



Compte rendu de la réunion thématique du 13 février 2023 matin

Quels axes de travail prioritaires pour développer
l'approvisionnement des **commerces alimentaires** en
produits locaux ?





I. INTRODUCTION : LE CADRE DE LA RÉUNION

• **Contexte et objectifs**

Dans le cadre de l'émergence du Projet alimentaire de Territoire de la Lozère, une série de réunions thématiques est lancée afin de recenser, à dire d'experts les pistes de solutions à mettre en place sur des enjeux identifiés au cours des précédentes concertations (questionnaire en ligne notamment).

Ces réunions regroupent un large panel d'acteurs en lien avec l'alimentation, autour de 4 axes et de 8 thèmes :

AXE 1 – DÉVELOPPER L'OFFRE DEMANDÉE

1. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'**offre maraîchère** en Lozère ?
2. Quels axes de travail prioritaires pour permettre aux porteurs de projets agricoles d'avoir accès au **foncier** en Lozère ?
3. Quelles attentes et quels besoins vis-à-vis des **outils de transformation agro-alimentaires** ?

AXE 2 – DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ FINANCIÈRE DE L'OFFRE

4. Quels axes de travail prioritaires pour permettre aux personnes en situation de **précarité alimentaire** d'avoir accès à une alimentation composée de produits locaux et bonne pour leur santé ?

AXE 3 – DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE DE L'OFFRE : la disponibilité des produits locaux au sein des différents distributeurs alimentaires

5. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'approvisionnement des **commerces alimentaires** en produits locaux ?
6. Quels axes de travail prioritaires pour développer l'approvisionnement et l'utilisation des produits locaux dans les **restaurants (commerciaux et collectifs)** ?
7. Quels axes de travail prioritaires pour développer la **logistique** des produits locaux ?

AXE 4 – DÉVELOPPER LA DEMANDE

8. Quels axes de travail les plus efficaces pour **sensibiliser** le consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires sur sa **santé**, et à la consommation de **produits locaux** ?



• **Méthodologie**

Chaque réunion suit la méthode dite « du double diamant », qui consiste à comprendre un problème et identifier des solutions en mobilisant l'intelligence collective. Elle se compose de 4 phases qui permettent d'explorer le sujet dans toutes ses dimensions avant de proposer des solutions pertinentes. C'est une méthode adaptée aux sujets systémiques, tels que l'alimentation car elle permet :

- Une meilleure compréhension du contexte, des problèmes, et de leur systémie
- La libération de la créativité lors de la divergence, structuration lors de la convergence
- Des solutions plus adaptées, plus systémiques

Les 4 phases sont une alternance d'étapes de divergence et de convergence d'idées :

1. L'exploration du sujet dans toutes ces dimensions (divergence autour de la définition des termes, du contexte, les questions à se poser, les données à collecter, les enjeux, les acteurs concernés, les thèmes sous-jacents, les outils à mobiliser...)
2. La problématisation ou formulation du défi (convergence) : le groupe se met d'accord sur le problème qu'il faut traiter
3. Propositions de pistes de solutions : divergence, profusion d'idées
4. Priorisation et approfondissement des solutions (convergence vers un plan d'action)

Pour chaque réunion, l'intention est d'atteindre le début de la phase 4.

• **Participants**

1. Biocoop La Claire Fontaine, Madame Elsa WEBER, Gérante
2. Boulangerie Le Fournil Malenais, Monsieur Christophe BRUN, Gérant
3. Carrefour Market de Mende, Monsieur Guillaume NAFFZGER, Gérant
4. Chambre d'Agriculture de la Lozère, Madame Hélène FRITSCH, Conseillère en Développement local au pôle de Langogne
5. Chambre de Commerce et d'Industrie de la Lozère, Madame Elodie CHARBONNIER, Conseillère d'entreprise
6. Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Lozère, Madame Françoise GRAVIL, Responsable commerce agro-alimentaires
7. Communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère , Monsieur Michel BRAME, Vice Président
8. Communauté de Communes du Haut Allier, Monsieur Laurent ADJIOU, Chef de projet PAT du Haut Allier
9. Communauté de communes Gévaudan, Monsieur Stéphane OLE, Manager de commerce
10. Conseil départemental de la Lozère, Madame Anne TARDIEU, Directrice adjointe de la Direction de l'Ingénierie, de l'Attractivité et du Développement, DIAD
11. Direction Départementale de l'Emploi, du Travail, des Solidarités et de la



- Protection des Populations DDETSPP, Monsieur Emmanuel FOEX, Chef de pôle Protection des populations
12. Direction Départementale des Territoires de la Lozère, Madame Giliane DESCHANELS
 13. Hyper U Mende, Monsieur Jean-Michel BRUN, Directeur
 14. Les fruits rouges de la Coste, Madame Marion DELTOUR, Cheffe d'exploitation
 15. Lozère Développement, Madame Delphine OUSTRY, Chargée de Mission Agroalimentaire et marque collective de Lozère
 16. Parc Naturel Régional de l'Aubrac, Madame Françoise GIACOMO, Chargée de mission Agriculture et Alimentation

• **Excusés / absents**

1. Boulangerie de la Bête, Monsieur Yannick PEANO, Gérant
2. Conseil départemental de la Lozère, Monsieur Robert Aigoïn, Conseiller départemental en charge de l'agriculture et référent PAT
3. L'Écureuil, Monsieur Alexis TSABALAS, Maraîcher
4. Le Petit château du Villard, Monsieur Wilfried VOGEL, Gérant
5. Les jardins d'Olt, Monsieur Benjamin SIROT, Maraîcher
6. SÈVE'N ZEN, Madame Anne PRAGOUT, Productrice de PPAM et formatrice

• **Compte rendu**

Ce compte rendu propose 2 niveaux de lecture :

1. Une synthèse de la réunion
2. Un compte rendu retranscrivant les productions de la réunion





LA REUNION EN SYNTHESE

- **Le constat :**

La part de produits locaux dans les commerces est insuffisante. Des actions sont mises en place mais sont encore méconnues des producteurs et des distributeurs.

- **Le défi :**

« Comment favoriser l'engagement des acteurs (producteurs, consommateurs, distributeurs, transformateurs, logistique) pour produire, vendre, consommer plus de produits locaux, sachant qu'il faut :

- Redéfinir ce qu'est un produit lozérien
- Une juste répartition de la valeur entre tous les acteurs
- Une transparence à chaque étape de la chaîne (des producteurs aux consommateurs) »

- **Les pistes de solutions prioritaires proposées :**

- ⇒ Organiser des événements plus larges producteurs-commerçants (comme le forum des terroirs et les rencontres Agrilocal déjà existants)
- ⇒ Établir un collectif pour renforcer l'engagement
- ⇒ Clarifier pour les différents acteurs ce qu'est « De Lozère » : une marque, un label ? Peut-on l'utiliser comme définition ? ou comme garantie ?
- ⇒ Créer des espaces de vente dédiés aux produits lozériens (nécessité de co-construire l'offre entre les distributeurs et les producteurs. Un projet de réalisation de corners est en cours. Mené par Lozère Développement, avec un partenariat entre les adhérents de marque De Lozère et les distributeurs)



1. **BRISE-GLACE**

Les participants sont invités à se positionner sur un baromètre imaginaire allant de 0 à 10 afin d'évaluer :

- Leur connaissance individuelle sur la thématique de la réunion
 - Résultat : une moyenne plutôt basse, quelques personnes à 7-8
- La maturité du territoire sur cette thématique selon eux
 - Résultat : globalement les participants ont légèrement descendu la note attribuée. (Une personne de l'Aveyron a cependant précisé que la Lozère lui semblait plus dynamique que l'Aveyron)



Animation du brise-alace



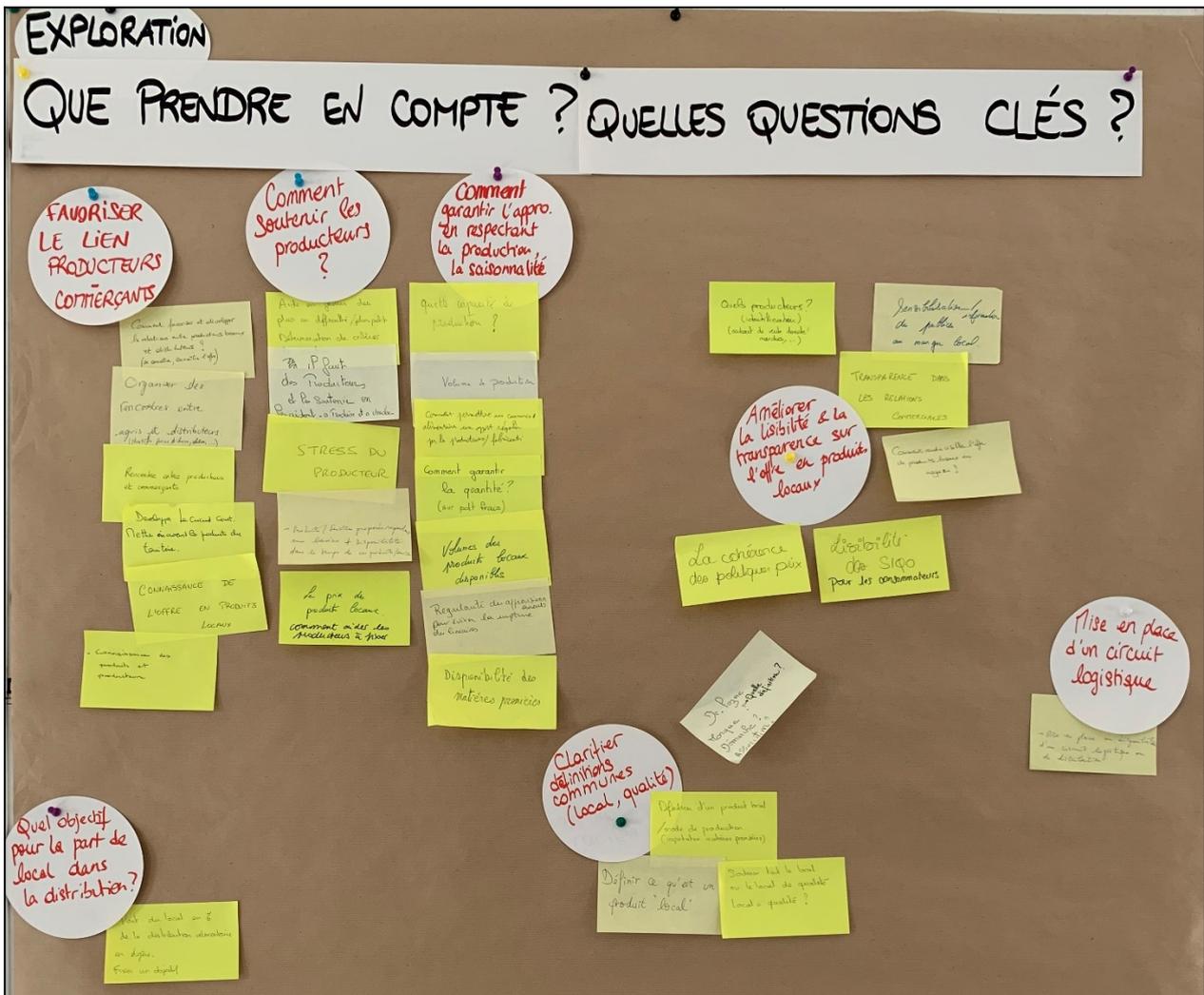
Le Département de la Lozère a été labellisé **Projet Alimentaire Territorial** en juin 2021, avec le soutien financier de



III. LA REUNION EN DETAILS

1. EXPLORATION DU SUJET

Les participants ont fait émerger 7 thèmes à prendre en compte en lien avec l'approvisionnement et l'utilisation de produits locaux dans les commerces.



Les sujets à prendre en compte lorsqu'on parle de logistique au service des produits locaux



Retranscription et explication des idées proposées :

- **« Favoriser le lien entre commerçants et producteurs »**
 - Comment favoriser les relations entre producteurs locaux et distributeurs ? (se connaître, connaître l'offre)
 - Organiser des rencontres entre agriculteurs et distributeurs (identifier les freins de chacun, ambition...)
 - Rencontre entre producteurs et commerçants
 - Développer le circuit court, mettre en avant les produits du terroir
 - Connaissance de l'offre en produits locaux
 - Connaissance des produits et des producteurs
- **« Comment soutenir les producteurs » :**
 - Aide en faveur des plus en difficultés / plus petit, détermination de critères pour ces aides
 - Il faut des producteurs et les soutenir en les aidant à produire et à vendre
 - Prendre en compte le stress des producteurs à produire et vendre
 - Produits / services proposés répondant aux besoins + disponibilités dans le temps de ces produits / services
 - Aider les producteurs à calculer/définir le prix des produits locaux
- **« Comment garantir l'approvisionnement en respectant la production et la saisonnalité ? »**
 - Quelle capacité de production ?
 - Volume de production
 - Comment permettre aux commerces alimentaires un apport régulier par les producteurs / fabricants ?
 - Comment garantir la quantité ? (sur les produits frais notamment où les possibilités de stockage sont limitées)
 - Volumes des produits locaux disponibles
 - Régularité des approvisionnements pour éviter la rupture de linéaires
 - Disponibilité des matières premières
- **« Améliorer la lisibilité et la transparence sur l'offre en produits locaux »**
 - Quels producteurs ? (identification) (surtout en vente directe, marchés ..)
 - Sensibilisation, information des publics au manger local
 - Transparence dans les relations commerciales
 - Comment rendre l'offre de produits locaux visibles en magasin ?
 - Lisibilité des SIQO pour les consommateurs
 - La cohérence des politiques de prix
- **« Clarifier les définitions communes »**
 - Définir ce qu'est un produit local
 - Définition d'un produit local /mode de production (importation de matières premières)
 - Soutenir tout le local ou le local de qualité ? local = qualité ?
 - De Lozère : marque ? association ? démarche ? Quelles différences ?
- **« Quel objectif pour la part de local dans la distribution ? »**
 - Part du local dans le % de la distribution alimentaire en Lozère > se fixer un objectif



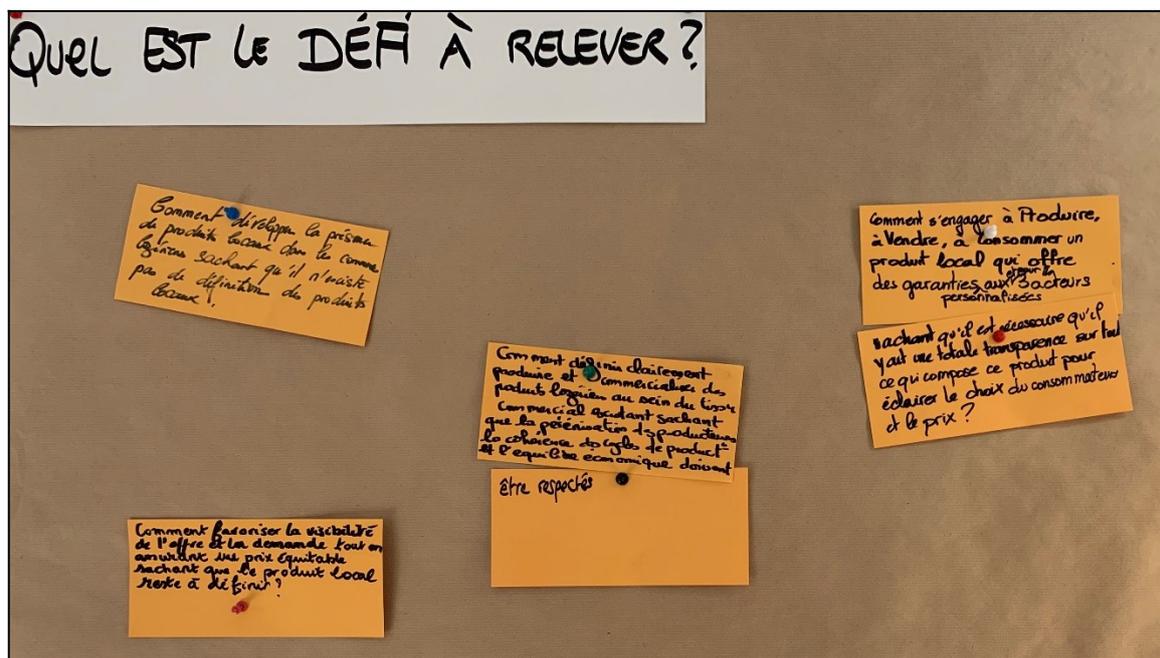
Le Département de la Lozère
a été labellisé
**Projet
Alimentaire
Territorial**
en juin 2021,
avec le soutien financier de



- « **Mise en place d'un circuit logistique** »
 - Mise en place ou disponibilité d'un circuit logistique ou de distribution

Les échanges autour des enjeux se sont cristallisés autour de **la difficulté de définir ce qu'est un produit lozérien**. Les avis divergent sur les définitions mais aussi sur ce qu'il est important de mettre en avant dans les commerces : le local, le produit de qualité, le bio ? Est-ce que le local est forcément qualitatif ? Cette réflexion apparaît comme un prérequis au groupe avant d'aller plus loin dans la réflexion.

1. FORMULATION DU DÉFI



Les défis proposés par les 6 sous-groupes constitués

Le groupe a abouti à la formulation suivante :

- « Comment favoriser l'engagement des acteurs (producteurs, consommateurs, distributeurs, transformateurs, logistique) pour produire, vendre, consommer plus de produits locaux, sachant qu'il faut :
- Redéfinir ce qu'est un produit lozérien
 - Une juste répartition de la valeur entre tous les acteurs
 - Une transparence à chaque étape de la chaîne (des producteurs aux consommateurs) »



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de



Comment favoriser l'engagement des acteurs
(producteur - consommateur - distributeur - transformateur - logisticien)
pour produire, vendre, consommer + de produits locaux

Sachant qu'il faut :

- Redéfinir ce qu'est un produit lozérien,
- une juste répartition de la valeur entre tous les acteurs
- une transparence à chaque étape de la chaîne (producteur - consommateur)

L'engagement, c'est un engagement à répondre aux besoins des uns et des autres (économique, besoin de fiabilité, de régularité, de volume, d'être rassuré...). Le groupe a rappelé la nécessité **d'inclure tous les acteurs** (pas seulement les commerçants et les producteurs) dans la définition du défi. Ainsi que de réfléchir **ensemble et de manière systémique** à la production, la vente et la consommation.



2. PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES

QUELLES PISTES DE SOLUTIONS ?

- Définition :** Clarifier pour les ≠ acteurs ce que c'est « de Lozère »
- marque ? label ?
- peut-on l'utiliser comme définition ? ou comme garantie plutôt ?
- Relocaliser des productions nécessaires
- Accompagner les agriculteurs à la diversification
- en les rassurant sur les volumes et les prix par contractualiser
- Organiser la collecte pour faciliter le lien producteur - commerçant (thématique transport)
- Etablir un collectif pour renforcer l'engagement
- Partager son état des lieux des besoins des clients & des capacités des producteurs
- collectif organisé par les producteurs
- Organiser la rencontre producteur - commerçant
- forums existant
- AgriLocal
- Renforcer la présence des acteurs ALM sur les événements existants
- Créer une foire alimentaire de Lozère (en bio ?)
- Rencontres d'affaires à la Foire des Terroirs, Artisan Nature pour favoriser des rencontres
- le collectif permet de partager le discours entre tous les acteurs
- Création de "clubs des acteurs engagés" réseaux réguliers pour le dép.
- Developper des chèques cadeau cœur pour inciter à la consommation locale
- Faire appliquer la loi Egalim

Mieux connaître l'offre et la demande des petits locaux Lozériens

Transparence +++

- Créer des espaces de vente dédiés aux petits Lozériens
- ↳ visites à la ferme pour expliquer aux consos
- ↳ QR code chez le distri sur le produit pour expliquer aux consos. + notation
- Co-construits de l'offre pour consos
- Collectifs sur marchés, festivals de Lozère + distri
- Cartographie des prod. (en cours COT) dép tous les prod.
- quid d'un score qualité ? qu'est-ce que la qualité Lozérienne
- Score multicritères
- QR Code pour + d'info
- Catalogue des distri pro-actif pour le local
- Informez le client (transparence, explicitation labels, prix...)

Les pistes de solutions proposées (priorisées par un vote par gommettes)



Retranscription et regroupement des idées avec proposition de thèmes :

Organiser plus d'événements de rencontres producteurs – commerçants

- Organiser des événements plus larges producteurs-commerçants (comme le forum des terroirs et les rencontres Agrilocal déjà existants)
- Renforcer la présence des acteurs alimentaires sur les événements existants
- Organiser une foire alimentaire en Lozère (bio ?)
- Rencontres d'affaires à la foire des Terroirs, Artisan Nature pour favoriser les rencontres

Établir un collectif / Créer un club des « acteurs engagés » pour renforcer l'engagement

- Se réunir régulièrement tout au long de l'année afin de faire rencontrer les acteurs et échanger autour des thématiques : produire, vendre, consommer > Nécessité d'avoir une force invitante neutre pour impulser la dynamique et animer.
- Partager un état des lieux des besoins des commerçants et des capacités de productions des producteurs
- Partager le même langage / discours entre tous les acteurs

Mieux connaître l'offre et la demande des produits locaux en Lozère :

- Créer une cartographie des producteurs (en cours par le département + la CCI) disponible en ligne
- Créer une cartographie des distributeurs actifs pour le local, afin de faciliter le démarchage mené par les producteurs locaux

Relocaliser les productions

- Relocaliser les productions nécessaires
- Accompagner les producteurs à la diversification
 - En les rassurant sur les volumes et les prix grâce à la contractualisation

Garantir la transparence à toutes les étapes

- Clarifier pour les différents acteurs ce qu'est « De Lozère » : une marque, un label ? Peut-on l'utiliser comme définition ? ou comme garantie ?
- Plus de visites à la ferme pour expliquer aux consommateurs l'origine des produits, la saisonnalité
- Créer un QR code sur les produits permettant aux consommateurs d'avoir plus d'informations sur le produit
- Quid d'un score qualité ? un score multicritère : local, qualité permettant d'évaluer les produits de manière plus fine
- Informer le client (transparence, explications label, prix...)

Inciter à la consommation locale

- Créer des espaces de vente dédiés aux produits lozériens : nécessité de co-construire l'offre entre les distributeurs et les producteurs. Un projet de corners dans les magasins est en cours de construction par Lozère Développement avec un partenariat entre les adhérents de marque De Lozère et les distributeurs.
- Développer les chèques cadeaux-cœur pour inciter à la consommation locale

La Lozère a du goût !



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de



Faire appliquer la loi Egalim

Organiser la collecte pour faciliter le lien commerçant – producteur (thématique transport)



3. PRIORISATION DES PISTES DE SOLUTION

Les participants ont voté pour prioriser les actions citées.

Les actions classées par ordre de priorisation figurent dans le tableau-ci-dessous :

| Nombre de votes | Actions | Rappel du thème |
|-----------------|---|---|
| 10 | Organiser des événements plus larges producteurs-commerçants (comme le forum des terroirs et les rencontres Agrilocal déjà existants) | Établir un collectif |
| 9 | Établir un collectif pour renforcer l'engagement | Établir un collectif |
| 9 | Clarifier pour les différents acteurs ce qu'est « De Lozère » : une marque, un label ? Peut-on l'utiliser comme définition ? ou comme garantie ? | Inciter à la consommation locale |
| 8 | Créer des espaces de vente dédiés aux produits lozériens (nécessité de co-construire l'offre entre les distributeurs et les producteurs. Un projet de corners dans les magasins est en cours de construction par Lozère Développement avec un partenariat entre les adhérents de marque De Lozère et les distributeurs.) | Mieux connaître l'offre et la demande des produits locaux en Lozère |
| 6 | Relocaliser les productions nécessaires | Relocaliser les productions |
| 3 | Créer une foire alimentaire de la Lozère | Établir un collectif |
| 3 | Créer une cartographie des distributeurs pro actifs pour le local | Mieux connaître l'offre et la demande des produits locaux en Lozère |
| 3 | Plus de visites à la ferme pour expliquer aux consommateurs l'origine des produits, la saisonnalité | Garantir la transparence à toutes les étapes |
| 3 | Créer un QR code sur les produits permettant aux consommateurs d'avoir plus d'informations sur le produit | Garantir la transparence à toutes les étapes |
| 2 | Accompagner les producteurs à la diversification en les rassurant sur les volumes et les prix grâce à la contractualisation | Relocaliser les productions |
| 2 | Partager un état des lieux des besoins des commerçants et des capacités de productions des producteurs | Établir un collectif |
| 2 | Rencontres d'affaires à la foire des Terroirs, Artisan Nature pour favoriser les rencontres | Établir un collectif |
| 1 | Partager le même langage / discours entre tous les acteurs | Établir un collectif |
| 1 | Renforcer la présence des acteurs alimentaires sur les événements existants | Établir un collectif |
| 1 | Informé le client (transparence, explications label, prix...) | Garantir la transparence à toutes les étapes |

La Lozère a du goût !



lozère
LE DÉPARTEMENT



Le Département de la Lozère
a été labellisé
Projet
Alimentaire
Territorial
en juin 2021,
avec le soutien financier de

