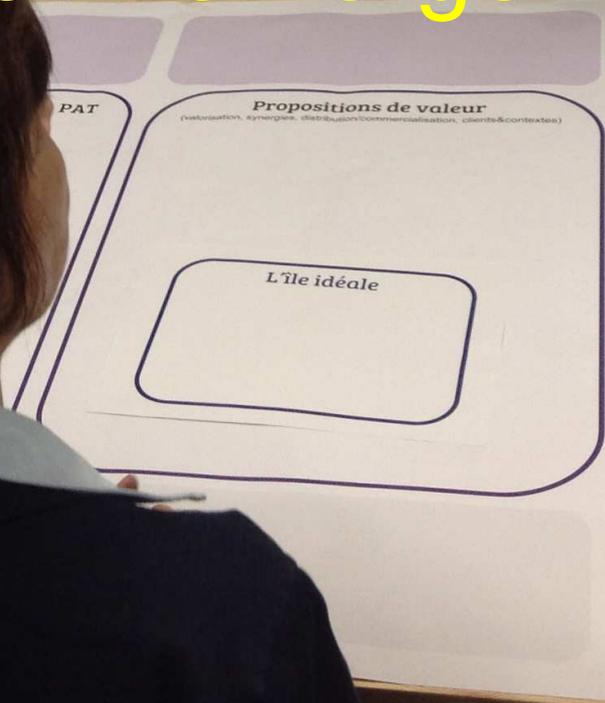


Comment les filières de qualité de la région NA peuvent créer de la valeur et alimenter des marchés de proximité notamment dans le cadre des PAT ?



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Travail de groupe : l'émergence d'idées



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Cas d'étude

LA RESTAURATION
COLLECTIVE
DE DEMAIN

Filière VIANDE

Cas d'étude

LA DISTRIBUTION
DE DEMAIN

Filière FRUITS & LÉGUMES

Cas d'étude

LA RESTAURATION
COLLECTIVE
DE DEMAIN

Filière FRUITS & LÉGUMES

Cas d'étude

LA DISTRIBUTION
DE DEMAIN

Filière VIANDE



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Les vents porteurs
(opportunités)

Les voiles
(forces)

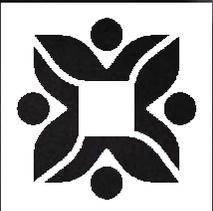


ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Les ancres
(freins)

Les requins
(menaces)

Travail de groupe : l'émergence d'idées



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Le canevas

POSITIF
revenus
coûts
impacts

Equipe

**Besoins
essentiels**

NEGATIF
revenus
coûts
impacts

Cycle de Valeur & PAT



Ressources

(naturelles, technologiques, énergétiques, humaines...)

Propositions de valeur

(valorisation, synergies, distribution/commercialisation, clients&contextes)

L'île idéale

LES RÈGLES DU JEU DE LA **COOPÉRATIVITÉ**

C comme Critique exclue

Ne critiquez jamais l'idée d'un autre et ne préférez pas voir une mauvaise idée se transformer en une bonne idée que de la transformer directement.



Q comme Quantité d'idées

Encouragez toutes les idées qui vous passent par la tête, même si elles sont impossibles. Le but n'est pas de sélectionner l'information, mais de la sélectionner.

F comme Farfelues

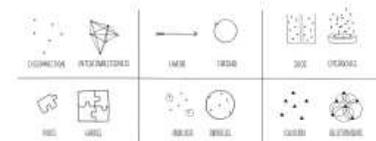
Plus une idée est étrange, mieux ça va. Ne vous inquiétez pas si ce n'est pas la solution, mais si elle est une bonne idée, elle sera une bonne idée.

D comme Démultiplication

Le but n'est pas de sélectionner une seule idée, mais de sélectionner toutes les idées qui vous passent par la tête. C'est dans l'interaction entre les idées que se trouve la solution.

LEVE IG A SENSIBLE **COOPÉRATIVITÉ**

TOOLS OF A SYSTEM THINKER



Travail de groupe : l'émergence d'idées



**ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION**

Travail de groupe : l'émergence d'idées



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

POSITIF
revenus
coûts
impacts

- Production agricole**
- Offre de viande de qualité régionale / Sourcing
 - Autonomie alimentaire du bétail place
 - Existence de collectifs

- Réglementaires**
- Recommandation nutritionnelles
 - PONS

Equipe

Restauration collective de demain et filière viande

Cycle de Valeur & PAT



Besoins essentiels

Nourrir les personnes de manière équilibrée avec des produits sains en préservant l'environnement de façon viable économiquement et socialement

Ressources

- (naturelles, technologiques, énergétiques, humaines...)
- Foncier agricole disponible
 - Ressources humaines qualifiées
 - Outils de transformation performants

NEGATIF
revenus
coûts
impacts

- Politique publique**
- Accès foncier / Politique frieuse, Usage des sols
 - Financement animation/coordination
 - Articulation administrative
 - Connaissance des acteurs, Absence de mise en réseau
 - Manque de temps d'animation du collectif
- Contraintes Réglementaires**
- Marchés public pour appro local
 - Sanitaire
 - Nutritionnelle
 - Manque de définition claire qualité et local
 - Législation mode et taille d'élevage
 - Absence de Législation claire/pays frontalier
- Contraintes Réglementaires**
- Opposition des lobbies sur nouveaux modèle agricole (industriels...)
 - Filière porcine faible
 - Autonomie alimentaire du bétail
 - Concurrence Pays frontaliers sur Local/RH/Q

L'île idéale

En 2025, atteindre un approvisionnement des établissements de restauration collective à hauteur de 100 % en viande de qualité, produites en Nouvelle-Aquitaine, en créant de la valeur sur le territoire et un prix des repas socialement acceptable

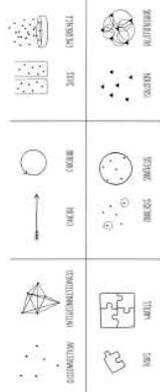


LES RÈGLES DU JEU DE LA CÉRÉALITÉ

- comme Critique exclue**
Ne critiquer jamais l'idée d'un autre et ne pas se laisser influencer par la peur de la nouveauté. Le meilleur moyen d'être libre de faire ce que l'on veut, c'est de s'entraider et de s'écouter.
- comme Quantité d'idées**
Donner toutes les idées qui vous passent par la tête, même si elles sont inapplicables. Le meilleur moyen d'être libre de faire ce que l'on veut, c'est de s'entraider et de s'écouter.
- comme Farfelues**
Ne pas se laisser influencer par la peur de la nouveauté. Le meilleur moyen d'être libre de faire ce que l'on veut, c'est de s'entraider et de s'écouter.
- comme Démultiplication**
Surfer, réfléchir sur les idées des autres, les partager, les améliorer, les combiner. Le meilleur moyen d'être libre de faire ce que l'on veut, c'est de s'entraider et de s'écouter.

UN OÙ A S'ENFONCE LA VIE

TOOLS OF A SYSTEM THINKER



ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTSATION

- Consommation**
- Attente sociale sur le territoire pour le local et la qualité
 - Prix accessible à tous
- Marchés RestoCo / fournisseurs (producteurs/transformateurs)**
- Débouchés identifiés et engagés
 - Fédération d'acteurs diversifiés
 - services

Propositions de valeur

(valorisation, synergies, distribution/commercialisation, clients&contextes)

- Gouvernance :**
- Marchés publics : prévoir intégration des externalités dans le prix, réviser le code.
 - Aides PAC : prix tenant compte des externalités
 - Révision de la PAC : Etat doit influencer le type d'agriculture voulue : argens public/Biens publiques
 - Politique volontariste des CT de préservation de foncier agricole /SAFER
 - Aide installation, contractualisation et garantie du prix
 - Encadrer les notions de BSE et les intégrer dans les AO
 - Donner les moyens des objectifs chiffrés
- 1- Aimer le développement territorial :** lancement par CT d'une AMI :
 - Renforcer l'accompagnement financier des structures d'animations des acteurs de la filière de la fourche à la fourchette
 - CT (Commune, département, région) doit fixer des objectifs à atteindre et financer
 - Sélectionner/désigner un animateur légitime du territoire,
 - Financer l'animation des projets
 - 2- Un bassin de vie... diagnostic territorial de l'offre et de la demande :**
 - Identifier les besoins d'installation d'atelier de transformation locaux (abattoir) pour pouvoir faciliter/accompagner
 - Identifier par bassin de vie la production de viande, les outils de transformation,
 - la demande de viande en restoCo mais aussi les autres débouchés pour la viande en restoco locale
 - Inverser la tendance : adapter la demande de la restoco aux possibilités des acteurs du territoire (valeur, nature des matières, organisation...)
 - Rééquilibrer les portions de viandes dans les assiettes et privilégier la viande de qualité aux gros volumes de viande peu chère
 - Partir des débouchés : solution volume, variétés, Grammagés, calendriers, contraintes
 - Déployer une production locale pour fournir une alimentation animale locale aux éleveurs
 - Donner une vraie place aux grossistes et aux sociétés de restaurations collectives comme alternatives aux contraintes logistiques et à côté les intégrer à la démarche dans leurs appros
 - 3. Mise en réseau opérationnel des acteurs amont-aval des territoires : connaissance, co-construction, actions**
 - CT : organiser des rencontres des acteurs pour connaissance des acteurs entre eux (AFOM)
 - Des acheteurs qui se fédèrent (achat vache), yC acheteurs publics
 - Mutualiser l'outil de transformation en réunissant des débouchés complémentaires, travail sur les marchés par des groupements
 - Structuration de groupements, pour partage d'expérience, mutualisation, articulation de solution logistique locale
 - Cahiers des Charges, concertés, Allotissement, faire entrer les CDC vers des volets autres que les cycles de production
 - Faire travailler ensemble des personnels liés à la production et service des repas
 - Mise en réseau des différents restaurants pour fluidifier les débouchés pdt vacances scolaires : réorientation vers EHPAD, Hopitaux...
 - Coordonner, mutualiser les commandes entre les restaurants
 - Apporter un Service "praticité" conditionnement portion par le transformateur
 - 4. Réaliser un Chiffrage objectif :** volume, prix, exemple : le 87, C qui le patron - Développer un outil digital
 - Etablir un prix adapté/correspondant au coût de production : uncollectif d'agri : le 87 des assiettes
 - Coût utile repas : sensibilisation au gaspillage : augmentation des la qualité des produits dans les achats
 - Dans la notion de local, intégrer la localisation de la valeur ajoutée versus seulement la matière première
 - Compenser l'augmentation du coût du repas : accompagnement des collectivités sur achats produits locaux et de qualité : pérennité avec les produits qui ne sont pas locaux
 - 5. Formation, Éducation et sensibilisation des acteurs :**
 - Informer les CT de ce qu'est un PAT
 - Éducation valeur des aliments, goût et nutrition
 - Former/qualifier les cuisiniers des cantines pour travailler les produits de qualité
 - Formation agricole adaptée à l'installation en petites structures : production de viande de qualité
 - Encadrer les notions de local et de qualité en intégrant l'ensemble des parties prenantes
 - les 3 dimension du DD : 1 produit français est aussi un produit local à l'échelle du monde!
 - Valoriser la profession agricole au niveau des Lycées
 - Accompagner dans la promotion de l'image de la filière : augmenter le nombre de personnes formées
 - Communication grand public sur approvisionnement local et de Q+ éducation des scolaires

- Contraintes technologiques**
- Modèle économique précaire de la filière
 - Outil industriel vieillissant
 - Besoin d'innovation
 - Main d'oeuvre qualifiée
 - Logistique
- Contraintes Marché RC /Fournisseurs (producteurs/transformateurs)**
- Grammage/Peu de marge en transformation,
 - Équilibre matière
 - Décalage type de production et demande restaurant :
 - besoin d'avoir une visibilité du prix, et des volumes :
 - contrainte technique de la mise en production
- Consommation**
- Hétérogénéité des territoires et
 - des modes de consommation
 - Pression des lobbies Veggie...

Travail de groupe : rédaction des Pitches



■ ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

Les pitches



Comment faire un bon

[PITCH]

en 1 minute !

Ecrivez votre pitch sous forme de mots clés pour mieux vous en souvenir.

1. LE CONTEXTE

Pourquoi êtes-vous là ? Présentez ce que vous avez constaté sur le problème rencontré. Pourquoi en êtes-vous arrivé à votre idée, au lancement d'un Labo'Mobile ? Qu'est-ce qui vous motive ?

Posez le contexte.

Appuyez votre contexte avec des données chiffrées, des exemples parlants. Montrez que la situation ne peut plus durer : alertez votre audience et montrez-lui que quelque chose doit être tenté !

Aider au repoussement de producteurs de proximité par mieux valoriser les produits.

2. LA PROMESSE

Vous êtes le héros ! Faites une arrivée remarquée en annonçant en une phrase votre promesse et le nom de votre idée !

Appuyez vous sur la formulation de l'ambition de votre Labo'Mobile en 0 ou 100 % travaillée en atelier accélérateur de projet ce matin.

Structurer la production et la commercialisation de produits régionaux

3. LE FONCTIONNEMENT

Présentez les ressorts au cœur de votre proposition. Comment cela va-t-il fonctionner concrètement ? Combien de temps cela va-t-il durer ? Qui va contribuer ?

Ne soyez pas trop technique ou trop précis sur le fonctionnement. Si votre public ne devait retenir que 2 ou 3 éléments de votre projet, quels seraient-ils ?

Prime de création d'un fond régional pour co-financer les actions structurantes (travaux de contrôle sanitaire, outil de transformation et de commercialisation).

4. LES BÉNÉFICES

Projetez-vous dans votre solution. Quels changements apporterez-vous ? Quels avantages majeurs votre solution apporte-t-elle ? Commencez par les bénéfices centraux pour votre cible.

Quelles opportunités cela crée ? Y a-t-il des bénéfices pour d'autres utilisateurs, usagers, habitants ?

Permettre de rendre les produits plus accessibles (nombre de points de vente) et plus repérables.

5. VOTRE ACCROCHE

Finissez votre pitch avec une super phrase d'accroche qui restera dans la tête de votre public. Donnez leur envie de venir vous voir et poser des questions sur votre projet !

N'hésitez pas à jouer avec l'humour, le rythme et les sonorités pour finir sur une phrase qui convaincra (presque!) tout le monde que votre solution est à essayer.

Rendre réalisable des projets de producteurs de proximité

OPPE



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Les pitches



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMENTATION

Les pitches



Les pitches



ÉTATS
GÉNÉRAUX
ALIMEN
TATION

12 fiches projets

DESCRIPTIF 1/3

Organisé par :  Pour :  Insérez les logos

TITRE DE LA CONSULTATION

États Généraux de l'Alimentation

Comment les filière de qualité de la région NA peuvent contribuer à créer davantage de valeur et à répondre aux attentes sociétales?

Titre de la proposition : Rédigez le titre de la proposition

Aider au regroupement des producteurs de fruits et légumes de proximité
OPP

Type / référence de proposition : Décrivez le type de la proposition

Ancrage territorial/ Circuits de proximité / Projet Alimentaires Territoriaux

Description de la proposition : Rédigez le descriptif

Constat : Les structures et dispositifs actuels ne sont pas nécessairement adaptés à la production de proximité.

Aider les producteurs de fruits et légumes de proximité à se regrouper, structurer la production et la commercialisation des produits régionaux et mieux les valoriser.

Créer un fonds régional (pendant des fonds opérationnels, mais pour financer des produits/circuits de proximité) permettant de financer les actions structurantes (traçabilité, contrôle sécurité sanitaire, outil de transformation et commercialisation de produits locaux).

Bénéfices : Permettre de rendre les produits locaux plus accessibles (création de points de ventes et plus repérables), avec une garantie de qualité.

FILE PROPOSITION CapCollectif

DESCRIPTIF

Organisé par :  Pour :  Insérez les logos

TITRE DE LA CONSULTATION

États Généraux de l'Alimentation

Comment les filière de qualité de la région NA peuvent contribuer à créer davantage de valeur et à répondre aux attentes sociétales?

Titre de la proposition : Rédigez le titre de la proposition

Lancement d'un appel à projet par une collectivité pour structurer l'approvisionnement local en viande de qualité en RHD

Type / référence de proposition : Décrivez le type de la proposition

Ancrage territorial/ Circuits de proximité / Projet Alimentaires Territoriaux

Description de la proposition : Rédigez le descriptif

Projet à l'échelle d'un bassin de vie (PAT) : sélection d'une structure d'animation (nécessité d'un financement) pour réaliser un diagnostic de la demande, regroupement d'acheteurs puis au travers de rencontres avec les producteurs/concertation/négociation sur la base de données mesurées/ clairement identifiés.

Nécessité de formation des acteurs notamment par des visites croisées avec les acheteurs/Collectivité/cuisinier et producteur/transformateurs /entrepreneurs - Faire savoir au grand public et scolaire : communication sur l'alimentation locale et de qualité

Bénéfices : mise en réseau et coordination sur le territoire, faire système de revalorisation de la production agricole et de la profession.

Besoin d'outil digital (voir fiche proposition)

FILE PROPOSITION CapCollectif

DESCRIPTIF 1/3

Organisé par :  Pour :  Insérez les logos

TITRE DE LA CONSULTATION

États Généraux de l'Alimentation

Comment les filière de qualité de la région NA peuvent contribuer à créer davantage de valeur et à répondre aux attentes sociétales?

Titre de la proposition : Rédigez le titre de la proposition

Outil d'aide à la décision digitale pour mise en évidence du juste prix, socialement acceptable et créant de la valeur sur le territoire, à destination des acteurs de la restauraCo + usagers + partie prenante de la société civile

Type / référence de proposition : Décrivez le type de la proposition

Ancrage territorial/ Circuits de proximité / Projet Alimentaires Territoriaux

Description de la proposition : Rédigez le descriptif

Constat : Le besoin de mise en lien des acteurs associé à l'existence de plusieurs bassins de production de qualité entraîne la nécessité d'identifier les différences en fonction des bassins de vie pour l'approvisionnement.

Elaboration d'un cahier des charges partagé par les acteurs/parties prenantes d'un bassin de vie donné sur l'attente de qualité/local - la mise en place d'un outil digital (type c'est qui le patron) permettrait de renseigner du coût de revient complet pour mettre en évidence l'impact sur le prix du choix des produits qui entreraient dans les menus;

Bénéfices : transparence sur répartition de la valeur, favoriser la contractualisation, une notion de Qualité/local adaptée au territoire, outil pédagogique de communication et de valorisation

FILE PROPOSITION CapCollectif



Comment les filières de qualité peuvent créer de la valeur et alimenter des marchés de proximité notamment dans le cadre des PAT



Participants de l'Atelier Technique préparatoire des EGA NA
du 14 septembre 2017 au Laboratoire d'innovation territorial LaBase