



Avec le soutien financier de



# Projet Alimentaire de Territoire du Pays de Saint-Gilles Croix de Vie

Atelier 4 : Comment organiser l'accès à l'alimentation, du  
consommateur au producteur ?

1<sup>er</sup> Décembre 2022 – 18h00 - 21h00





Avec le soutien financier de



# Ouverture

# 1

Introduction  
Interconnaissance  
Présentation du déroulé  
Parcours apprenant



## Le mot de



### M. Emmanuel RICHARD

élu,  
membre du GT PAT du Pays  
de Saint-Gilles-Croix-de-Vie  
agglomération,  
conseiller municipal de  
Saint Révérend



S'inter-connaître



**Epingler votre lieu de courses alimentaires principal sur la carte.**

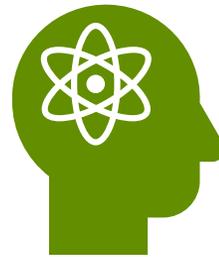




## 3 temps :



Ouverture



50 minutes

Atelier collectif  
en groupes



100 minutes

Clôture



10 minutes

# D'autres ateliers thématiques ont déjà eu lieu :

Atelier 1	Atelier 2	Atelier 3
Comment la restauration collective peut devenir un levier de la transition alimentaire pour le territoire ?	Comment favoriser la création de valeur « durable » pour les acteurs de la production alimentaire du territoire ?	Comment l'agriculture et la pêche s'adapteront-elles aux enjeux et aux attentes sociétales de demain ?

## Les sujets qui y ont été abordés :

La restauration collective comme vecteur de sensibilisation et de pédagogie

La restauration collective : un volume de denrées conséquent, acheté par de l'argent publique

Quels outils de transformation pour demain ?

L'installation agricole pour maintenir une valeur économique durable sur le territoire

Recréer du lien (pédagogique et financier) entre les consommateurs et les « gestionnaires » des milieux: DPN, PSE et cadre collectif

Informers les consommateurs des produits et métiers de tous les maillons de la chaîne alimentaire, du « bien manger » au « bien produire » ?

Les PSE et leur utilité pour garantir une performance biodiversité et eau de la production agricole

Accès au foncier et Zéro Artificialisation Nette

La gestion de l'eau : nouvelles ressources, organisation territoriale, économies

Les thèmes déjà abordés...

Les thèmes suivants...

D'autres ateliers thématiques sont prévus :

Atelier 5	Atelier 6
Comment faciliter l'accès à une alimentation de qualité et durable aux populations en situation de précarité ?	Comment favoriser ou soutenir l'évolution des pratiques alimentaires des consommateurs : manger sain, lutter contre le gaspillage... ?

Les sujets qui pourront être gardés pour ces autres ateliers :

Alimentation et précarité

Consommateurs et évolutions de leurs tendances alimentaires

Lutte anti-gaspi

...



## Déroulé

de cet atelier

## Les finalités de cette rencontre

- Définir **l'ambition du territoire** et commencer à identifier **la trajectoire pour l'atteindre**
- Avoir de **premières pistes d'actions concrètes et opérationnelles**, dans l'idéal, projetées dans **une temporalité**
- Des **comptes-rendus de bilan** de l'atelier seront faits et diffusés, avec **photos à l'appui**. S'il y en a qui **ne souhaitent pas être pris en photo**, on vous propose de vous manifester en levant la main



## Déroulé

de cet atelier

## Les règles du jeu

- **Ecoute et empathie**
- **Prise de parole encouragée dans les temps de travail en sous-groupes**
- **Pas de critique ni d'autocritique**
  
- **Respect du timing**
- **Respect des finalités : il faudrait repartir avec du concret !**
- **Respect de la thématique : 6 ateliers en tout seront organisés, donc chacun son contenu**
  
- **Des sujets seront consensuels, d'autres non, mais tous les avis doivent être entendus et seront pris en compte. Nous acterons les points d'accord et points de désaccord tout au long de l'atelier.**
- **Nous récupérerons les feutres, cartons inutilisés et badges à la fin de l'atelier.**

# RAPPEL : la démarche de PAT

Une démarche transversale, volontaire, coconstruite par les acteurs du territoire

« **Les projets alimentaires territoriaux** sont des **démarches de terrain, volontaires, collectives**. C'est un rassemblement des **acteurs** intéressés par la question de **l'alimentation**, qui se regroupent, qui établissent un **diagnostic du territoire** et qui cherchent et **mettent en œuvre** des **solutions concrètes** pour répondre à des problématiques locales. » - Ministère de l'Agriculture

## Les thématiques abordées dans un PAT, selon le Réseau National des PAT (RnPAT)



Economie alimentaire



Culture et gastronomie



Nutrition et santé



Accessibilité sociale



Environnement



Aménagement et urbanisme



## Un projet fait par le territoire, pour le territoire



**Le parcours  
apprenant**



## Inspirations sur d'autres territoires



# Inspirations

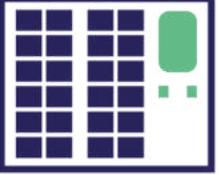
Des exemples de solutions pouvant être mises en place pour organiser l'accès à l'alimentation

## Le casier français

Distributeurs alimentaires automatiques

### Actions :

- Dispense les agriculteurs d'intermédiaires et des contraintes d'un magasin
- Permet d'assurer la disponibilité en produits locaux frais au cœur des villes, 24h/24 et 7j/7

LE CASIER  
FRANÇAIS 



Source : <https://lecasierfrancais.fr/>

# Inspirations

Des exemples de solutions pouvant être mises en place pour organiser l'accès à l'alimentation

## Sycleo

Solutions d'emballages consignés et laverie ; gestion logistique des contenants

### Actions :

- Sycleo, c'est une solution pour consommer ses produits frais sans déchets, avec des emballages alimentaires et réutilisables et avec une application gratuite !
- Acteur local : laverie au Fenouiller, magasins partenaires en Vendée

**Sycleo**  
Le cycle des contenants consignés



1. Sycleo vous livre des contenants propres quotidiennement avec sa camionnette.



2. Avec Sycleo, vous pouvez proposer à vos clients une alternative aux emballages à usage unique et leur permettre de consommer sans déchets.



3. Sycleo récupère les contenants sales et les emmène dans notre laverie au Fenouiller.



4. Sycleo se charge du lavage et vous assure une garantie sanitaire irréprochable, gère toute la logistique, s'occupe de la traçabilité des contenants et de la gestion des consignés.

# Inspirations

Des exemples de solutions pouvant être mises en place pour organiser l'accès à l'alimentation

## Socleo

Logiciel d'aide à la gestion de l'activité commerciale, logistique et administrative

### Offres (2 parmi 5) :

- **Vente directe** : Commercialiser les produits aux particuliers via une boutique en ligne (livraison en points relais, click & collect ou à domicile). S'adresse aux producteurs, transformateurs, collectifs ou distributeurs.
- **Transformation** : Gérer les approvisionnements en matières premières et la distribution des produits finis. S'adresse aux ateliers de transformations, légumeries, boulangeries...



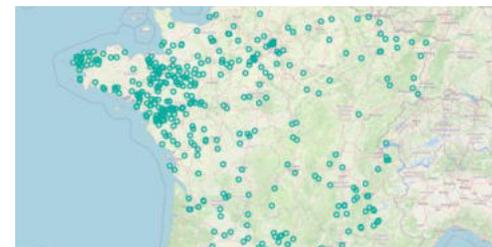
Partenaire logiciel des circuits courts

### Socleo Direct

L'offre Socleo pour gérer la vente de produits locaux aux particuliers

#### Fonctionnalités

- Proposez aux clients **une boutique en ligne**
- Planifiez et centralisez** vos commandes
- Gérez différents **lieux et créneaux de livraison**
- Editez les **factures et suivez les règlements**
- Analysez vos ventes** avec des outils statistiques



### Socleo Transformation

L'offre Socleo pour gérer la transformation et la distribution de produits locaux.

#### Fonctionnalités

- Suivez vos **prix d'achat et de vente**
- Gérez la **composition** en matières premières de vos produits finis
- Gérez un **portefeuille de clients professionnels**
- Gérez le stock **par lots**
- Proposez votre offre sur un **catalogue en ligne**
- Planifiez et centralisez** les commandes
- Assurez la traçabilité de vos **matières premières et produits finis**
- Editez les **factures et suivez les règlements**
- Analysez vos ventes** avec des outils statistiques

Source : <https://www.socleo.fr/>

# Inspirations

Des exemples de solutions pouvant être mises en place pour organiser l'accès à l'alimentation

## La charrette

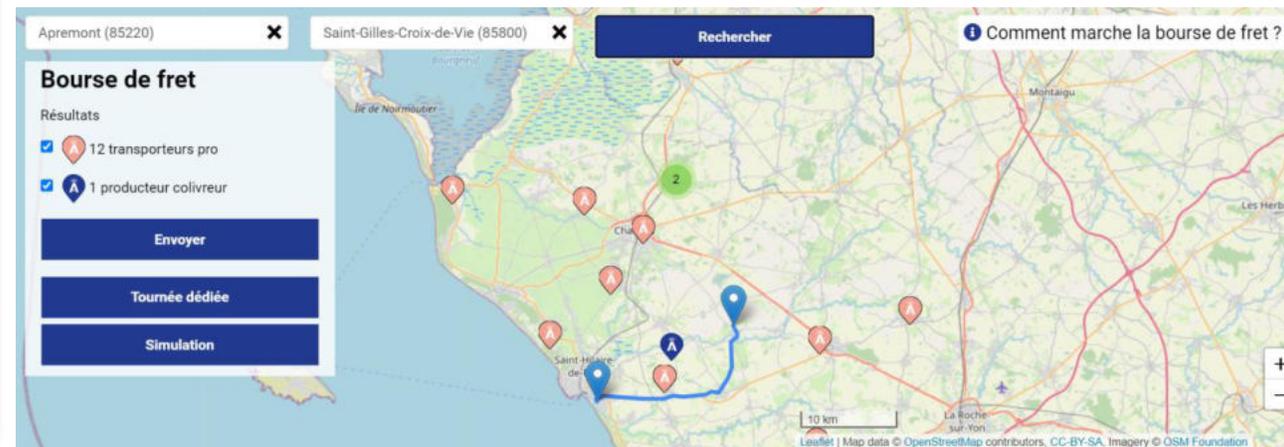
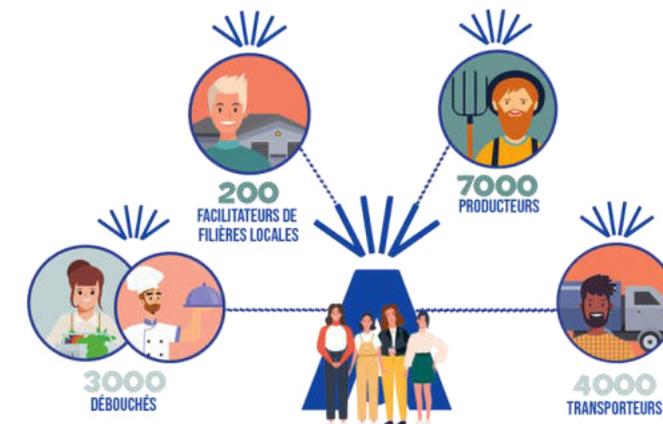
La colivraison grâce à une bourse au fret des circuits courts ; optimisation des parcours de livraison

### Actions :

- Pour les producteurs : Identifier les producteurs et les transporteurs professionnels acceptant de transporter des produits locaux et qui se déplacent près de l'exploitation.
- Pour les débouchés : Confier la livraison à un autre producteur ou à un transporteur qui a prévu de passer près du lieu de livraison



### QUI JE PEUX RENCONTRER?



Source : <https://lacharrette.org/>

# Inspirations

## Des exemples de solutions pouvant être mises en place pour organiser l'accès à l'alimentation

### Promus

Mutualiser les expéditions et regrouper les livraisons pour développer les circuits d'alimentation de proximité

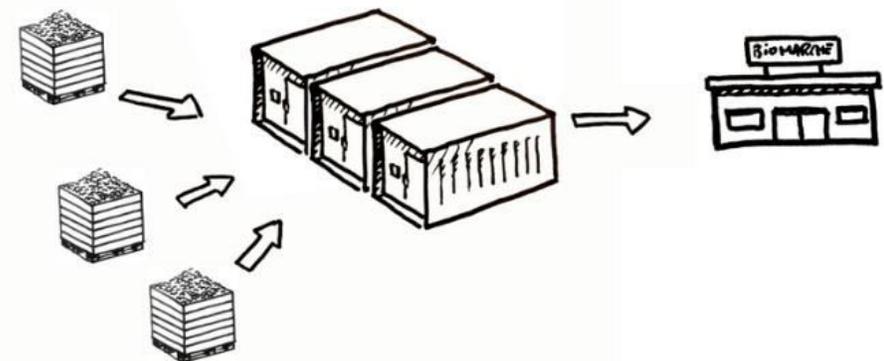
« Promus vous permet de proposer une carte 100% produit frais dans votre restaurant ! Plus besoin de multiplier les fournisseurs et grossistes alimentaires pour faire du circuit court. Promus vous met en relation directe avec les producteurs, sans la paperasse et les délais de livraison ! »

Solution pour les restaurants, supermarchés et établissements de restauration collective. Permet de limiter les trajets des producteurs (moins de livraisons) et de faciliter les livraisons pour les acheteurs qui peuvent acheter l'ensemble des produits sur la plateforme et se faire livrer. Prix concurrentiel car un seul intermédiaire entre le producteur et l'acheteur.

Entreprise déjà partenaire avec les pays de la Loire



Une **Promus-Box** pour collecter les productions des différents agriculteurs du territoire et distribuer les commandes aux restaurants, supermarchés et établissements de restauration collective



Source : <https://www.promus.fr/>



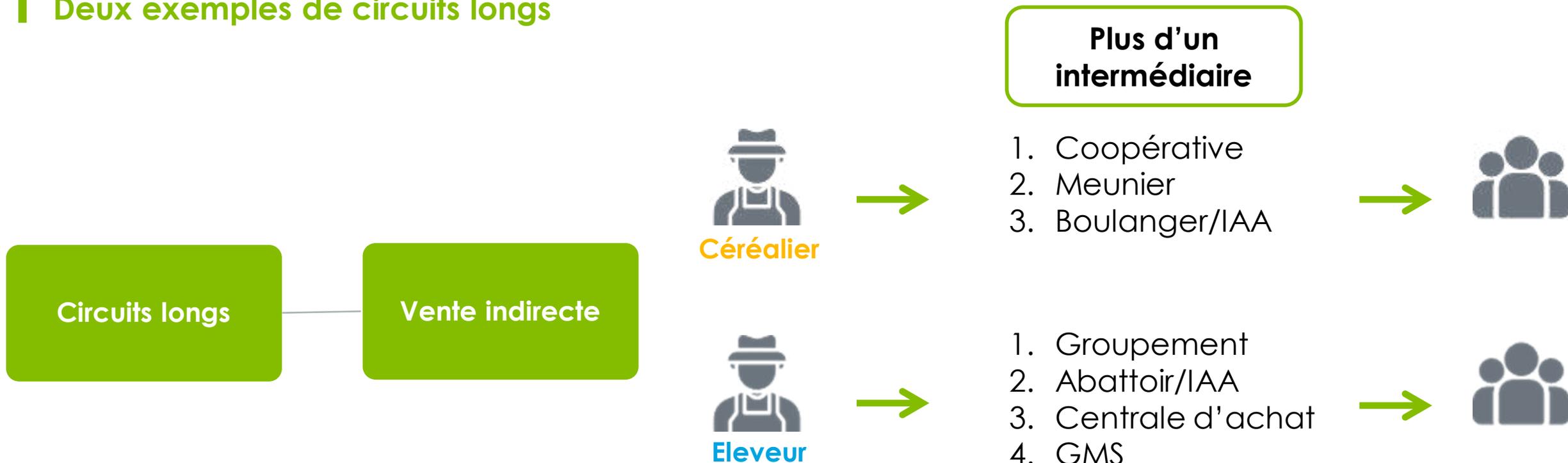
35 minutes

## **QUIZZ : les règles du jeu**

- **Vous avez des cartons de couleur, que vous pouvez lever pour donner votre réponse.**
- **Quelques questions peuvent être prises pour une réponse en direct. Si le temps venait à manquer, elles seront collectées et trouveront une réponse plus tard, dans le bilan de l'atelier qui sera transmis, par exemple.**
- **Certains éléments globaux sur la thématique peuvent avoir déjà été fournis lors de la plénière. Le support de celle-ci est mis à disposition de tous ceux qui le souhaitent.**

# Circuits de commercialisation

## Deux exemples de circuits longs



### « Circuit long » ne veut pas forcément dire « export »

Le circuit long, compte-tenu du nombre d'intermédiaires, entraîne généralement un éloignement de la fabrication du produit fini (bon à consommer) de son lieu de consommation.

Cependant, l'approvisionnement en produits locaux en circuits longs peut se faire en recourant à des produits locaux **bien tracés** (origine locale des matières premières)

# Circuits de commercialisation

## Les circuits courts



- Restaurateur / cuisines
- Commerçant détaillant
- Grossiste
- GMS

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## CONSOMMATEURS

Quelle proportion d'habitants de l'Agglomération fait de l'autoproduction\* ?

- 5 %
- 10 %
- 20 %
- 30 %

\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

Quizz

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## CONSOMMATEURS

Quelle proportion d'habitants de l'Agglomération fait de l'autoproduction\* ?

- 5 %
- 10 %
- 20 %
- 30 %

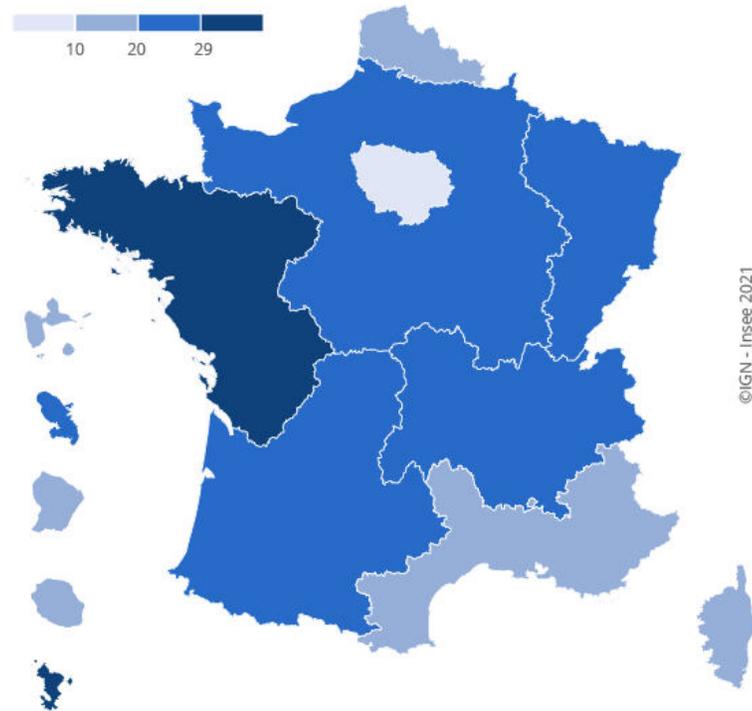
Quizz

\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

# Des habitants qui produisent une partie de leur alimentation

## Autoconsommation en France et sur le Pays de Saint Gilles Croix de Vie

Ménages autoconsommateurs en %



©IGN - Insee 2021



Figure 1 - Jardins individuels et autoconsommation en 2017 selon la taille de l'unité urbaine

en % de ménages

	Ménage disposant				Part de ménages ayant autoconsommé
	d'un jardin d'agrément	d'un jardin avec verger ou potager	d'un jardin (tout type)	d'aucun jardin	
Agglomération parisienne	18	4	23	77	5
100 000 à 1 999 999 habitants	29	8	38	62	11
20 000 à 99 999 habitants	38	16	54	46	16
2 000 à 19 999 habitants	43	26	69	31	26
Commune hors unité urbaine	43	42	85	15	39
<b>Ensemble</b>	<b>34</b>	<b>19</b>	<b>53</b>	<b>47</b>	<b>20</b>

Lecture : en 2017, parmi les ménages résidant hors unité urbaine, 85 % disposent d'un jardin ; 42 % disposent d'un jardin avec un verger ou un potager ; 39 % ont autoconsommé au moins un produit de leur production ou de celle d'un autre ménage la semaine précédant l'enquête.

Champ : ménages ordinaires, France.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

### L'autoproduction, une spécificité vendéenne et locale

**30%** des enquêtés déclarent faire de l'autoproduction, ce qui est un chiffre significatif et est une spécificité vendéenne (33% en Vendée)



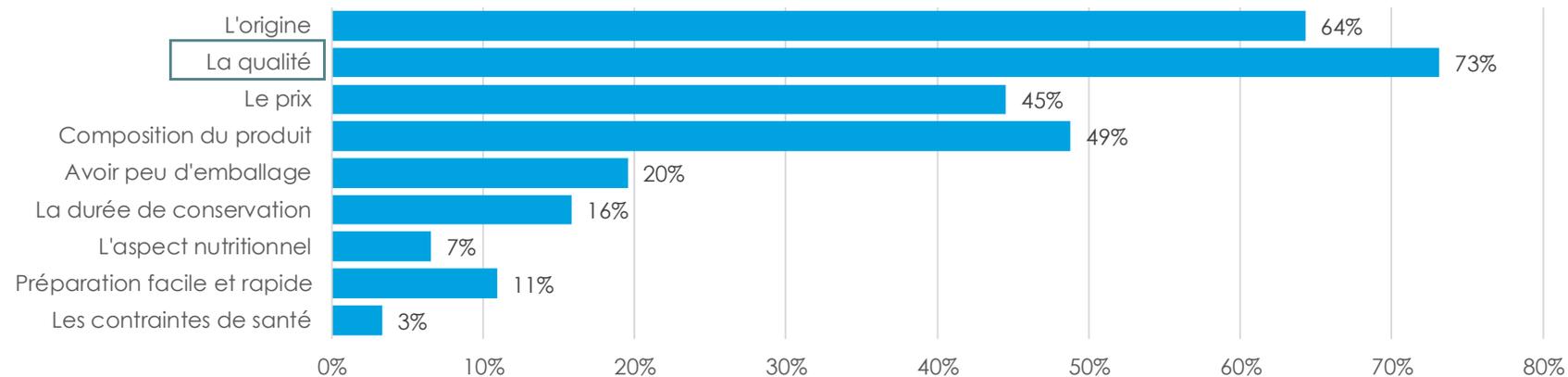
# Les envies des consommateurs gillocruciens enquêtés

## Acte d'achat

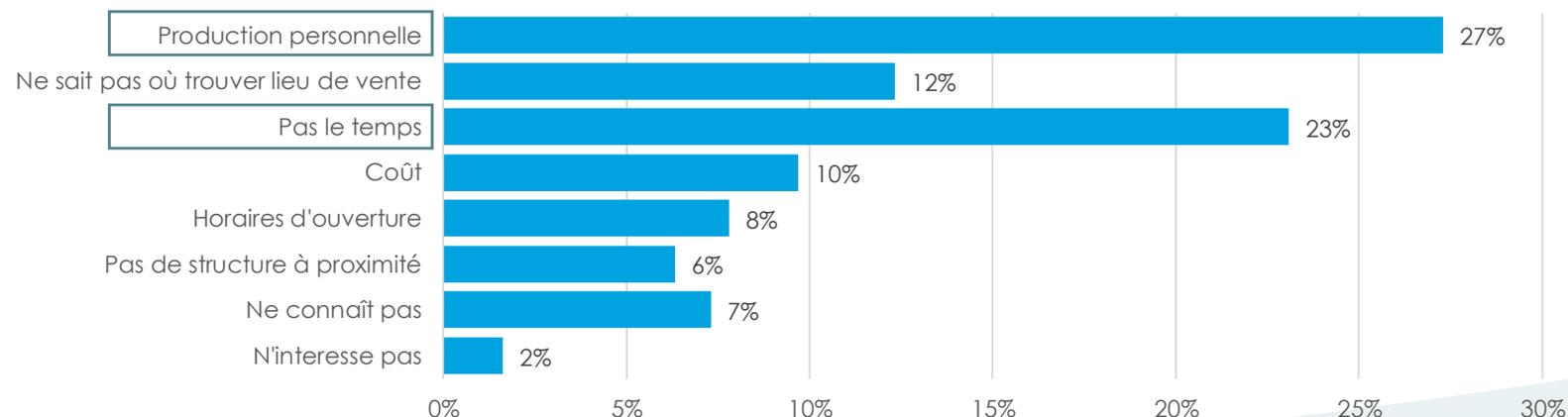
- Les habitants du territoire déclarent pour près des ¾ choisir leur produits alimentaires en fonction de leur qualité
- En Vendée, le premier critère de choix déclaré est l'origine (65%)
- Attention néanmoins à la modification du contexte économique depuis l'étude, ainsi qu'à l'aspect déclaratif de ces réponses

- Les premiers freins des habitants du PSGXV sont l'autoproduction ou le manque de temps pour s'y rendre
- En Vendée : la 2<sup>ème</sup> raison principale est qu'ils ne savent pas où trouver des lieux de vente. Les habitants du PSGXV identifient mieux les lieux de vente, certainement grâce au guide des producteurs locaux en vente directe de la Communauté d'Agglomération

## Principaux critères de choix des produits



## Principales raisons pour lesquelles les personnes ne font pas leurs courses en circuits courts



Données issues de l'enquête consommateurs réalisée par le conseil départemental en novembre et décembre 2021. Extrait sur les 120 résultats de l'Agglomération

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## Quizz

### DEMOGRAPHIE

Quelle est la fluctuation démographique saisonnière liée à l'attractivité touristique du littoral de l'Agglomération ?

- Très faible, la population augmente de quelques centaines d'habitants
  - Faible, la population est multipliée par 1,5
  - Forte, la population double pendant l'été
- Très forte, la population est multipliée par 3 à 5 suivant les mois d'été

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## Quizz

### DEMOGRAPHIE

Quelle est la fluctuation démographique saisonnière liée à l'attractivité touristique du littoral de l'Agglomération ?

- Très faible, la population augmente de quelques centaines d'habitants
  - Faible, la population est multipliée par 1,5
  - Forte, la population double pendant l'été
- Très forte, la population est multipliée par 3 à 5 suivant les mois d'été

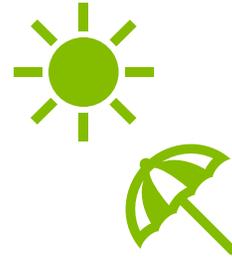
# Une fluctuation démographique

qui peut peser sur l'organisation de l'approvisionnement alimentaire



**50 311**

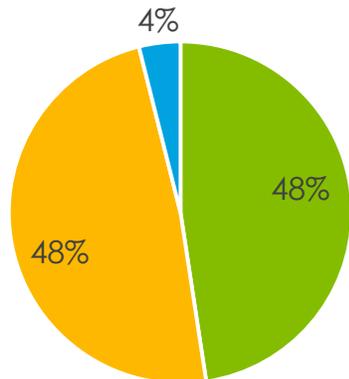
habitants\* (2019)



**x3** pendant l'été

Et jusqu'à **x5** au mois d'août  
(jusqu'à environ 230 000 personnes)

Répartition des logements sur  
l'Agglomération en 2019\*



**Autant** de résidences principales que de résidences secondaires (en France, c'est un rapport de 1 pour 8)

- Résidences principales
- Résidences secondaires
- Logements vacants

Evolution annuelle moyenne de la population

Indicateurs	CA du Pays de Saint-Gilles-Croix-de-Vie	France
Variation de population (%)	1,16	0,36
- due au solde naturel (%)	-0,58	0,29
- due au solde entrées/sorties (%)	1,74	0,06

1968-1975 1975-1982 1982-1990 1990-1999 1999-2008 2008-2013 **2013-2019**

Source : Insee, séries historiques du RP, exploitation principale - 2013-2019

Une agglomération qui attire

\*Rapports de l'INSEE

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## Distribution

Aujourd'hui, le lieu le plus fréquenté par les habitants de l'agglomération pour les courses alimentaires correspond aux Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), mais pour quel pourcentage\* ?

- 75 %
- 80 %
- 85 %
- 90 %

\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

## Distribution

Aujourd'hui, le lieu le plus fréquenté par les habitants de l'agglomération pour les courses alimentaires correspond aux Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), mais pour quel pourcentage\* ?

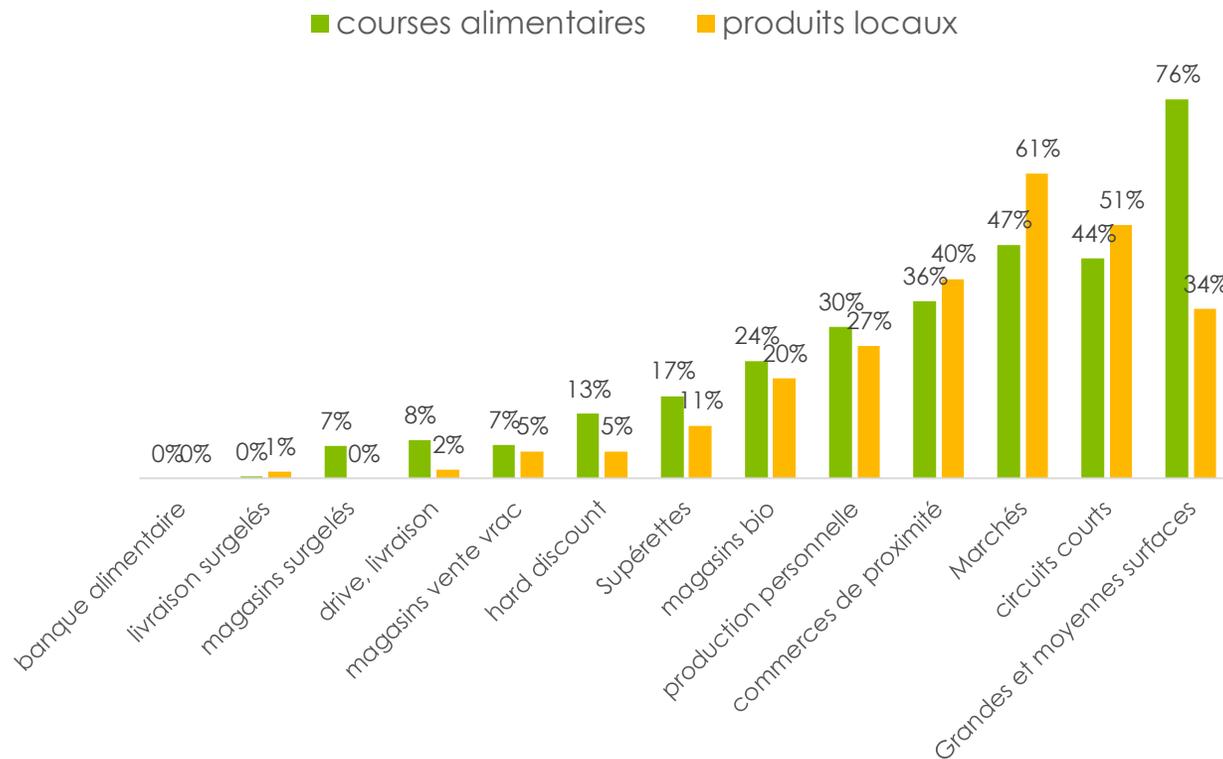
- 75 %
- 80 %
- 85 %
- 90 %

\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

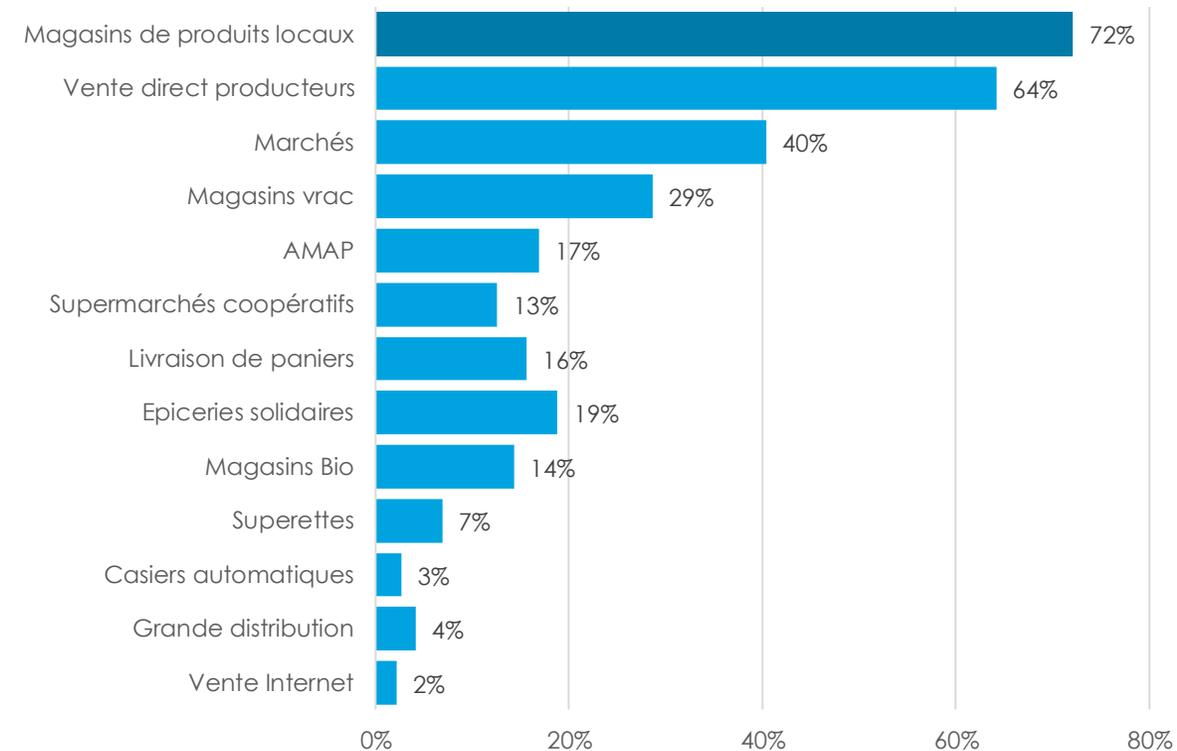
# Répartition des courses alimentaires

## Et envies de changement

### Principaux lieux de courses alimentaires et de produits locaux



### Principaux souhaits pour le développement de format de vente



En **France** : 72 % des achats alimentaires sont réalisés en **GMS**, distance moyenne parcourue pour s'y rendre= 8 km

En **Vendée** : 79 % en **GMS**, 48 % en circuits courts, 36 % en marchés, et 33 % en commerce de proximité

En **Vendée** : 68 % en magasin de produits locaux, 55 % en vente directe producteurs, 41 % en marchés

Données issues de l'enquête consommateurs réalisée par le conseil départemental en novembre et décembre 2021. Extrait sur les 120 résultats de l'Agglomération

# 38 producteurs locaux en vente directe

Déjà recensés dans un guide de l'Agglomération



Nombre d'exploitations\*

- 12 ● Les fruits et légumes
- 12 ● Les viandes, volailles et œufs
- 6 ● Les vins
- 5 ● Les miels et autres douceurs sucrées
- 2 ● Les sels et produits du marais
- 2 ● Les pains, farines et huiles
- 1 ● Les escargots



Des productions **absentes**, telles que les **produits laitiers**

Des productions **fortement représentées** : les fruits et légumes et les viandes, volailles et œufs

→ En décalage avec les productions majoritaires sur le territoire

Une légère spatialisation, avec une concentration des exploitations F&L sur les communes littorales, des vins au Sud et de l'élevage en rétro littoral

\*Le total ne fait pas 38 car une exploitation diversifiée apparaît dans 3 catégories

# Points de vente collectifs et initiatives locales

## Des marchés de producteurs aux paniers



📍 Coëx

**Marché fermier organisé par Cœur de Grange**

**Marché gourmand et artisanal « Le P'tit Graillou »  
organisé par la municipalité**

📍 Commequiers

**Marché paysan et artisanal organisé  
par le Collectif pour la Tranquillité et la Vie Rurale**

📍 Saint Gilles Croix de Vie

**Marchés organisés par l'association  
« Les Paniers de Vie et Jaunay »**

📍 Saint Révérend

**Marché festif « REV' de Marché » organisé par la municipalité**



📍 Saint Gilles Croix de Vie

**LES PANIERS DE VIE ET JAUNAY**

Centre socioculturel « La P'tite Gare »  
35 rue du Maréchal Leclerc

📍 Saint Hilaire de Riez

**LA RUCHE HILAIROISE**

Antenne locale du réseau La Ruche qui dit Oui  
10 rue des Mésanges



**collectif court circuit**  
Nord ouest Vendée



Gens du Marais et d'Ailleurs

Bonne implantation au nord, fort volet environnemental, 36 producteurs et 450 familles comptabilisés (en partie au-delà du territoire du PSGXV)

**+** Une **quinzaine de marchés de plein-vent**  
sur le territoire, 2 Biocoop et 4 magasins « Vrac »

## Distribution

Qu'est-ce que le « manger local » ?

- Il n'existe pas vraiment de définition précise du « local »
- Un acte d'achat alimentaire réalisé dans des magasins à moins de 10km du domicile
- La totalité des denrées alimentaires achetées sont produites à moins de 10km des sites d'achat
- La totalité des denrées alimentaires achetées sont produites à moins de 50km des sites d'achat

\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

## Distribution

Qu'est-ce que le « manger local » ?

- Il n'existe pas vraiment de définition précise du « local »
- Un acte d'achat alimentaire réalisé dans des magasins à moins de 10km du domicile
- La totalité des denrées alimentaires achetées sont produites à moins de 10km des sites d'achat
- La totalité des denrées alimentaires achetées sont produites à moins de 50km des sites d'achat

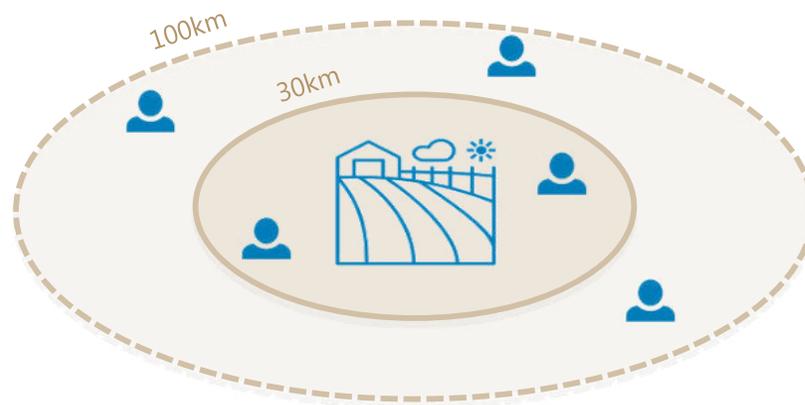
\*Selon l'enquête réalisée par le conseil départemental

# Circuits de proximité

## Une définition de « distance » à préciser !

La notion de « proximité » renvoie à l'enjeu spatial, à une distance limitée entre producteur et consommateur. Cette **distance et les bornes considérées peuvent être variables selon le lieu et les produits**, d'une trentaine à une centaine de kilomètres généralement, si la diversification de la production locale n'est pas suffisante (\*). L'élargissement doit idéalement être limité aux denrées manquantes, ce qui sous-entend une connaissance fine des flux et volumes produits et consommés selon l'origine spatiale.

*Commercialisation de proximité  
ou locale (< 100 km)*



- Pour les denrées produites et transformées localement
- - - Quand certaines denrées manquent, élargissement possible du rayon d'approvisionnement

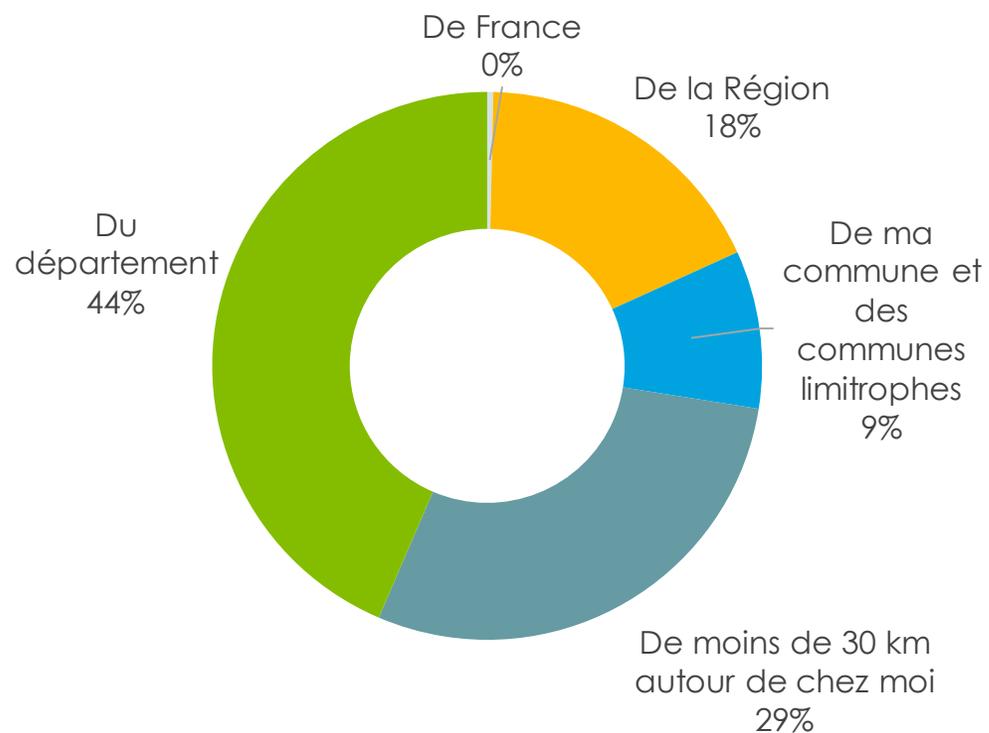
Une consommation locale ne signifie pas forcément une limitation du nombre d'intermédiaires (et inversement). Au même titre, qu'une production commercialisée en circuits courts peut provenir d'un autre pays, une production locale peut être passée par de nombreux acteurs de la chaîne avant d'atteindre le consommateur.

(\*). Avis de l'ADEME, sur les circuits-courts, 2017

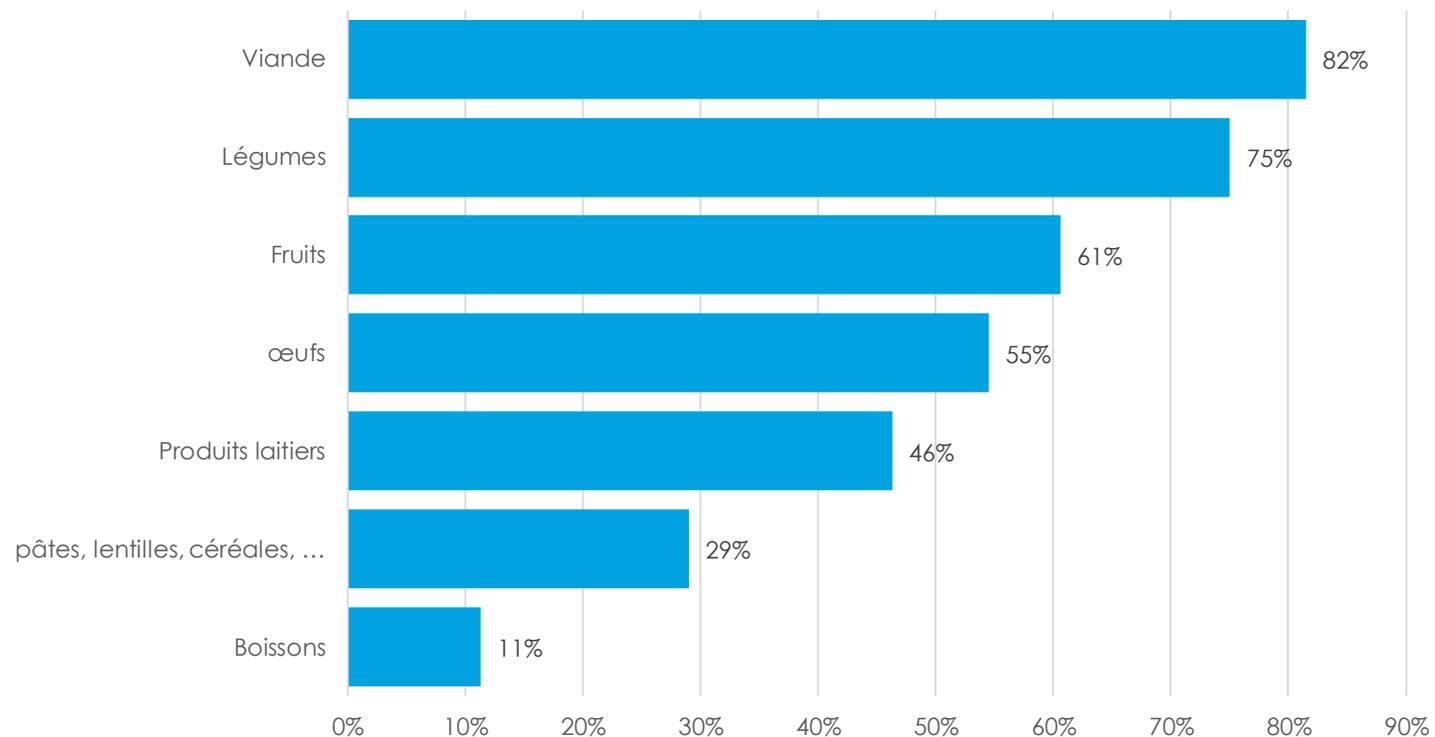
# Circuits de proximité

## Des habitants qui se positionnent

### Un "Produit local" est un produit en provenance :



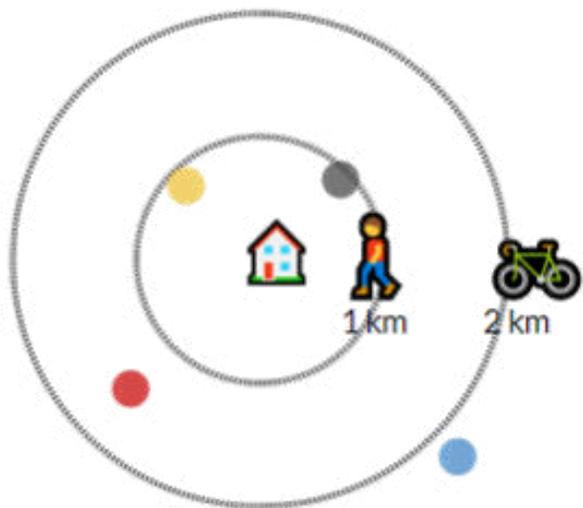
### Produits locaux achetés régulièrement



# Maillage territorial

Un territoire « 30km » qui couvre jusqu'après la Roche sur Yon et le sud Loire-Atlantique et des distances aux plus proches commerces de 1km ou plus

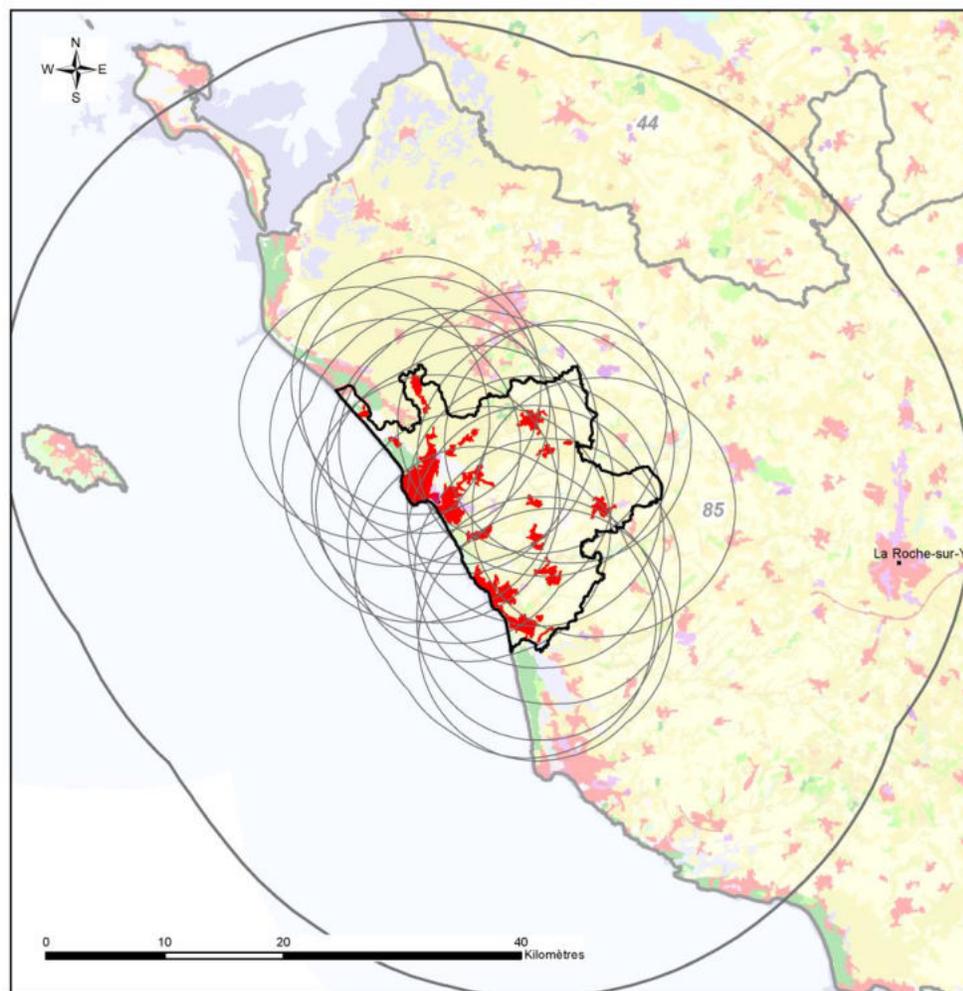
Distances moyennes aux plus proches commerces par type de commerce alimentaire  
(source : CRATer, échelle du PSGXV)\*



- Commerce généraliste 0.9 km
- Boulangerie / Pâtisserie 0.8 km
- Boucherie / Poissonnerie 1.5 km
- Autre commerce spécialisé 2.3 km

Note: toutes les distances sont à vol d'oiseau, 1 km correspondant à une zone accessible en 15 min à pied et 2 km à 10 min à vélo.

Source : Les Greniers d'Abondance, à partir de la [Base permanente des équipements \(INSEE 2020\)](#), la [Base de données des commerces \(OpenStreetMap 2021\)](#) et les [Données carroyées \(INSEE 2015\)](#).



Distances à vol d'oiseau  
autour des zones urbaines  
du Pays de St Gilles Croix de Vie

Sources : Corin Land Cover 2012, IGN

## Légende

□ EPCI Pays de Saint Gilles Croix de Vie

### Rayons autour des tissus urbains

□ 10 km

□ 30 km

### Occupation du sol

Territoires artificialisés - Zones urbanisées

■ 111 : Tissu urbain continu

■ 112 : Tissu urbain discontinu

mercredi 30 novembre 2022

# Maillage territorial

Un territoire « 30km » qui couvre jusqu'après la Roche sur Yon et le sud Loire-Atlantique et des distances aux plus proches commerces de 1km ou plus

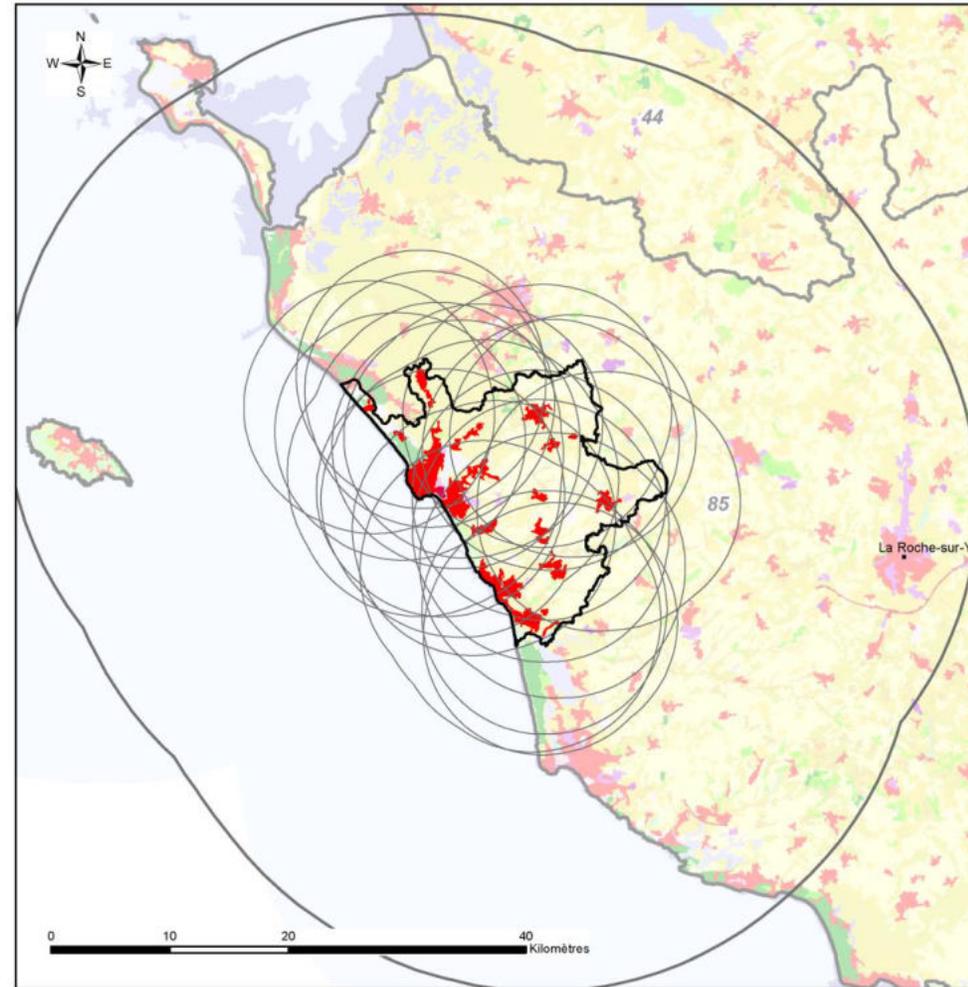
## Équipement automobile des ménages



2008 2013 **2019** >>

Source : Insee, Recensement de la population (RP), exploitation principale - 2019

Un équipement automobile des ménages supérieur aux taux français



Distances à vol d'oiseau autour des zones urbaines du Pays de St Gilles Croix de Vie

Sources : Corin Land Cover 2012, IGN

### Légende

EPCI Pays de Saint Gilles Croix de Vie

Rayons autour des tissus urbains

10 km

30 km

Occupation du sol

Territoires artificialisés - Zones urbanisées

111 : Tissu urbain continu

112 : Tissu urbain discontinu

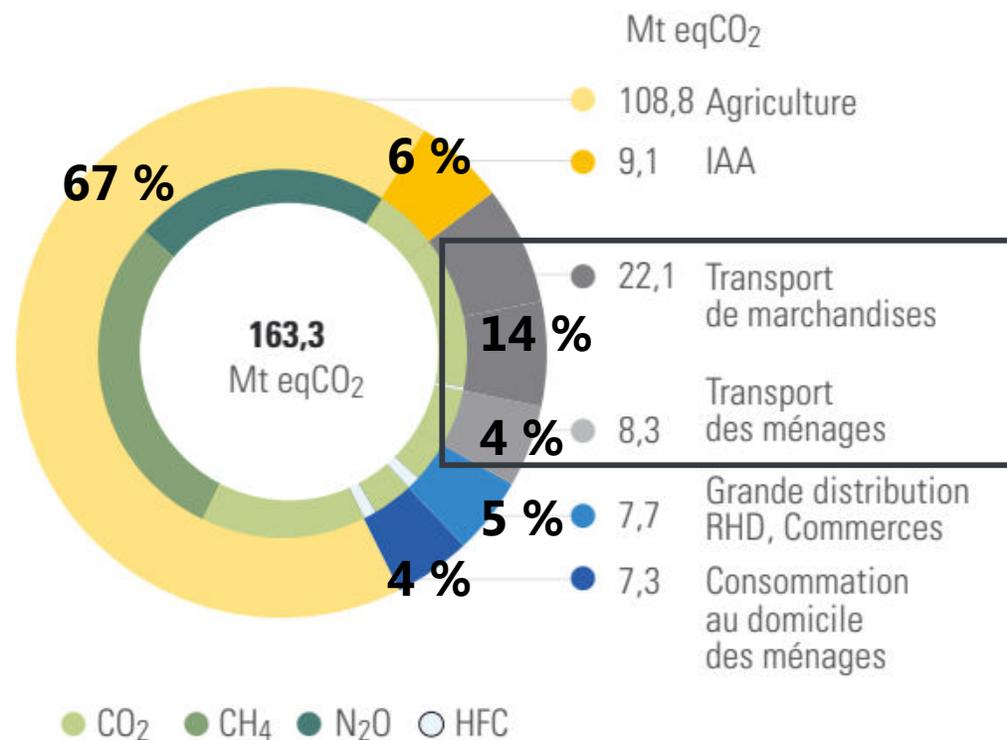
mercredi 30 novembre 2022

\* Attention, aucun accès permis à la méthode, pas de vérification apportée sur la robustesse de cet indicateur

# La réduction du transport et de la logistique

## Un enjeu de la transition énergétique et environnementale

### Bilan carbone de l'alimentation en France



Source : L'empreinte énergétique et carbone de l'alimentation en **France**, ADEME, janvier 2019

## 201 milliards de T.km

parcourus/an pour l'alimentation des ménages français

**23 %** de ce trafic est lié au transport des **aliments produits en France**

**57 %** de ce trafic est réalisé via le **transport maritime**

**83 %** des émissions de GES liées au transport des produits alimentaires sont générées par le **transport routier**

# La logistique du dernier kilomètre

## Définition, chiffres clefs et enjeux

### C'est quoi ?

La logistique du dernier kilomètre est le **dernier segment de la chaîne de livraison d'une commande, depuis site tel qu'un centre de distribution ou un magasin, jusqu'au client final.** La logistique du dernier kilomètre est généralement gérée par des messageries locales, des coursiers, des transporteurs LTL\* et des flottes privées ou spécialisées

### A l'échelle nationale, la livraison du dernier km c'est :

**20 %** Du coût total de la chaîne

**25 %** Des émissions de GES

**30 %** D'occupation de la voirie

**20 %** Du trafic



### Quels sont les enjeux ?

La livraison du « dernier km » est **la plus coûteuse** et les transporteurs sont de plus en plus réticents à livrer les centres-villes.

Il est nécessaire d'inventer des **alternatives plus économiques et écologiques.**

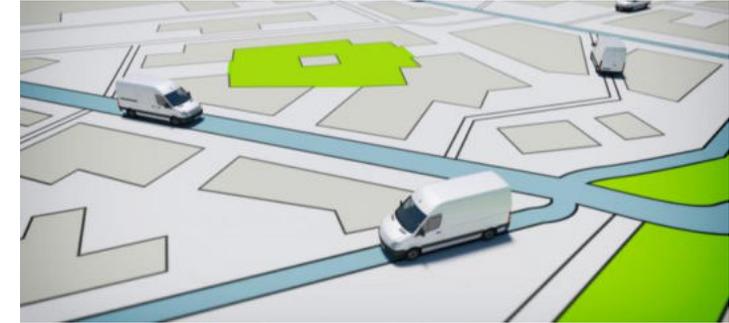
*\*Less than TruckLoad, ce qui signifie « moins qu'un camion complet ».  
On emploiera également le terme « transport de charges partielles »,  
« transport de lots brisés » ou « groupage »*

# La logistique du dernier kilomètre

## Défis à relevés et leviers d'action

### 5 défis majeurs

- **Fiabiliser les livraisons** : délais et qualité de service
- **Maîtriser les coûts** : éparpillement géographique et circulation dense en ville augmentent le temps de livraison
- **Diminuer l'impact écologique** : émissions de gaz à effet de serre, pollution de l'air
- **Exactitude et réactivité** : les clients exigent des délais de livraison de plus en plus courts ce qui complique la planification
- **Fourniture de services à valeur ajoutée** : avec pour objectif une différenciation concurrentielle et des revenus supplémentaires mais ajout de complexité



### Les leviers d'amélioration

- **Mutualisation du Fret** : mutualisation des camions
- **Limitation du nombre d'arrêts** : création de points relais
- **Mobilité bas carbone** : véhicules électriques ou roulant au GNV, vélos cargo bi ou triporteurs
- **Augmenter l'efficacité des tournées** : usage de technologies ou d'outils d'optimisation

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## Quizz

### RESTAURATION COLLECTIVE

Quel est le seuil à partir duquel les cuisines de confection doivent obligatoirement passer par une commande publique pour leur approvisionnement en denrées alimentaires ?

- 10 000 € HT
- 25 000 € HT
- 40 000 € HT
- 90 000 € HT

Systeme de questions à choix multiple (x4), chaque réponse étant associée à une couleur. Le public lève des cartons de couleur identique pour choisir la réponse

## Quizz

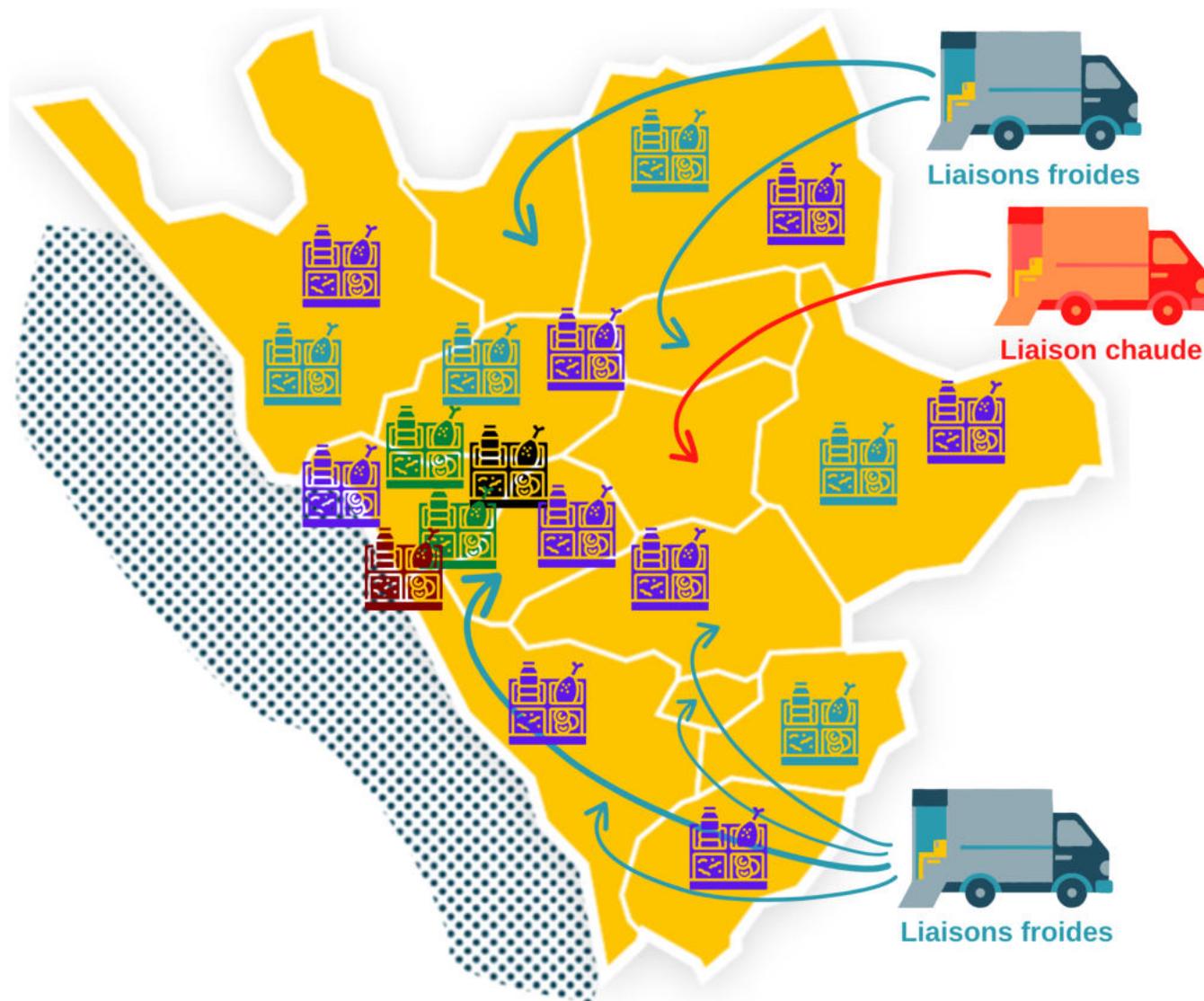
### RESTAURATION COLLECTIVE

Quel est le seuil à partir duquel les cuisines de confection doivent obligatoirement passer par une commande publique pour leur approvisionnement en denrées alimentaires ?

- 10 000 € HT
- 25 000 € HT
- 40 000 € HT
- 90 000 € HT

# Restauration collective

## Différents modèles de gestion : directe ou concédée



**Les cuisines de confection de restauration collective du territoire et les livraisons de repas (pour les écoles élémentaires uniquement)**

### Légende



Cuisine de confection municipale pour les écoles élémentaires principalement



Cuisine de confection EHPAD et résidences autonomes



Cuisine de confection collèges



Cuisine de confection lycée



Cuisine de confection CFA-MFR

# Restauration collective

## En gestion directe : un cadre juridique de la commande publique pour répondre à une logique concurrentielle

Les marchés publics sont des contrats entre un ou plusieurs opérateurs économiques et une **personne morale de droit public**, respectant des principes en matière de commande :

- Liberté d'accès à la commande publique pour **permettre à tous les fournisseurs de répondre**
- **Egalité de traitement** des candidats
- **Transparence** des procédures

Les obligations de publicité et mise en concurrence varient en fonction d'un seuil de valeur

**Jusqu'à  
40 000 HT**

Pas d'obligation de publicité

Recommandation d'une mise en concurrence informelle

Paiement possible sur facture

La notion de **local** (critère géographique) **ne peut être exigée dans un marché public**

# Restauration collective

**En gestion concédée : un cahier des charges défini lors de l'appel d'offre**

La gestion concédée c'est l'externalisation des services de restauration (et donc des approvisionnements) auprès d'une société spécialisée. Quatre sont présentes sur le territoire :



Déterminer un cahier des charges **précis et contrôlable** au moment du choix du prestataire : c'est **l'appel d'offre** qui définit les attentes de l'organisme ou la collectivité en matière d'approvisionnement (origine, proximité, qualité des produits...)

# Restauration collective

## Les premières tendances en matière d'objectifs fixés par la loi EGAlim – échelle départementale

Pour rappel, les principales mesures de la loi EGAlim concernant la restauration :

- Améliorer les produits dans les assiettes : au moins **50 % de produits de qualité et durables** au 1<sup>er</sup> janvier 2022, **dont 20 % de produits biologiques**
- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Diversification des sources de protéines et menus végétariens
- Substitution des plastiques
- Informations des usagers et convives

**Ces cantines ont aussi réalisé les mesures suivantes :**

**11 %** lutte contre le gaspillage

**27 %** diversification des menus

**14 %** interdiction du plastique

**12 %** information des convives

## Vendée\*

\*Chiffres à relativiser, toutes les cantines de Vendée ne se sont pas saisies de l'outil :  
- 67 % des cantines ont publié des données  
- 39 % en totalité



Des données variant en fonction du secteur d'activité :

- **enseignement** : 18 % bio moyen et 18 % durables et de qualité (hors bio) moyen
- **social et médico-social** : 6 % bio moyen et 8 % durables et de qualité (hors bio) moyen

Chiffres Pays de la Loire :

- 4 % ont réussi l'objectif d'approvisionnement EGAlim
- 12 % bio moyen
- 14 % durables et de qualité (hors bio) moyen

Pas encore de chiffres sur PSGXV

# Restauration collective

## Les pistes d'actions qui ont déjà été discutées lors de l'atelier 1

### Une organisation nécessaire de la restauration collective

Mettre en place une première expérimentation sur une petite structure (cantine)

Mettre en place un accompagnement juridique pour les marchés publics / Donner accès à un conseil juridique pour toutes les collectivités

Créer un poste d' « animateur filières » pour la restauration collective

Former tous les acteurs de la restoco

S'organiser ensemble via une plateforme de mutualisation des marchés publics / Construire un guide ou une plateforme pour faciliter l'approvisionnement des restoco

Réaliser une étude préciser pour quantifier l'autonomie alimentaire du territoire

Identifier les freins et leviers propres aux différentes typologies de restoco

### La restauration collective, un vecteur de sensibilisation

Faire découvrir les produits locaux via l'organisation de dégustations

Créer un livret de sensibilisation

Trier les déchets à la fin des repas

Construire un storytelling autour des produits et/ou des producteurs

Organiser des visites à la ferme

Organiser des tables rondes / espaces d'échanges pour réunir régulièrement tous les acteurs de la chaîne alimentaire



Avec le soutien financier de



# Atelier

# 2

Travail en sous-groupe : **s'approprier les forces et faiblesses du territoire**

Travail en sous-groupe : **construire la trajectoire**

Mise en commun : **restituer et donner son avis**

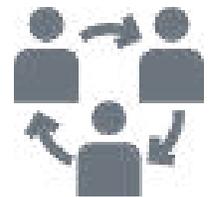
Compléter la  
matrice...



20 minutes

## Les règles du jeu

- Répartition en sous-groupes
- A partir de la matrice, **complétez les Atouts, Faiblesses, Opportunités et Menaces**
- Nous travaillerons par la suite plus précisément sur les **faiblesses** (à corriger), les **opportunités** (pistes à emprunter) et les **menaces** (à contrer)
- Une **idée nouvelle** par personne
- On passe d'une personne à une autre jusqu'à épuisement des idées
- Il est possible de ne pas s'exprimer



# Matrice des Atouts, Faiblesses, Opportunités et Menaces

## Par rapport à l'organisation de l'accès à l'alimentation

### ATOUS

- Une agriculture restructurée, stabilisée sur le territoire, plutôt variée, malgré une forte empreinte de la production bovine
- Peu d'exploitations maraîchères, mais sur des modèles et des productions diversifiés
- Des initiatives citoyennes valorisant la production locale et la qualité des produits
- Des consommateurs-citoyens (Vendéens) sensibles aux sujets environnementaux et d'alimentation durable
- Des consommateurs qui ont une image positive du système agricole vendéen
- Des producteurs locaux faisant de la vente directe (1/4 des exploitations), déjà recensés dans un guide
- Des cuisines de confection volontaires et déjà partiellement structurées pour un approvisionnement évolutif
- Des volumes peu conséquents ou des commandes alloties, pour de l'achat en gré à gré

### OPPORTUNITES

- La loi EGAlim pour l'approvisionnement de qualité et durable de la restauration collective
- Des solutions et outils digitaux ou logistiques d'optimisation du transport et du conditionnement de marchandises alimentaires qui arrivent sur le marché
- Demande de transparence des conso sur la traçabilité des produits de la mer, notamment dans la restoco
- Modification des régimes alimentaires
- Des prestataires pour la gestion concédée pouvant adapter leurs cahiers des charges pour intégrer plus de local.
- Certaines « menaces » peuvent devenir des opportunités de développement de l'autoproduction / autoconsommation (augmentation de la part d'autoconsommation dans le budget d'alimentation à domicile, diminution du transport lié à certains produits, pénuries / difficultés d'approvisionnement)
- Déjà quelques installations en micro-fermes maraîchères : une aide nécessaire ?
- Des magasins de producteurs à mettre en avant
- Des visites de ferme pour favoriser la connaissance du GP de ce qu'est la production alimentaire
- De nombreux acteurs sur le territoire : RHF, producteurs, consommateurs qui pourraient se « connecter », se remettre en lien, mutualiser et donc proposer une transition collective

### FAIBLESSES

- Des productions essentiellement de filières (viande, lait) plus difficiles à valoriser en circuits courts
- Peu d'outils de transformation sur le territoire
- Saturation du travail dans les exploitations (manque de main d'œuvre, temps de travail élevé), ne permettant pas toujours de démarrer une activité de vente directe ou de vente en circuit court
- Fluctuation saisonnière de la population fortement marquée, pouvant induire des variations de consommation conséquente
- **Une consommation largement réalisée en GMS : difficultés plus grandes à intégrer ces acteurs à des démarches locales, mais besoin réel de le faire**
- Des marchés de commandes publiques qui **ne permettent pas de commander des produits « locaux »**
- Manque de produits laitiers en vente directe, notamment car coûteux pour la transformation (laboratoire nécessaire, etc.)
- Le poisson servi dans la restauration collective est peu souvent pêché localement

### MENACES

- Développement de l'urbanisation et difficultés liées la pression foncière
- Diminution de la population d'agriculteurs → diminution des volumes disponibles
- Défaillance de la main d'œuvre
- Réchauffement climatique : accès à la ressource eau, espèces envahissantes, canicule et sécheresse des sols
- Contexte international (guerre en Ukraine)
- Baisse du pouvoir d'achat
- Augmentation du coût de l'énergie, notamment du carburant : besoin de centralisation de l'acte d'achat ?

Mise en  
commun...

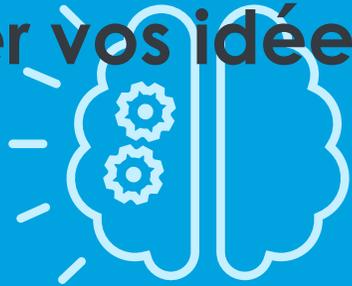


15 minutes

## Les règles du jeu

- Un rapporteur par sous-groupe
- Seules les idées nouvelles sont partagées pour compléter la matrice globale

## Prioriser vos idées...



5 minutes

## Les règles du jeu

- Quelles sont pour vous **les faiblesses et/ou opportunités et/ou menaces sur lesquelles il faut agir en priorité** et qui représenteront les **enjeux clés**
- Gardez bien en tête les forces et menaces
- 6 gommettes par personne
- **Coller vos gommettes sur le kraft devant vos enjeux prioritaires**
- **Les 3 ou 4 les plus plébiscités seront creusés dans l'atelier. Les autres ne seront pas écartées, mais travaillées différemment, dans une autre temporalité.**

## Définir les étapes et les actions concrètes...



20 minutes / tour

## Les règles du jeu

- **Un groupe par enjeu**
  1. Chaque groupe travaillera sur chaque enjeu, de façon itérative
- **Ecrivez collectivement pour répondre à cet enjeu :**
  - ✓ Les actions en cours à consolider 
  - ✓ Les actions à initier 
  - ✓ Les acteurs à mobiliser 
- **Les groupes suivants** viennent ensuite détailler les actions en sous actions et apporter des éléments supplémentaires

Définir les étapes  
et les actions  
concrètes...



20 minutes / tour

## Les règles du jeu

- **Les groupes tournent et passent à un nouvel enjeu**
- **Prenez connaissance** de la production du groupe précédent
- **Complétez ou précisez éventuellement les étapes.**
- **Creusez les actions** pour tendre vers **le plus de concret possible**. Si possible indiquez **les porteurs** des actions et **les financeurs** potentiels, voire un début de temporalité.

Mise en commun



15 minutes

## Les règles du jeu

- **Les membres de l'équipe d'animation de l'atelier présentent, le plus fidèlement et synthétiquement possible, le contenu des échanges des groupes.**



Avec le soutien financier de



## Clôture

# 3

Partage de la conclusion  
Levée des éventuels derniers quiproquos  
Evaluation de la plénière



# Conclusion

## Le mot de la fin...

Synthèse de l'atelier, résumé des phases et de leur contenu et la façon dont les échanges se sont déroulés.



Points d'accords & Points de désaccords

# L'échelle de consensus



Les propositions que vous aurez construites lors des ateliers seront proposées à tout un chacun pour expression d'un avis.

Cette **étape sera réalisée en ligne** via un formulaire dédié.

Je suis prêt à porter	J'appuie	Je peux vivre avec (indifférent)	J'ai besoin de plus d'information pour me positionner	Véto (opposition ferme)
(noter initiales)				

# Vos contributions complémentaires

**Une adresse mail dédiée pendant le processus de concertation du PAT :**

[patconcertation@payssaintgilles.fr](mailto:patconcertation@payssaintgilles.fr)

**D'autres ateliers à venir**

Sur lesquels vous pouvez toujours vous inscrire (dans la limite des places disponibles et si possible en vous limitant à 3 ateliers maximum par personne)

# Concertations à venir

## Les 2 futurs ateliers et leur thématique

### Atelier 1

Comment la restauration collective peut devenir un levier de la transition alimentaire pour le territoire ?

Mardi 25 octobre  
18 h 00 - 20 h 45

**L'AIGUILLON SUR VIE**  
Salle du Golf  
route de Coëx

### Atelier 2

Comment favoriser la création de valeur « durable » pour les acteurs de la production alimentaire du territoire ?

Lundi 14 novembre  
10 h 00 - 12 h 45

**Coëx**  
Salle du Parc du Haut  
rue Jean Mermoz

### Atelier 3

Comment l'agriculture et la pêche s'adapteront-elles aux enjeux et aux attentes sociétales de demain ?

Lundi 21 novembre  
10 h 00 - 12 h 45

**L'AIGUILLON SUR VIE**  
Foyer rural n°1  
4 rue de l'Eglise

### Atelier 4

Comment organiser l'accès à l'alimentation du consommateur au producteur ?

Jeudi 1<sup>er</sup> décembre  
18 h 00 - 20 h 45

**SAINT RÉVÉREND**  
Salle polyvalente  
rue Pierre de Coubertin

### Atelier 5

Comment faciliter l'accès à une alimentation de qualité et durable aux populations en situation de précarité ?

Mercredi 7 décembre  
14 h 00 - 16 h 45

**LE FENOILLER**  
Salle sous la Mairie  
rue du Centre

### Atelier 6

Comment favoriser ou soutenir l'évolution des pratiques alimentaires des consommateurs : manger sain, lutter contre le gaspillage... ?

Jeudi 15 décembre  
18 h 00 - 20 h 45

**SAINT HILAIRE DE RIEZ**  
45 Tours Espace Jeunesse  
45 avenue de Terre Fort

# Evaluation

de l'atelier

## OBJECTIFS

Vous pouvez faire votre retour, anonyme, sur le fond et la forme :

- **Ce que vous avez apprécié**
- **Ce que vous avez moins apprécié**

Ecrivez sur le carton blanc fourni et positionnez-le, face cachée, sur ce double axe :

- **Vertical** : votre appréciation globale
- **Horizontal** : le niveau d'enseignements que vous avez acquis avec cet atelier

