



# **De la production à la consommation locale ? Des circuits complexes ...**

Prémices d'une toile alimentaire



## Comprendre le système alimentaire dans son ensemble

De ce travail d'analyse, les enjeux sont identifiés. Le principal est de pouvoir répondre aux demandes localement.

Des producteurs aux consommateurs, les distributeurs, les transformateurs, et les collectivités, tous ont un intérêt à avoir une vision du système alimentaire du territoire.

La «**toile alimentaire**» peut constituer l'outil de connaissance territoriale.

## Préalable

Bien se nourrir est l'affaire de tous, que ce soit en bio et/ou en local, chacun a sa propre approche. Néanmoins, cela devient un enjeu de territoire. Les collectivités s'en emparent et agissent pour engager le territoire dans une transition alimentaire.

Depuis 2014, elles peuvent s'appuyer sur un outil : le **Projet Alimentaire Territorial (PAT)**. Il vise à construire une stratégie alimentaire répondant aux enjeux sociaux, environnementaux, économiques et de santé.

m2A et plus largement le Sud Alsace ont engagé un partenariat pour construire un PAT. Ils ont obtenu la labellisation en juin 2018.

Parmi les objectifs identifiés, le développement d'une économie alimentaire de proximité est au coeur de cette publication.

Manger local est-il à la portée de tout le monde ? Comment fonctionne la filière du champ à l'assiette sur le territoire ?

**Il apparaît nécessaire de décrypter le fonctionnement entre les acteurs du système alimentaire.**

### Mieux connaître les acteurs du système

Il s'agit d'identifier les acteurs et leurs champs d'actions, afin d'établir les synergies et renforcer les liens qui existent entre eux. Cette première approche permet de comprendre le fonctionnement entre acteurs, leurs contraintes et les limites rencontrées pour le développement d'une consommation locale.

## Chiffres repères m2A

**39** communes

**272 712** habitants en 2016 dont  
**117 689** ménages

**27** producteurs «bio» en viande, lait, légumes, fruits, céréales et autres

**1900** paniers distribués par semaine

**75** points de vente ou distribution des producteurs en direct

Sources : INSEE, SIRENE OPABA, maferme68, m2A

## Sommaire

### Préalable

2

### A/ Introduction

3

### B/ De multiples acteurs

4

### C/ Une approche qualitative par groupe d'acteurs : 5 exemples

6

### D/ Les enseignements

12

## A/ INTRODUCTION

### Développer la connaissance tant quantitative que qualitative

Ce travail permet d'appréhender le système économique alimentaire du territoire. Son analyse vise notamment à identifier les connecteurs manquants et à favoriser l'émergence d'opportunités de développement de filières agricoles spécifiques.

### Méthode utilisée

L'analyse commence par la constitution d'une base de données reprenant les différents acteurs dans plusieurs catégories pertinentes pour la composition du système alimentaire.

Ainsi, **4 groupes** sont identifiés :

- Les producteurs ;
- Les transformateurs ;
- Les distributeurs ;
- Les transformateurs ultimes.

Ils ne sont pas «hermétiques». **Certains acteurs peuvent passer de l'un à l'autre selon leur activité.** Cela est surtout vrai pour les transformateurs qui peuvent être amenés à distribuer les produits qu'ils ont transformés.

### 1- Diagnostic quantitatif

L'objectif est d'identifier et recenser les acteurs du secteur alimentaire dans le territoire Sud Alsace

Pour chaque catégorie d'acteurs, les données SIRENE (renseignant l'activité des établissements) ont été croisées avec la localisation souhaitée, à savoir le Haut-Rhin. Grâce à ces extractions, nous avons eu accès à l'ensemble des établissements du territoire du Haut-Rhin.

Parmi ces catégories, 4 groupes d'acteurs ont été retenus :

- Les producteurs bio;
- Les grossistes et les distributeurs en restauration hors domicile sous contrat (qui commande les repas);
- Les transformateurs, les traiteurs et la restauration hors domicile avec cuisine;
- La restauration scolaire, la restauration médico-sociale, la restauration traditionnelle et les prisons.

### 2- Diagnostic qualitatif

L'objectif est d'approcher qualitativement l'écosystème alimentaire du Sud Alsace en se concentrant dans un premier temps sur les acteurs emblématiques du territoire. Cela passe par :

- **L'identification d'acteurs emblématiques au sein des 3 groupes d'acteurs** que sont les producteurs, les transformateurs et les distributeurs. Nous avons choisi de nous concentrer sur **La Ferme de Puermühle** à Volgelsheim, le grossiste **Sapam** à Rixheim, le transformateur et distributeur **Terra Alter Est** à Wittenheim, la coopérative de producteur bio **Solibio** à Strasbourg et le transformateur en restauration collective **l'Alsacienne de restauration** à Strasbourg.
- **Des entretiens spécifiques avec chacun de ces acteurs** afin d'évaluer leur activité, la nature des flux et des liens qu'ils entretiennent avec les autres acteurs de l'écosystème alimentaire.
- **Une valorisation schématisée** des activités, des flux et des liens pour chaque acteur rencontré.

### 3- Mise en perspective

L'objectif est de mettre en exergue les enjeux de chaque acteur rencontré et la place de chacun dans l'écosystème alimentaire afin :

- D'identifier les contraintes, les enjeux, les intérêts de chaque acteur;
- D'identifier les flux et les liens qui existent entre chaque acteur au sein de l'écosystème alimentaire;
- D'identifier les trajectoires territoriales des flux de productions.

Il s'agit donc d'identifier les acteurs en présence, les synergies et les liens qu'ils entretiennent entre eux pour permettre à la collectivité d'identifier des pistes d'actions à mettre en oeuvre et répondre aux besoins du projet alimentaire territorial.

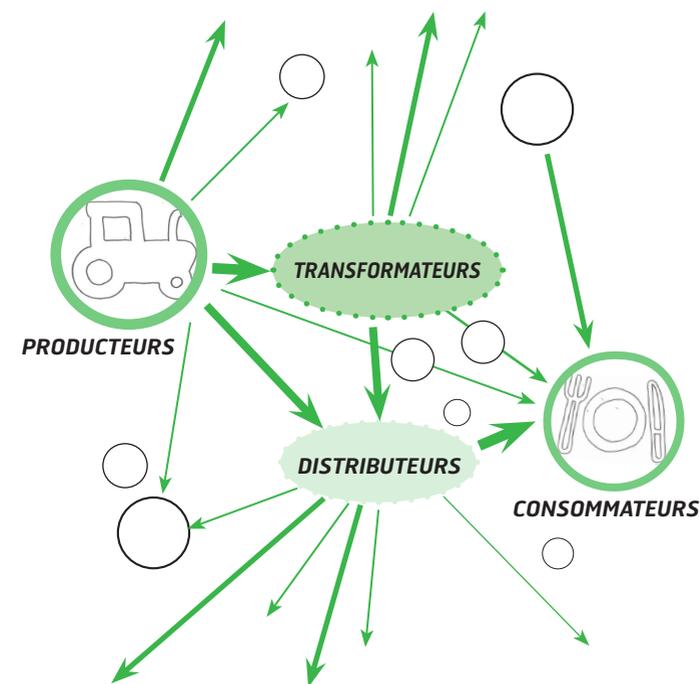


Schéma théorique d'un système alimentaire territorial

## B/ DE MULTIPLES ACTEURS



### Les producteurs Bio

En 2019<sup>1</sup>, **499 fermes sont engagées en bio** sur le territoire du Haut-Rhin, soit 9,3 % des exploitations.

Seuls **27<sup>2</sup>** de ces producteurs ont leur activité **sur le territoire de m2A**, soit 5,4% des exploitants bio haut-rhinois.

Parmi ceux-ci, l'activité de production se répartit comme suit :

- 11 Grandes cultures dont céréalière
- 1 Cultures fourragères
- 5 Maraîchage
- 2 Élevage de bovins (viande)
- 4 Élevage de bovins (lait)
- 4 Autres

Ce sont près de 760 ha qui sont exploités en bio, soit 4,6% des surfaces agricoles totales de m2A. Elles concernent 18 communes du territoire.

Au regard de ces chiffres, l'offre de produits «bio» est limitée sur le territoire de m2A. A l'échelle du département, la production bio est plus importante et est orientée, principalement, autour de la culture céréalière.

<sup>1</sup> Source : OPABA- Observatoire de la bio dans le Grand Est - 2019

<sup>2</sup> Source : OPABA



### Les distributeurs

Parmi les distributeurs, une distinction est à observer entre les grossistes, revendeurs de produits en grande quantité et les entreprises qui distribuent des repas, notamment dans les restaurations hors domicile.

**105 grossistes** ont été recensés<sup>1</sup> sur le territoire du Haut-Rhin **dont 20 sur m2A, soit 19%** des grossistes du département. Ces derniers se répartissent la commercialisation en gros des produits suivants :

- 4 fruits et légumes
- 2 viande et produits à base de viande
- 2 produit laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
- 1 sucre, chocolats et confiseries
- 2 café, thé, cacao, épices
- 9 produits alimentaires spécialisés et divers

**La Restauration Hors Domicile (RHD) sous contrat** correspond à «l'activité des entreprises fournissant des repas, généralement préparés dans les cuisines centrales - par exemple pour des cantines, restaurant d'entreprises ou des entreprises de transport». Ces restaurants sont au nombre de 93 sur le département du Haut-Rhin **dont 40 sur le territoire de m2A, soit 43%**.

<sup>1</sup> Source : SIRENE 2018



### Les transformateurs

Dans cette catégorie, vont être recensés les transformateurs, les traiteurs et les restaurations hors domicile avec cuisine. Dans le Haut-Rhin, on trouve 763 transformateurs dont **233** sont dans le territoire de m2A, soit 31%.

Leur activité de transformation et de conservation se répartit de la manière suivante :

- 12 viande et produits à base de viande
- 9 fruits et légumes
- 2 huiles et graisses
- 1 grains
- 190 produits de boulangerie pâtisserie
- 19 autres produits alimentaires

#### Les traiteurs

Dans le Haut-Rhin, on trouve 231 traiteurs **dont 67 sur le territoire de m2A, soit 29%**

#### Les restaurations hors domicile avec cuisine

L'effectif recensé concerne les services de cantines et de restaurants d'entreprises en concession dans lesquels des repas sont fournis et préparés.

Ces services sont au nombre de 53 au sein du département du Haut-Rhin **dont 23 dans le territoire de m2A, soit 43%**.



### Les consommateurs collectifs

#### Restauration scolaire

Ce groupe comprend les établissements secondaires généraux et techniques ou professionnels.

On dénombre dans le département du Haut-Rhin 136 établissements **dont 56 dans le territoire de m2A, soit 42%**.

#### Restauration médico-sociale

- Les hôpitaux : 81 établissements dans le Haut-Rhin ont une «activité hospitalière», **27 sur le territoire de m2A, soit 33%**
- Les EHPAD : 79 établissements dans le Haut-Rhin ont une activité d'hébergement médicalisé pour personnes âgées, **31 sur le territoire de m2A, soit 39%**.
- Les CHRS : Il existe sur le territoire de m2A **6 centres d'hébergement et de réinsertion sociale**.

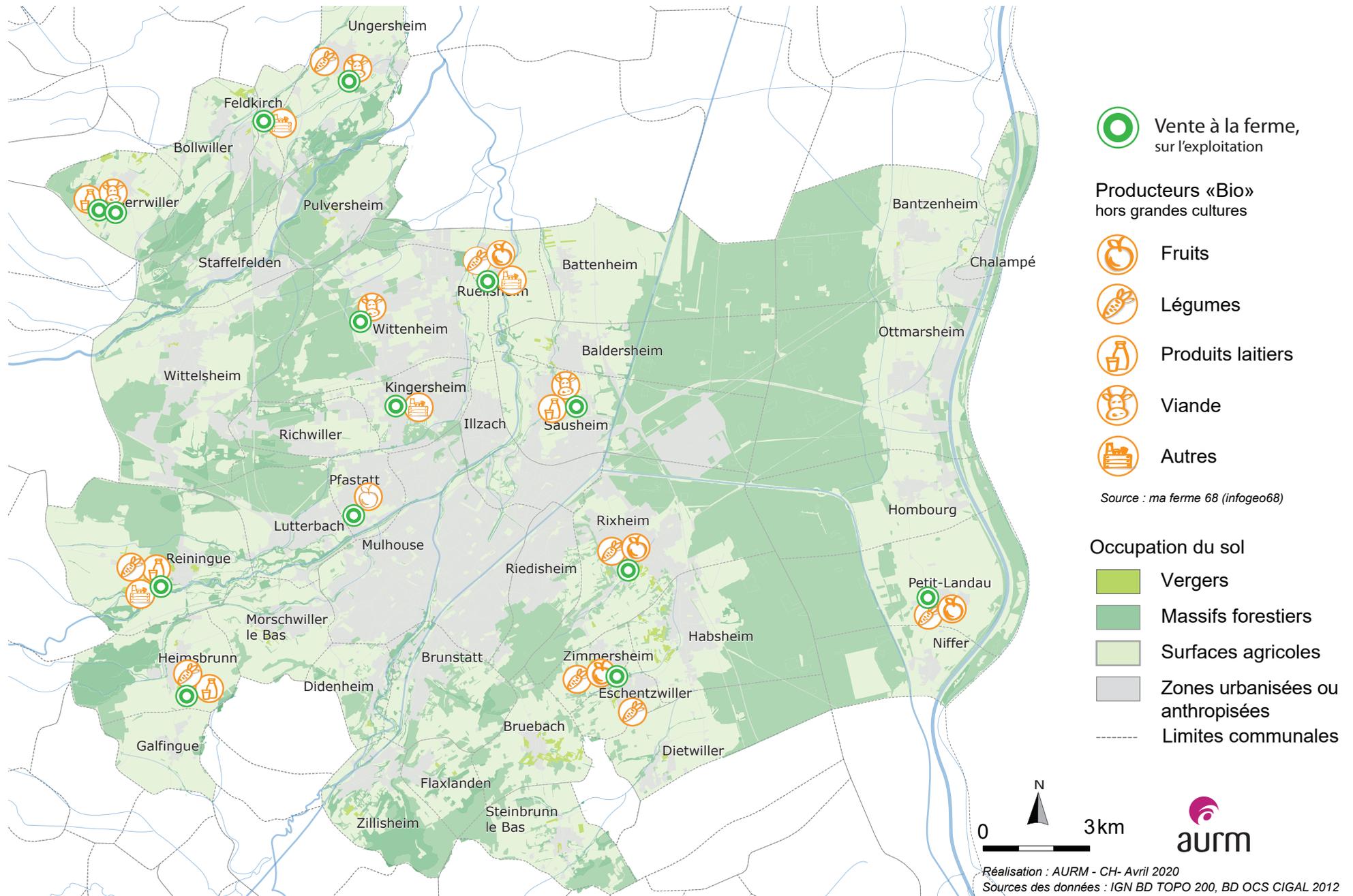
#### Restaurateurs traditionnels

**439 établissements** sont recensés sur le territoire de m2A. Ce relevé n'est pas exhaustif.

#### Etablissements pénitentiaires

Dans le Haut-Rhin, les 3 établissements sont : la maison d'arrêt de Colmar, la maison d'arrêt de Mulhouse et la maison centrale de Ensisheim.

# Localisation des producteurs bio et des points de vente de produits fermiers dans l'agglomération mulhousienne



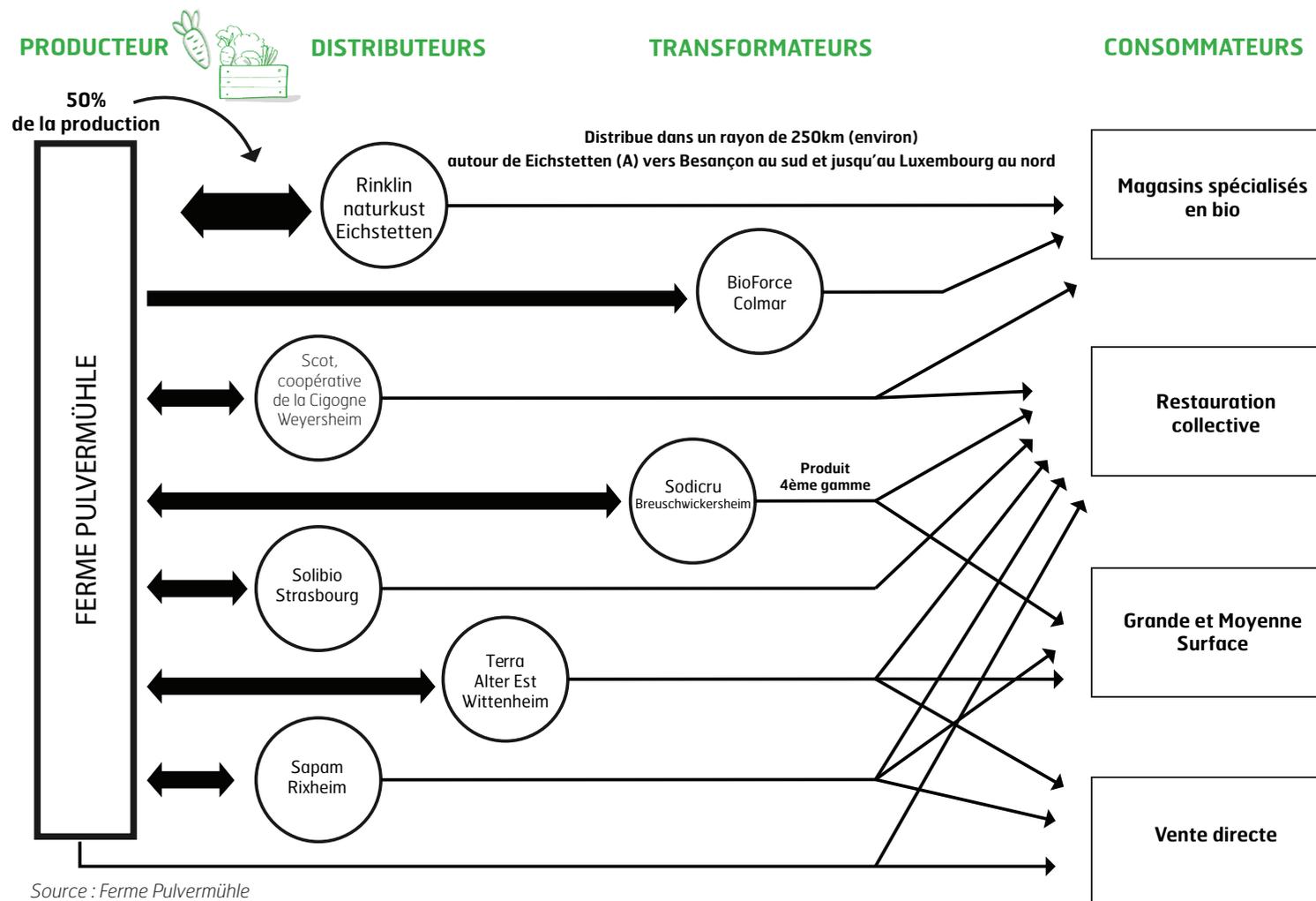
## C/ UNE APPROCHE QUALITATIVE PAR GROUPE D'ACTEURS

### EXEMPLE 1 : LA FERME DE PULVERMÜHLE (PRODUCTEUR)

50% de la production de la ferme est destinée au grossiste allemand Rinklin-Naturkust. Il livre essentiellement les magasins spécialisés dans une périmètre de 250 km autour de Eichstetten. La ferme approvisionne 7 distributeurs et transformateurs dont 4 qui livrent la restauration collective, 3 qui livrent les Grandes et Moyennes Surfaces (G.M.S) et 2 vendent en direct. La ferme approvisionne en direct le collège de Volgelsheim. Elle est

présente au marché couvert de Mulhouse et propose des paniers «fraîcheur bio» sur site.

Afin de proposer une gamme élargie sur le marché, la ferme s'approvisionne également chez les distributeurs et transformateurs qu'elle livre. Ainsi, elle peut fidéliser une clientèle grâce à des produits qu'elle ne peut produire du fait de la saisonnalité.



Source : Ferme Pulvermühle

### Activité

Une agriculture biologique depuis 50 ans tournée autour de la production de fruits et légumes dont la vente est destinée principalement aux grossistes.

### Valeurs

- Ecologique et sociale
- Rapport à la biodiversité
- Réfléchir au-delà d'une simple rationalité économique.

### Partenaires

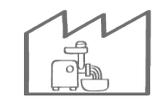
- L'OPABA, Solibio et le Conseil régional.
- La ferme est adhérente «BioLand» et «SaisonsBio».

### Frein(s) à l'activité

- Le maintien de la main d'oeuvre : les jeunes générations méconnaissent le travail à la ferme. Ils est difficile de les motiver.
- L'absence d'une filière structurante pour l'activité de production du bio local.

### Parole d'acteur

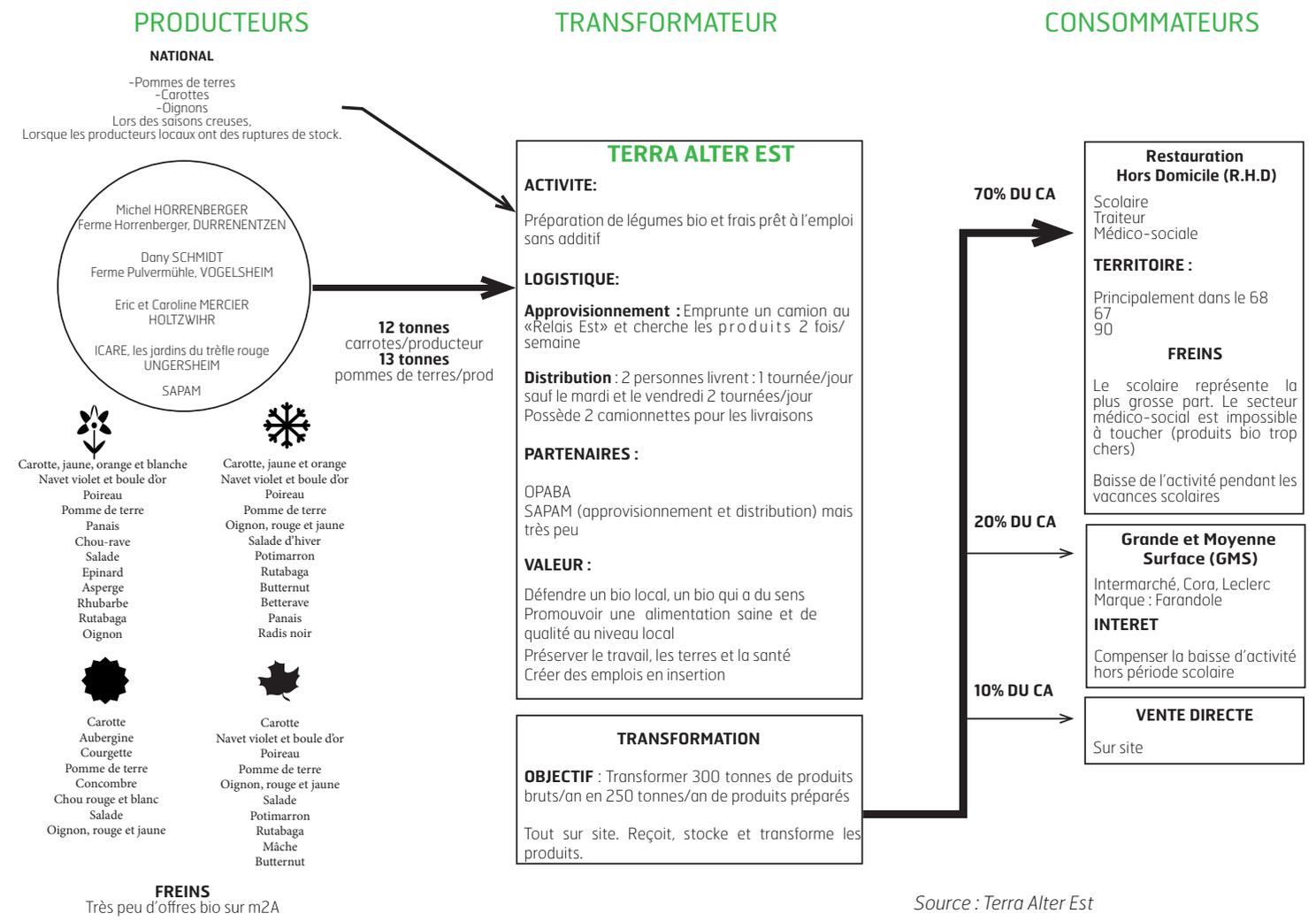
*Qu'est-ce que le local ?  
C'est produire sur place,  
distribuer dans une zone  
restreinte (le territoire alsacien)  
et consommer au sein de ce  
même territoire.*



## EXEMPLE 2 : TERRA ALTER EST (TRANSFORMATEUR)

La majeure partie de l'approvisionnement de Terra Alter Est provient de 4 producteurs : La Ferme Horrenberger à Durrenentzen, la Ferme Pulvermühle à Volgelsheim, la ferme d'Eric et Caroline Mercier à Holtzwihr et les jardins du trèfle rouge d'Icare à Ungersheim.  
Terra Alter Est est fournie par Sapam pour satisfaire ses clients en quantité et diversité de produits, de façon constante.

70% du chiffre d'affaires (CA) de Terra Alter Est sont réalisés par la vente en restauration collective, en grande majorité au sein des établissements scolaires dans le département du Haut-Rhin. 20% du chiffre d'affaires sont réalisés par la vente en G.M.S avec leur propre marque «Farandole» et 10% sont réalisés sur site par la vente directe.



### Activité

Préparation de légumes bio et frais prêts à l'emploi et sans additif.  
Reçoit, stocke et transforme les produits

### Valeurs

Promouvoir un territoire alimentaire sain et de qualité en préservant le travail, les terres et la santé.

### Partenaires

L'OPABA et la Sapam

### Frein(s) à l'activité

- Les établissements scolaires représentent les plus gros «clients». Or, lors des vacances scolaires, les cantines ferment et l'activité décroît.
- Une difficulté à toucher le secteur médico-social. Les produits bio sont trop chers pour ce secteur qui doit faire avec des budgets restreints.
- De fait, Terra Alter Est souhaite développer son activité vers la G.M.S et pallier la baisse d'activité propre à la période des vacances scolaires.

### Objectif annuel :

Transformer **300 tonnes** de produits bruts en 250 tonnes de produits transformés par an

Source : Terra Alter Est



## EXEMPLE 3 : SAPAM ( DISTRIBUTEUR - TRANSFORMATEUR)



Seuls 20% de l'approvisionnement de Sapam provient de producteur dit «locaux», sur le territoire du Haut-rhin. La grande part dépend du territoire national et international. Afin de satisfaire aux exigences de ses clients, Sapam s'approvisionne au sein de sa succursale de Saint-Andiol et au marché de Milan en Italie.

La zone de distribution de Sapam s'étend du nord de Colmar à Saint-Louis, du Sundgau au territoire de Belfort mais aussi le Doubs et les Vosges. 1/3 de sa clientèle concerne la restauration hors domicile. Les grandes et moyennes surfaces (G.M.S) représentent 1/3 de sa clientèle tout comme la vente en directe pour les producteurs et les «acheteurs/revendeurs».

### Activité

Sapam est un grossiste à service complet. Il achète, stock, prépare et distribue des fruits et légumes.

La structure répond à des appels d'offre pour le domaine public et ratifie des contrats nationaux pour le domaine privé.

### Valeurs

Les valeurs environnementales propres à l'approvisionnement local sont déterminées par une rentabilité économique. L'image de marque du «local» est vendeur. De plus la demande de la part de la restauration hors domicile est forte notamment concernant les collectivités.

### Frein(s) à l'activité

La saisonnalité est un frein. Elle ne permet pas de développer une gamme de produit complète toute l'année. Elle induit un faible pourcentage de produits provenant de producteurs locaux.

### PRODUCTEURS



SAPAM vend aux maraîchers locaux et à des indépendants sur leur site (achat/revente) des produits qu'ils ne peuvent trouver toute l'année

#### LOCAL

- 20%
- Liste producteurs à venir
- Respect de l'étiquetage (calibre et qualité)
- Livraison entre 4h et 12h

#### FREINS

- Saisonnalité
  - Climat
- Impact fort sur l'offre en produits locaux. Les prix augmentent ou sont en rupture de stock chez les producteurs  
ex: la fraise en rupture du fait de la canicule

#### INTERET

- Marketing
  - Image de marque
- Demande importante de produits locaux surtout des collectivités publiques (restauration collective)

#### NATIONAL

Forte origine de Provence  
Le marché de Saint-Andiol fait des livraisons vers l'est tous les jours. Il approvisionne SAPAM lorsque les producteurs locaux ne peuvent pas le faire ou lorsque les prix sont trop élevés.

#### INTERNATIONAL

- Fruits «exotiques»
- Marché Milan fournit tout les jours

### DISTRIBUTEUR



#### SAPAM

#### ACTIVITE:

Grossiste à service complet

Achète / Stocke / Prépare / Distribue des fruits et légumes de 1ère gamme (brut), de 4ème et 5ème gamme(transformés) et des produits «Marée» sous le même modèle.

Les produits sont sous étiquette «SAPAM».

#### LOGISTIQUE:

SAPAM possède sa propre flotte de livraison. Une quinzaine de poids lourd réfrigérés et 5 véhicules «légers» pour les centres villes.  
Tournées de livraison : la première démarre à 2h et la dernière entre 5-6h

#### ZONE LOGISTIQUE :

Nord Colmar / Saint Louis / Sundgau / Territoire de Belfort / Doubs (très peu) / Vosges (peu)



### CONSOMMATEURS



#### Restauration Hors Domicile

##### PUBLIQUE : appels d'offres

- Collèges
- Lycées
- Hopitaux
- Prisons

1/3 CLIENTELE

##### PRIVEE : contrat nationaux

- Restaurants traditionnels (grands groupes tels que Buffalogrill, Barrière, Accor...)
- Transformateurs : ELIOR, SODEXO Cuisine centrale de Belfort qui livre ensuite m2A SOLIBIO



1/3 CLIENTELE

#### Grande et Moyenne Surface

Ont des centrales d'achats en France avec des besoins en produits locaux qu'ils ne peuvent avoir dans leur circuits.

1/3 CLIENTELE

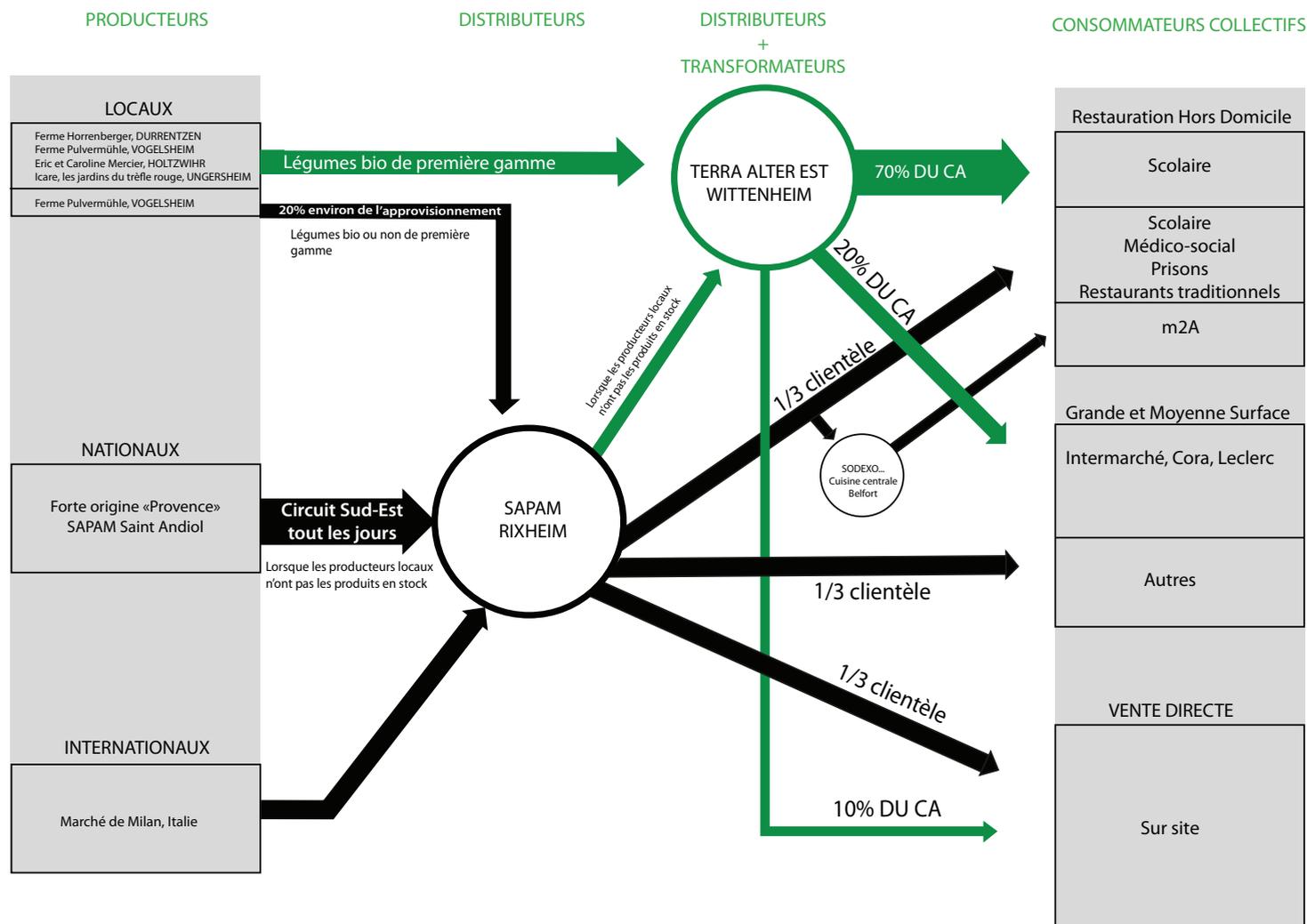
#### AUTRES



Source : Sapam



## Représentation graphique des liens entre SAPAM ET TERRA ALTER EST



### Prémices de la toile alimentaire

Ce schéma donne un aperçu d'une future «toile alimentaire».

Elle montre les échanges et quelques caractéristiques qualitatives du distributeur Sapam et du transformateur/distributeur Terra Alter Est.

### Deux «philosophies de marché» différentes

Ces deux acteurs ont deux gestions différentes concernant l'approvisionnement. Terra Alter Est se fournit exclusivement auprès des producteurs du Haut-Rhin. Pour Sapam, seuls 20% des flux en début de chaîne proviennent de producteurs « locaux ».

### et un partenariat mesuré

Les échanges existent entre ces deux acteurs. Lorsque Terra Alter Est a besoin d'un produit en rupture de stock chez ses producteurs habituels, la structure s'appuie sur la capacité de Sapam à le fournir. Ce dernier s'approvisionne à l'échelle nationale et internationale.

### Des flux épars en bout de chaîne

La distribution des productions en bout de chaîne entraînent des flux dispersés vers un nombre important de groupes d'acteurs. La lisibilité du réseau est moins évidente qu'en début de chaîne.

Source : Sapam + Terra Alter Est

DE LA PRODUCTION A LA CONSOMMATION LOCALE ? Des circuits complexes...



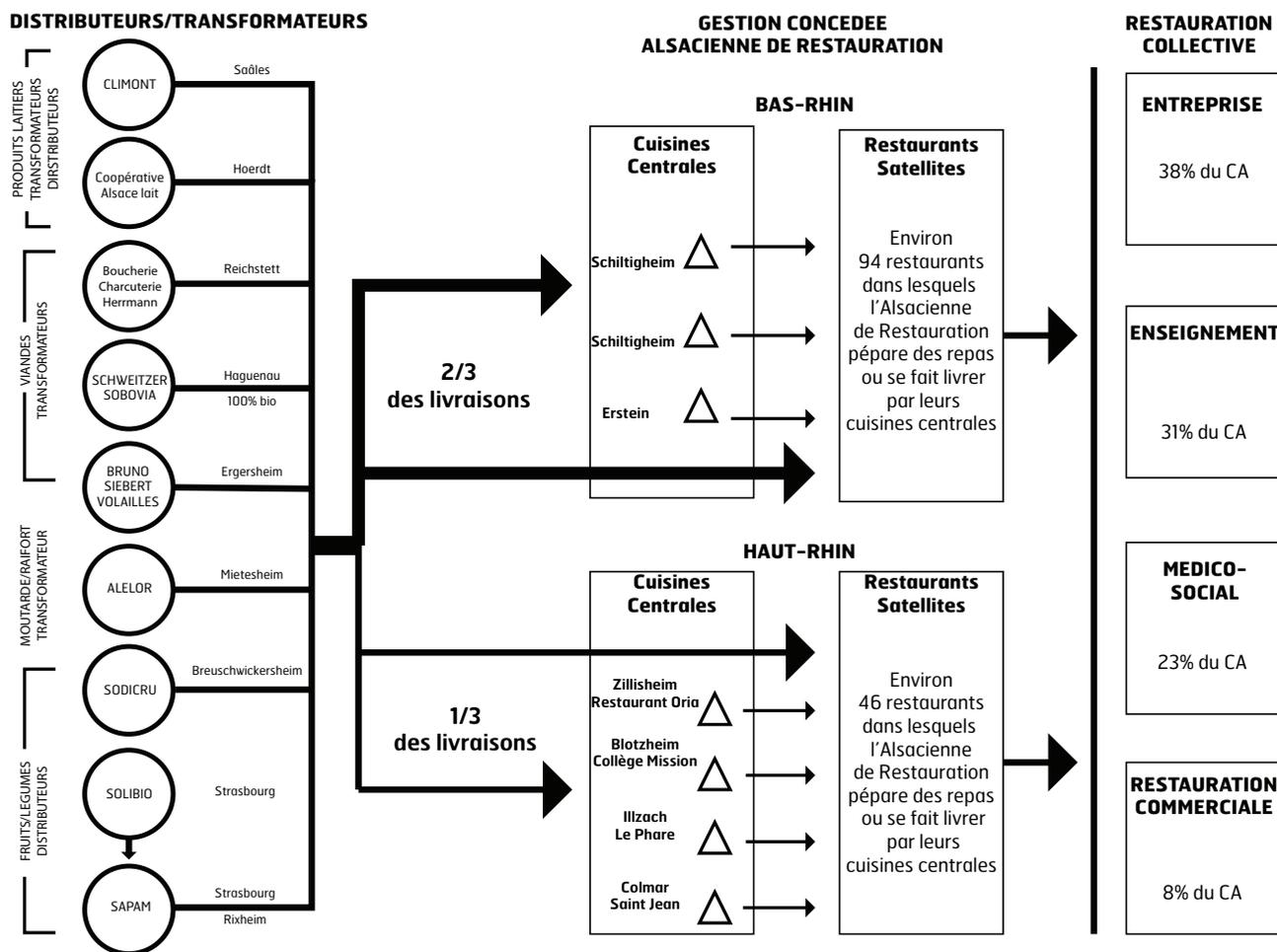


## EXEMPLE 4 : L'ALSACIENNE DE RESTAURATION (TRANSFORMATEUR)



2/3 des livraisons se font vers des restaurants du Bas-Rhin et 1/3 vers le Haut-Rhin. Les distributeurs livrent les cuisines centrales dans lesquelles l'Alsacienne de restauration prépare des repas. Ceux-ci sont destinés aux restaurants satellites. Les livraisons de produits peuvent aussi se faire directement dans les restaurants où l'Alsacienne de restauration prépare les repas consommés sur place. Leurs distributeurs sont tous du Bas-Rhin sauf SAPAM qui est basée à Rixheim.

La restauration collective à destination des entreprises constitue la part la plus importante du chiffre d'affaires de l'Alsacienne de restauration, le marché étant financièrement plus intéressant. L'enseignement représente 23% et la restauration commerciale représente 8% de son chiffre d'affaires.



Source : L'Alsacienne de restauration

### Activité

Gestion concédée en restauration collective. Elle assure la restauration, gère les équipes et l'approvisionnement de l'unité de restauration.

### Valeurs

- Etre force de proposition et de sensibilisation à une alimentation saine;
- Rendre l'approvisionnement durable;
- Promouvoir des emplois de proximité;
- Contribuer à une économie circulaire.

### Partenaires

L'Alsacienne de restauration s'est engagée depuis 2015 auprès de la Chambre d'Agriculture de Région Alsace et de l'Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace (IFLA) à consacrer 30 % minimum du montant des achats à l'approvisionnement en fruits et légumes alsaciens.

Depuis 2010, une convention tripartite avec l'OPABA (Organisation Professionnelle de l'Agriculture Biologique en Alsace) et Solibio l'engage à introduire du bio local en restauration collective. Depuis juin 2014, elle intègre des produits biologiques dans les menus proposés dans les Restaurants Administratifs.

### Frein(s) à l'activité

- Les risques sanitaires en utilisant les «œufs coquilles» tout comme le fromage au lait cru.
- Le prix du poisson issu de la «pêche durable» est élevé ce qui limite sa consommation.
- L'accès est difficile aux marchés publics du territoire de m2A.
- La dépendance aux quantités proposées par les producteurs pour les fruits et légumes. En amont, les producteurs préfèrent écouler leurs stocks vers les grandes et moyennes surfaces.



## EXEMPLE 5 : SOLIBIO (DISTRIBUTEUR)

Solibio fait l'intermédiaire entre les grossistes/distributeurs et les producteurs membres de la coopérative. Ces derniers préparent les produits qui seront récupérés par Sapam Strasbourg ou Sapam Rixheim selon leur proximité. A Strasbourg, c'est Solibio qui prépare les commandes. A Rixheim, la préparation des commandes est sous-traitée à Sapam.

Le site de Sapam Strasbourg livre les clients du Bas-rhin vers la restauration hors domicile, les grandes et moyennes surfaces et

les magasins spécialisés. Le site de Rixheim livre, selon les mêmes modalités, le Haut-Rhin, le territoire de Belfort, les Vosges et la Franche-Comté.

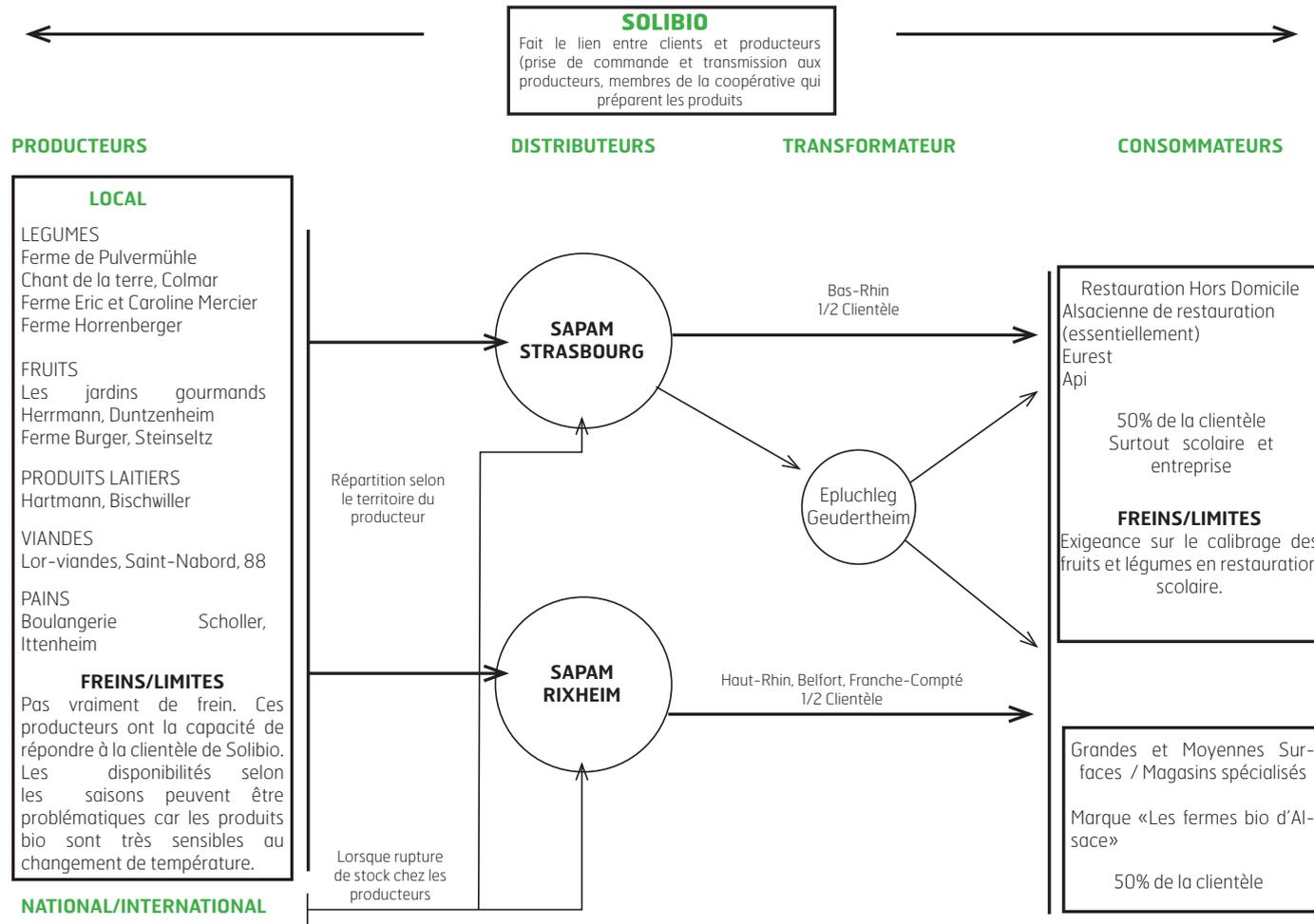
De plus, Sapam livre les produits de second choix à la société de transformation Epluchleg qui transforme ces produits en des produits de 4ème gamme avant de les livrer eux-mêmes aux clients de Solibio.

### Activité

Coopérative de producteurs bio alsaciens et d'acteurs de la distribution en Alsace. Les 3/4 de leur activité sont orientés autour de la distribution de fruits et légumes à destination des sociétés de restauration.

### Partenaires

SAPAM est membre de la coopérative et dont les capacités logistiques sont utilisées par SOLIBIO  
OPABA est membre de la coopérative.



Source: Solibio

DE LA PRODUCTION A LA CONSOMMATION LOCALE ? Des circuits complexes...

### Parole d'acteur

*Qu'est-ce que le local ?  
Une production, une distribution, une transformation et une consommation au sein du territoire alsacien et de ses départements contigus.*



## D/ LES ENSEIGNEMENTS

### Les freins au développement des circuits locaux



#### ➔ La saisonnalité

Elle représente l'une des principales limites à l'approvisionnement local. Le producteur cultive ses produits selon les saisons. Le choix et la quantité disponibles peuvent être contraignants pour les distributeurs. Les producteurs vont favoriser la vente massive de leur production en un minimum de temps. Le moyen le plus efficace pour cela est de s'adresser aux grandes et moyennes surfaces (G.M.S). Ce choix des producteurs entraîne un effet rebond sur les distributeurs. Ils préfèrent dès lors se tourner vers le marché national ou international pour satisfaire les besoins de leurs clients en restauration hors domicile.



#### ➔ Une clientèle sectorisée

Le marché de la restauration médico-sociale est difficile à capter pour un

transformateur de produits bio, en raison des prix plus élevés. Ce type d'entreprises ont besoin de vendre leurs produits toute l'année. Pour cela, intégrer le marché des G.M.S. est un atout.



#### ➔ L'aspect et la sécurité alimentaire

Pour approvisionner les scolaires, le calibrage des fruits et légumes constituent une contrainte qui pèse sur le système alimentaire local. Par ailleurs, les réglementations en matière de sécurité sanitaire sont contraignantes pour certains produits frais comme les œufs coquilles, les steack hachés ou encore le fromage à base de lait cru. Les cuisiniers utilisent des produits manufacturés.

#### ➔ La rentabilité économique

Elle est une contrainte très présente dans les décisions stratégiques des services de restauration hors domicile. Le bio, par exemple, est trop cher pour la restauration médico-social. Les produits sont plus chers à l'achat. Toutefois, certains restaurants d'entreprise et scolaires inscrivent un quota de produits

bio et locaux proposés dans leurs menus. Ils répondent soit à un niveau réglementaire soit à une charte éthique.

Le marché public du territoire de m2A semble rester fermé aux acteurs rencontrés.

### Des solutions sont envisagées

- 1. Créer des partenariats** entre structures de distribution et de transformation comme celui entre Solibio et Sapam ou Terra Alter Est et Sapam. La capacité logistique des uns peut permettre de pallier un manque de stock de l'autre.
- 2. Diversifier la clientèle** en pénétrant l'ensemble des marchés de la restauration collective, de la G.M.S et des magasins spécialisés permet de conforter l'activité de la structure.

L'écueil est de rendre plus complexe l'écosystème alimentaire local, les produits seront vendus sur un territoire plus large.

Le terme même de local peut être réinterrogé au regard de ces pratiques.

### Quel peut être le rôle la collectivité?

Le maintien et l'amélioration du système en place ne garantit pas de pouvoir alimenter le territoire en produits locaux. Des actions doivent être envisagées à savoir :

➔ La collectivité peut créer des **secteurs agricoles en régie intercommunale**. En mobilisant des terrains sur son territoire, elle peut assurer une production maraîchère ou céréalière à destination de la restauration hors domicile publique. Cette action a une portée directe sur l'assiette des consommateurs, notamment les enfants et les personnes plus fragiles (personnes âgées ou hospitalisées).

➔ **Sensibiliser au prix «pour la planète»**. Un des freins à l'utilisation des produits bio est le prix d'achat. Il semble être du ressort de la collectivité de communiquer sur le coût environnemental d'un produit. Entre son lieu de production et son lieu de consommation, le prix ne reflète pas ce que cela coûte à la planète.

### “ Une suite à donner

Pour la région Grand Est, «les assiettes des enfants» est une priorité. La poursuite de ce travail pourrait porter sur les possibilités de territorialiser plusieurs filières en bio (céréales, légumineuses, légumes, fruits) : producteurs et transformateurs pour alimenter les cantines des enfants.”