



État des lieux sur les  
**circuits courts alimentaires**  
dans **la Nièvre** et leurs usages  
des **outils numériques**

© Département de la Nièvre - Stéphanie Jean-Péruiste

Novembre 2022



**OPEN FOOD**  
FRANCE

pour





<b>Rappel des objectifs de l'étude</b> .....	p. 03
<b>1 - Présentation des acteurs interrogés</b> .....	p. 04
<b>1.1 Acteurs de l'ESS</b>	
<b>1.2 Acteurs de la RHD et acteurs publics</b>	
<b>1.3 Acteurs du secteur agro-alimentaire</b>	
<b>1.4 Autres types d'acteurs</b>	
<b>2 - Les enjeux perçus de l'Agriculture nivernaise</b> .....	p. 16
<b>2.1 Les forces perçues : un territoire agricole à potentiel</b>	
<b>2.2 Mais une offre de produits demeurant faible et peu diversifiée</b>	
2.2.1 L'élevage : une production insuffisante et des problèmes de filière	
2.2.2 Maraîchage : des volumes trop faibles et un manque de diversité	
<b>2.3 Une clientèle peu dense et sujette à des contraintes économiques</b>	
<b>2.4 Un certain optimisme pour l'avenir des circuits courts dans le département</b>	
<b>3 - La pratique des circuits courts chez les répondants</b> .....	p. 23
<b>3.1 Les acteurs recourant essentiellement aux circuits courts</b>	
<b>3.2 Les acteurs recourant marginalement aux circuits courts</b>	
3.2.1 Les acteurs entretenant des rapports directs avec les producteurs	
3.2.2 Les acteurs négociant avec leurs prestataires la présence d'une part de produits locaux dans leurs approvisionnements	
<b>3.3 Les acteurs ne s'approvisionnant pas en circuit court</b>	
<b>4 - Les usages du numérique</b> .....	p. 31
<b>4.1 A l'heure actuelle : un usage du numérique en silos</b>	
<b>4.2 Des attentes de développement relativement faibles</b>	
<b>4.3 Quelques suggestions de nouvelles fonctionnalités et usages néanmoins</b>	
<b>5 - La projection du futur de l'alimentation sur le territoire</b> ..	p. 51
<b>5.1 Projection du système alimentaire de la Nièvre en 2030</b>	
<b>5.2 Les recommandations pour amorcer le travail dès à présent</b>	
5.2.1 Résoudre les problèmes liés à l'offre	
a - Augmenter les volumes de production	
b - Rendre l'offre plus lisible	
5.2.2 Résoudre le problème de la demande	
5.2.3 Favoriser la rencontre entre l'offre et la demande	
5.2.4 Développer des solutions logistiques mutualisées	
<b>Volet complémentaire : le regard de l'offre</b> .....	p. 62

# Rappel des objectifs de l'étude



Dans le cadre de son projet "Application des outils numériques 4.0 pour améliorer le réseau logistique, l'interopérabilité des plateformes et des systèmes de Circuits Courts Alimentaire de Proximité et Solidaire (CCAPS)" dans la Nièvre, le comité de pilotage de Nièvre Numérique a engagé une vaste démarche prospective afin de projeter le territoire dans une vision à l'horizon 2030. Cette démarche inclut les objectifs-clés suivants :

- Renforcer les **coopérations** et les synergies entre acteurs des circuits courts nivernais
- Ouvrir la voie à une **mutualisation des transports**, répondant à la fois à des enjeux logistiques, économiques et écologiques
- **Optimiser les flux logistiques sur les routes et l'empreinte environnementale** grâce à la mutualisation des transports et le **développement d'un réseau logistique départemental**
- Construire un CCAPS (en particulier des personnes défavorisées, en précarité alimentaire des acteurs de l'alimentation durable/responsable) en prenant appui sur les outils numériques et l'IA. Intégrer les initiatives nationales (comme Data Food Consortium) et européennes (partenaires du projet Interreg Europe CARPE DIGEM) tout en accordant une attention particulière aux acteurs et aux caractéristiques de l'économie alimentaire locale de la Nièvre.

**Dans ce cadre, Nièvre Numérique souhaitait faire préalablement un état des lieux de la situation actuelle au travers d'entretiens avec les principales parties prenantes, afin de nourrir des ateliers de réflexion collective à venir.**

Trois grands types d'acteurs ont été interrogés à cette fin, pour un total de 16 entretiens individuels : des acteurs de l'ESS, des acteurs de la RHD / acteurs publics et des acteurs du secteur agro-alimentaire.

Pour chacune des structures, il s'agissait notamment d'identifier :

- **son niveau de connaissance** des outils numériques ;
- **ses usages** des outils numériques dans le pilotage quotidien de son activité, notamment en matière de logistique, de modèle opérationnel de vente, de communication et de gouvernance ;
- **sa vision** du système alimentaire local, aujourd'hui et pour le futur : ambitions, enjeux, problématiques pour le développement des CCAPS ;
- **le potentiel des outils numériques** dans sa vision future du système alimentaire local.

# 1 - Présentation des acteurs interrogés





## 1.1. Acteurs de l'ESS

### Les Restos du Cœur de la Nièvre

(Bruno Merchier, directeur)



**L**es Restos du Cœur de la Nièvre est une association départementale indépendante, mais toutefois étroitement reliée au réseau national.

Le nombre de bénéficiaires n'a, « curieusement, pas beaucoup augmenté ces deux dernières années malgré la crise », même si l'association a observé une évolution des bénéficiaires, avec « de plus en plus de familles monoparentales, des gens seuls, des personnes âgées, des étudiants et des travailleurs pauvres ».

En revanche, Les Restos du Cœur de la Nièvre ont souffert du départ de bénévoles depuis le début de la pandémie (70 à 80 personnes se sont éloignées de la structure à cause des restrictions sanitaires), petit à petit compensé par de nouvelles candidatures.

**Les Restos du Cœur n'ont eu « aucune difficulté d'approvisionnement » ces dernières années. Leur système s'architecture autour de « 3 sources » principales :**

- **Les Jardins du Cœur, une ferme maraîchère** de 6 hectares située à Sermoise, qui fonctionne sous la forme d'un chantier d'insertion employant 20 personnes, et permettant de produire entre 30 et 40 tonnes de légumes envoyés à l'entrepôt central des Restos du Cœur de Nevers avant d'être redistribués dans les différents centres du département

- **La collecte auprès des grandes surfaces de produits approchant de leur DLC**, nécessitant une grande réactivité, et gérée par chaque centre de distribution

- **Les approvisionnements envoyés par l'Association nationale**, source « de loin la plus importante en volume ».

**Les Restos du Cœur sont en train d'achever un travail d'optimisation de leur chaîne logistique**, avec « un renforcement du matériel de stockage des centres (réfrigérateurs et congélateurs), l'achat de véhicules, notamment de véhicules réfrigérés ; et le changement progressif des poids lourds ».

**Au-delà de la simple activité de distribution alimentaire, Les Restos du Cœur apportent un « soutien plus diffus et moins quantifiable » à leurs**

**bénéficiaires, mais néanmoins « indispensable »** : « on les aide avec leurs problèmes personnels, sur des questions juridiques, et on les oriente notamment vers la CAF ou la CPAM avec qui on a des conventions [...] on essaie aussi de mettre en place des ateliers cuisine pour apprendre aux gens à cuisiner ce qu'on leur donne, et on distribue aussi à ceux qui veulent des livres de recettes entièrement dessinés, sans texte. »

## La Banque alimentaire



Banque Alimentaire

(Martine Roustic, bénévole en charge des relations extérieures et de la communication)

**La mission de la Banque alimentaire est de « fournir des denrées alimentaires à une quinzaine d'associations partenaires (NB : n'est pas en contact direct avec les bénéficiaires), jouant ainsi un peu un rôle de grossiste »**. La principale association bénéficiaire est l'Épicerie Solidaire, mais aussi l'association Secours et Partage, Pagode, la FOL 58, la CNAM, le centre social de Saint Amand ainsi que celui de St Benin d'Azy. De nouveaux partenariats viennent d'être montés avec Guérigny et le Secours Populaire de Varennes-Vauzelles.

**Les denrées alimentaires sont principalement collectées dans des grandes surfaces partenaires du département**, mais aussi d'autres structures de façon moins régulière, comme l'usine Yoplait : « tous les jours de la semaine nous faisons la ramasse, et ensuite on donne ces denrées à nos associations partenaires ».

**L'activité de l'antenne de Nevers de la Banque alimentaire repose sur le travail de 2 salariés et d'une trentaine de bénévoles, qui ont traité 450 tonnes de denrées en 2021 - « soit 900 000 repas à destination des plus défavorisés ».**

Elle dispose de deux petits camions réfrigérés, « suffisant pour les volumes transportés, même si depuis quelques mois il y a des problèmes pour trouver des chauffeurs ». Une salariée est chargée de faire les plannings chaque semaine : « les missions sont assez simples, il faut une petite équipe pour trier les produits,

c'est-à-dire donner aux associations uniquement ceux qui sont dans un état satisfaisant, et des équipes de deux (un chauffeur, un accompagnateur) pour la ramasse ».

## ASEM



(Ginès Torregrosa, responsable de l'Épicerie solidaire de Nevers)

**ASEM (Les Acteurs solidaires en marche) est une structure associative loi 1901 fonctionnant sous le principe de la Régie de quartier et hébergeant une grande diversité de projets au service de l'insertion** : « une mission citoyenne qui gère toute la partie habitant, les relations avec les bailleurs sociaux, une épicerie solidaire, un garage solidaire, une Boutique-Recyclerie, une

activité de maraîchage bio (dont les produits sont principalement destinés à la restauration collective), ainsi notamment que des missions en matière d'Espaces verts et de Propreté-Hygiène ».

## FOL 58



(Didier Fuchs, directeur)

**L**a FOL 58 (Fédération des Œuvres Laïques de la Nièvre) est une association d'éducation populaire également chargée de gérer des établissements médico-sociaux (foyers de vie pour personnes handicapées, résidences autonomes pour personnes âgées, instituts éducatifs pour les enfants, établissements pour aide dans le travail).

Ces établissements **« accueillent des gens dans des foyers de vie 7 jours sur 7, 365 jours par an, ce qui nécessite de servir 600 à 650 repas chaque jour, grâce à deux cuisines centrales, dont l'activité est synchronisée par un chef de service, et qui sont approvisionnées via une centrale d'achat associative nommée Apogée (qui travaille essentiellement avec les associations et les communes). Une fois produits dans les cuisines centrales, les repas sont ensuite livrés par des moyens logistiques internes aux différents établissements médico-sociaux puis réchauffés sur place ».**

**Au total 587 personnes travaillent au sein de FOL 58, dont une trentaine pour la production des repas.** A noter que la FOL 58 fait état de « *financements de plus en plus tendus* ».

## Adapei



(Mario Da Costa, directeur de l'ESAT de Clamecy)

**M**ario Da Costa dirige un ESAT situé à Clamecy, établissement composé de 5 ateliers : « *une pièce extérieure ouverte au public, un atelier blanchisserie, un atelier espaces verts, un atelier de sous-traitance et un atelier polyvalent* ».

Toujours à la recherche de nouveaux ateliers potentiels, l'ESAT a travaillé à partir de 2019 sur un projet de légumerie poursuivant le double objectif de proposer **une nouvelle activité aux personnes en situation de handicap** mais aussi de **répondre à l'absence d'un tel outil de transformation sur le territoire** : « *c'est comme ça que nous avons lancé une étude sur la faisabilité ou pas de cette nouvelle activité, réalisée par un chargé de mission, qui a travaillé pendant six mois pour nous et a étudié le marché de la légumerie en interrogeant notamment des producteurs, des agriculteurs, des consommateurs, des circuits de distributions* ».

**Le projet de légumerie sera toutefois finalement abandonné**, pour une série de raisons exposées plus en avant dans le rapport.



## 1.2 Acteurs de la RHD et acteurs publics

### Mangez Bio BFC

(Camille Kippeurt, Responsable du développement de la plateforme Manger Bio Bourgogne Franche Comté)



**L**e projet « Manger Bio BFC » est né en 2017 autour du souhait de « **mettre en place un groupement d'approvisionnement pour des cantines dans le Jura** ». Une étude de faisabilité a été réalisée en 2017, puis l'initiative « a été très rapidement accompagnée par le réseau Manger Bio et plus particulièrement Manger bio Isère, une des plus anciennes plateformes du réseau », et agrandi à l'ensemble de la Région « pour des raisons de disponibilité en produit, puisque la production jurassienne est assez limitée en dehors du fromage ».

L'association « Manger Bio Bourgogne Franche-Comté » a ainsi été formellement créée en 2019 avec pour objet de « **faciliter l'approvisionnement des restaurants collectifs en produits bio locaux** » - sous le système de l'achat-revente. L'activité a été concrètement lancée « suite à un appel d'offre remporté dans l'Yonne, puis s'est rapidement étendue au reste de la région ». Un local de stockage a été implanté à Dijon, qui a permis sur la zone « de passer d'une livraison directe producteur à une vraie logistique avec un groupement de produits ainsi que des livraisons depuis la plateforme ». C'est d'ailleurs là, le cœur de métier de Manger Bio BFC : « trouver des solutions pour apporter une efficacité de service reconnue par les clients, c'est-à-dire réaliser le moins de livraison possibles, avec le moins de bons de livraison, le moins de factures, etc. tout en gardant des produits de proximité [...] De la dentelle, qui impose de trouver la solution qui cumule le plus d'avantages pour chaque client de chaque producteur ».

**La force de Manger Bio BFC est d'apporter une garantie de disponibilité sur les produits et les volumes – grâce à deux particularités :**

- **Un partenariat avec Biocoop restauration**, « indispensable pour rassurer les clients », et permettant à Manger Bio BFC de « répondre sereinement aux marchés publics en ayant une garantie sur nos capacités à répondre aux volumes, quelle que soit la disponibilité des produits chez les producteurs locaux, la saison ou les aléas climatiques ».
- **Aucune garantie de proximité du produit n'est donnée, même si Manger Bio BFC privilégie toujours les produits les plus locaux possible** : « Quand nos clients nous passent une commande, il nous font confiance pour qu'on lui apporte les produits les plus locaux possibles, mais on n'identifie jamais un producteur précis en face d'un produit. C'est nous qui gérons en fonction du stock qu'on peut avoir, en fonction d'où est situé le client et en fonction de ses exigences ».

**Manger Bio BFC ne dispose d'aucun véhicule propre et sous-traite intégralement les livraisons :** « on travaille avec beaucoup de transporteurs, ce qui nous permet de couvrir quasiment toute la Bourgogne Franche-Comté et toutes les quantités : on a des très gros clients, comme les cuisines centrales de grandes agglomérations, qui nous prennent trois palettes par livraison, soit 1,5 tonnes de marchandises et on a on a des petits clients où on est en dessous de 100 kilos ».

**L'association est maintenant présente dans 6 départements sur 8** (Yonne, Côte d'Or, Saône-et-Loire, Doubs, Haute-Saône, Jura) : « la Nièvre reste délaissée tout comme le territoire de Belfort où on n'est pas encore présent mais l'objectif est bien de trouver des solutions afin de s'étendre sur ces départements ».

Aujourd'hui, elle réalise « une centaine de livraisons par mois, pour un chiffre d'affaires qui varie entre 70 et 90 000 € à peu près par mois ».

## Pays Nivernais-Morvan



(Laura Buck, Cheffe de projet économie de proximité et en charge du pilotage du PAT)

**L**e pays Nivernais-Morvan porte depuis 2020 (mais avec un démarrage effectif en janvier 2021) un projet alimentaire territorial (PAT) sur une zone englobant 5 communautés de communes de l'Est de la Nièvre, 198 communes et 60,000 habitants, qui représentent « 2/3 de la Nièvre en termes de surface mais seulement 1/3 des habitants – c'est donc vraiment la partie rurale de la Nièvre de l'Est ».

**Le Pays Nivernais-Morvan a deux rôles clefs en la matière :**

- **Impulser et coordonner les réflexions des 5 communautés de communes, tout en leur laissant le soin d'adapter les PAT à leurs spécificités,** avec pour objectif « que chaque communauté de commune puisse déployer un projet alimentaire à partir des mêmes questions mais selon sa propre dynamique ».
- **Prendre en charges les questions d'ingénierie financière :** « le label PAT ouvrant la possibilité de répondre à des appels à projets, et comme nous sommes en lien direct et régulier avec des instances financières comme le département, la région, la préfecture, etc., nous nous chargeons également de trouver les moyens financiers d'accompagner les projets du territoire ».

Depuis début 2021, « plus de 500 000 € de financement ont été obtenus dans le cadre du PAT, et 7 projets locaux ont déjà émergé », autour de 5 axes :

**1 La restauration collective.** Le Pays a notamment lancé depuis 2022 « *le labo des cantines* », une démarche rassemblant une vingtaine de cantines dans le but que celles-ci « *se connaissent, créent des collaborations et soient notamment moins seules face à l'arrivée de la loi EGALIM qui va les obliger petit à petit à s'approvisionner en local* ». A l'heure actuelle, il s'agit essentiellement « *de rencontres, d'animations, d'ateliers pratiques, de cours de cuisine, etc.* », qui cherchent également à sensibiliser les élus, et à aller à la rencontre des producteurs qui veulent travailler avec la restauration collective, et des parents d'élèves.

**2 Encourager la diversification de la production agricole sur le territoire,** en promouvant notamment l'installation de porteurs de projets et en accompagnant dans la durée leur implantation, « *en particulier pour ceux qui ne sont pas issus du monde agricole* ».

**3 Promouvoir les infrastructures/outils propices à l'alimentation locale,** notamment les outils de transformation permettant la valorisation de la production locale (ateliers découpes, de transformation, légumeries, conserveries, etc.).

**4 Développer l'alimentation locale auprès du grand public,** ce qui inclut « *l'aspect éducation alimentaire mais aussi les questions d'accessibilité-prix afin que les produits locaux ne restent pas une niche accessible financièrement seulement à certains* ». (NB : débutera plutôt en 2023)

**5 Intégrer la question environnementale,** afin d'accompagner notamment les agriculteurs à « *mieux se préparer aux défis environnementaux d'aujourd'hui et de demain* » (gestion de l'eau, aléas climatiques/météorologiques attendus sur le territoire, pratiques agricoles à faire évoluer, etc.) (NB : débutera plutôt en 2023)

(Thierry Guyot, élu sur le canton de La Charité-sur-Loire, délégué à l'agriculture et en charge du PAT & Maxime Albert, Chargé de mission Agrilocal/alimentation de proximité)

**L**e **Projet alimentaire territorial (PAT)** du Département (validé par les élus en novembre 2020) regroupe 4 défis :

- **Développer et diversifier la production alimentaire**
- **Augmenter la consommation des produits alimentaires nivernais** (Je veux du local, Agrilocal, la marque La Belle Nièvre, etc.)
- **Rendre accessible à tous les produits locaux** (action nutrition-santé, projet de chantier d'insertion en maraichage bio)
- **Accompagner les collectivités dans leur projet alimentaire et accompagner les agriculteurs face au changement climatique (avec une attention particulière aux questions liées à l'eau et à la biodiversité)**

A l'heure actuelle, une « *coordination technique est organisée entre les 4 PAT du territoire* », mais Maxime Albert et Thierry Guyot s'entendent sur le fait que la coordination politique entre ces PAT « *demeure à construire* ». Néanmoins, il existe selon lui « **une vraie volonté politique et quasiment un consensus pour encourager les circuits courts : il n'y a plus de travail de conviction à faire en réalité** ».

Le Conseil Départemental travaille en ce sens avec **de nombreux acteurs du monde agricole** comme La Chambre d'Agriculture et les syndicats (FNSEA, Confédération Paysanne) afin d'accompagner les jeunes agriculteurs. D'après Thierry Guyot, il semble également important de joindre à cette réflexion les métiers de "bouche" et de l'artisanat qui pourront jouer un rôle important.

## Cuisine Centrale des Saveurs

(François Hauton, directeur)



**L**a **Cuisine des Saveurs** est une cuisine centrale qui dépend d'un « **syndicat mixte ouvert pour la restauration collective** », **SyMO**, ayant pour objet la production et la livraison de repas pour la restauration scolaire des communes membres et/ou les établissements publics rattachés, la restauration de la petite enfance (multi accueils et crèches), la restauration extra et périscolaire, les centres de loisirs, le portage à domicile organisé par les CCAS des adhérents et toute prestation de restauration et manifestation à caractère social.

Située à Nevers (ZA rue du Pré-Poitiers), elle fabrique en période scolaire **2800 couverts par jour**.

## Collège Adam Billaut de Nevers

(Céline Dagnet, gestionnaire)



La cantine du Collège Adam Billaut réalise « à peu près **230 couverts par jour** (uniquement le midi, car il n'y a pas d'internat), **dont environ 200 pour les élèves et 30 pour les adultes** », confectionnés par une cuisinière et un second de cuisine et distribués ensuite par 6 personnes qui assurent le service. Le coût d'un repas est en moyenne de 1,90€.



## 1.3 Acteurs du secteur agro-alimentaire

### Chambre d'Agriculture

(Martin Bloch, responsable  
du service économie et entreprise de la chambre d'agriculture)



Le service de Martin Bloch à la Chambre d'agriculture aborde **plusieurs thématiques** : « tout ce qui est installation, transmission, tout ce qui est conseil d'entreprise, tout ce qui est centre de formation et également le pôle diversification circuits courts ».

**Les circuits courts constituent « un domaine d'action stratégique pour la Chambre et une priorité du mandat des élus »**, moyennant quoi la Chambre « a développé des compétences pour par exemple pouvoir conseiller les agriculteurs sur les normes des laboratoires de transformation, ou des compétences économiques, afin de rendre ces circuits courts viables pour les agriculteurs, et socialement viables aussi. Une personne travaille à temps plein pour le pôle « diversification circuits courts ». Dans le cadre du plan de relance, la Chambre d'Agriculture a aussi un agent - un technicien de maraîchage - qui fait un mi-temps pour les PAT et un mi-temps pour les collectivités ».

**La Chambre d'Agriculture collabore avec une grande diversité d'acteurs** : « on réalise un gros travail sur les filières, par exemple les légumes de pleins champs. On travaille également sur le lien avec les GMS, ou avec la restauration collective. On travaille avec beaucoup de partenaires de Bourgogne. Et on est en lien direct avec les collectivités territoriales, notamment dans le cadre des PAT (Projet Alimentaire Territorial), au nombre de 5 dans la Nièvre. »

### AMAP Solidaire avec les Paysans

(Virginie Charrière)



AMAP a été créée en 2004 par la Confédération paysanne, Artisans du Monde et le syndicat Sud du Conseil départemental, et se déploie à

**l'échelle du bassin de Nevers** pour « distribuer des produits les plus locaux possibles (moins de 50km, sauf quelques rares exceptions comme les commandes groupées d'agrumes), de saison et si possible bio aux consomm-acteurs intéressés ». Les premiers paniers sont distribués dès 2005.

**L'association se considère avant tout comme « une passerelle entre le monde agricole et les consommateurs » : « on est juste là pour créer les conditions de la rencontre et créer les conditions pour que la distribution des paniers se fasse le mieux possible, organiser des apéros paysans, etc. [...] Et développer une solidarité avec les paysans, comme le nom de l'association l'indique : par exemple, l'année dernière, il y a eu beaucoup de sécheresse, encore l'année d'avant beaucoup de pluie... donc les paniers ont été moins remplis, mais ce n'est pas grave : l'AMAP est aussi le lieu où on explique les aléas climatiques ».**

L'Amap fonctionne par contrat sur six mois, « ce qui permet aux producteurs d'avoir une avance de trésorerie et lui permet également d'anticiper la production etc. ».

**A**ujourd'hui, l'AMAP est composée d'une centaine d'adhérents – un nombre relativement stable – pour environ une quarantaine de paniers distribués tous les vendredis soir à la ferme du Four de Vaux.

**L'AMAP ne dispose d'aucun fond en dehors des frais d'adhésion de 8 euros, et ne fait pas transiter l'argent destiné aux agriculteurs sur son compte :** « les amapiens nous adressent des chèques directement libellés pour les producteurs, que l'on se charge de vérifier et de redistribuer ».

**L'AMAP propose également des « paniers solidaires », redistribués via l'Épicerie Solidaire qui gère les conditions d'éligibilité, et dont le nombre est proportionnel à celui des adhérents :** « pour un panier qui vaut 8€, le producteur en paye 1€, le bénéficiaire 2€ et l'association 5€ - donc avec nos adhérents l'année dernière, nous avons pu distribuer 156 paniers gratuits ».

## Ho' Producteurs / Les Vergers des Beaumonts

(David Feuillette)



**L**es Vergers des Beaumonts est un producteur de pommes et de poires établi sur 60 hectares au total, « la moitié en bio, l'autre en production *intégré* – ce qu'on appellerait aujourd'hui agroécologie, technique pour laquelle [ils ont] été pionniers dès la fin des années 70 ». Il est situé à Bonny-sur-Loire dans le Loiret, en limite de Nièvre : « notre territoire s'est donc aussi bien la Nièvre que le sud et l'Est du Loiret, à cheval entre quatre départements, la Nièvre, le Cher, l'Yonne et le Loiret, et donc entre deux régions ».

**Le système de commercialisation a fortement évolué depuis les années 2000 :** « il y a encore 15 ans on était à environ 95% de grande distribution ; puis on a commencé à ouvrir le verger en proposant des cueillettes à partir de 2000 afin de

retrouver un lien direct avec le consommateur, et à partir de 2010 nous avons commencé à ouvrir des magasins de vente directe. **Donc aujourd'hui on commercialise environ 50% en grande distribution, et 50% par le biais de nos magasins de vente au détail ».**

**Les Vergers des Beaumonts disposent aujourd'hui de 5 magasins** (à Nevers, Cosne-sur-Loire, Bonny-sur-Loire, Gien et Fontainebleau) vendant « les productions du Verger mais aussi de la crèmerie, des légumes, de la viande de différents producteurs, qui sont soit de la région, soit de plus loin, mais toujours en direct et sous la formule de l'achat - revente ».

## Entretien complémentaire - Secret de Paysans



(Frédéric Coudray, associé)

**F**rédéric Coudray est gérant de deux entreprises : "Foie Gras Coudray", qui proposant une activité d'élevage, d'abattage et de transformation des oies et disposant d'une clientèle composée principalement de particuliers ; et "l'Huilerie du moulin de l'île" qui propose des huiles de noix et de noisette.

**Frédéric Coudray fait partie des douze associés ayant créé, il y a plus de dix ans, le magasin de producteurs "Secret de Paysans" à Coulanges-les-Nevers.** La gérance étant tournante, il en est l'actuel gérant. Depuis sa création, le magasin a connu une augmentation régulière de son chiffre d'affaires, une évolution qui tend à ralentir avec des chiffres stagnants aujourd'hui légèrement au-dessus du niveau de 2019 (après un "boom" des ventes lors de la crise sanitaire).

Les locaux de Secret de Paysans sont utilisés de façon informelle comme "petite base logistique où les producteurs se déposent des produits ou viennent en récupérer. Le local du magasin est utilisé comme zone de stockage et d'échange à petite échelle".



## 1.4 Autres types d'acteurs

### Entretien complémentaire - Le Cargo



(Sébastien Guichon, dirigeant - fondateur)

**L**e Cargo est une association proposant un service de livraison par vélo sur l'agglomération de Nevers. Elle fait partie de la communauté **Coopcycle** - une fédération de livreurs à vélo créée par d'anciens collaborateurs de Deliveroo, UberEats, JustEat, etc. - qui propose un logiciel de gestion de commandes et de livraison adapté à ce type de service. Coopcycle rassemble aujourd'hui 35 coopératives et associations en France et 70 en tout dans le

monde - un chiffre qui « *grandit tranquillement* ». Le Cargo - et plus généralement la fédération Coopcycle - poursuivent deux objectifs-clefs : décarboner la livraison, en particulier celle du dernier kilomètre, et ajouter de « l'éthique sociale » à ce secteur qui n'est aujourd'hui pas le plus vertueux.

**A l'heure actuelle, Le Cargo essaie surtout de se créer une clientèle professionnelle,** incluant des producteurs et commerçants locaux « *afin de ne consacrer trop de temps à communiquer auprès des particuliers, une activité très chronophage* ».

**L**es systèmes de livraison par vélo habituellement proposés par Coopcycle sont plutôt conçus pour les grandes villes, mais « *les retours des clients démarchés à Nevers sont positifs et le système a déjà fait ses preuves à Carpentras, qui fait à peu près le même nombre d'habitants* ».

## 2 - Les enjeux agricoles de la Nièvre

Cette partie vise à offrir un état des lieux des enjeux perçus par les répondants s'agissant des productions agricoles et du système alimentaire de la Nièvre - qui conditionnent la mise en place de circuits courts de proximité.



## 2.1 - Les forces perçues : un territoire agricole à potentiel

Un consensus s'établit globalement chez les répondants pour souligner plusieurs forces du territoire en matière de production agricole :

● **Une orientation agricole du territoire, créant un lien naturel entre producteurs et consommateurs :** « le Nivernais, pour moi, c'est essentiellement un territoire agricole, ce qui constitue déjà un point fort. L'agriculture est visible, elle parle à la population ». (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)

*Les mots « tradition agricole » et « ancrage agricole fort » me viennent directement à l'esprit pour parler du territoire, ainsi que « présence de l'agriculture dans les paysages ».*

● **Une « filière de transformation laitière importante » :** « on a un réseau de producteurs laitier qui est suffisant donc on peut s'approvisionner localement de manière tout à fait satisfaisante en fromage blanc, en yaourt, en fromages locaux,... ça ne pose pas de difficultés ». (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● **Une filière viande bovine de grande qualité :** « La Nièvre est avant tout une terre d'élevage bovins, donc en la matière on est plutôt bien placés » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)



## 2.2 - Mais une offre de produits agricoles décrite comme faible et peu diversifiée

L'insuffisance quantitative et le manque de diversité de l'offre de produits agricoles a été unanimement soulignée par les répondants, qui en font le premier obstacle au développement des circuits courts alimentaires de proximité.

### 2.2.1 - L'élevage : une production insuffisante et des problèmes de filière

Cette insuffisance de l'offre vaut pour la filière viande, très lacunaire en dehors du bœuf - chaque type d'élevage ayant ses faiblesses propres (toutes particulièrement problématiques pour la restauration collective) :



*L'élevage porcin est quasi inexistant dans la Nièvre, et l'élevage porcin sous label totalement inexistant. La même chose pour la volaille, il y a*

vraiment trois fois rien et les rares éleveurs qui font de l'élevage de volaille sous label ne produisent qu'à destination des particuliers. Par ailleurs, ils n'ont pas les outils pour faire de la découpe et nous envoyer les pièces qui nous intéressent. Pour ce qui concerne l'agneau, il y aurait la réserve pour approvisionner une cuisine centrale, mais le problème c'est le coût : les prix de l'agneau ont flambé, et l'agneau français est quasi inaccessible pour nous. Là c'est un problème purement tarifaire. En termes d'ovoproduits, il y a également très peu d'élevages de pondeuses et les petits éleveurs qui font de l'œuf proposent volumes qui sont sans rapport avec nos besoins.

(François Hauton, Cuisine des Saveurs)



Les répondants ont, en outre, souligné 4 problèmes liés à la filière :

**1 Une inadéquation entre la rythmique de l'offre et de la demande pour la vente directe en magasin :** « *J'ai essayé à plusieurs reprises de travailler avec des éleveurs locaux. J'ai eu beaucoup de difficultés avec eux, non pas sur leur qualité en tant qu'éleveur, mais sur leur manque de connaissance du marché. Parfois il y a une désorganisation entre leur capacité de production et leur capacité d'offre sur le marché. Et quand on est sur des produits très frais, comme la viande, il faut une organisation au jour le jour.* » (David Feuillette, Les Vergers des Beaumonts)

**2 Des difficultés en matière "d'équilibre carcasse"** pour la restauration collective :

● « *Notre difficulté concerne l'équilibre carcasse. C'est un problème pour la restauration collective autant que pour les producteurs dans la mesure où nous sommes essentiellement intéressés par les pièces des avants (les pièces à braiser et à bouillir), bien davantage que les pièces à rôtir, ce qui crée des déséquilibres.* » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● *Pour les producteurs de viande, il y a des problématiques d'équilibre carcasse : si tout le monde veut du bourguignon qu'est-ce qu'on fait du reste ? Et si deux établissements veulent des chipolatas au même moment, ça coince.* (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)

**3 Des problèmes relatifs aux abattoirs et ateliers de découpe agrémentés "CE" :**

● « *Les éleveurs locaux ont beaucoup de mal à faire abattre dans la Nièvre. Il y a pourtant plusieurs abattoirs, mais c'est souvent compliqué de trouver de la disponibilité : quelquefois on n'a pas pu être approvisionné car ils n'ont pas réussi à trouver un créneau d'abattage.* » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● “On manque d’infrastructures sur le territoire - abattoirs, ateliers de découpes, ateliers de transformation, mais on manque aussi d’entrepreneurs ayant la volonté, et la connaissance aussi, pour monter et développer ce genre de projets” (Frédéric Coudray, Secret de Paysans)

**4 A plus long terme, se posent également des problèmes d’autonomie fourragère et de gestion de l’eau**

## ■ 2.2.2 – Maraîchage : des volumes trop faibles et un manque de diversité

**M**ais l’insuffisance de l’offre est avant tout problématique s’agissant de la production maraîchère (c’est d’ailleurs le principal facteur ayant conduit l’Adapei à abandonner son projet de légumerie) :

« Le principal point faible du territoire, c’est le problème de la ressource : tout ce qui est maraîchage c’est très difficile, d’abord parce que la Nièvre n’est pas spécialement une terre maraîchère. Là où mes confrères de grosses cuisines centrales n’ont pas de difficultés d’approvisionnement en produits locaux, c’est généralement dans des bassins de productions comme la Bretagne ou l’Aquitaine, car ils ont des productions de proximité avec des climats qui correspondent tout à fait à de la culture maraîchère. (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« Le principal frein au développement des circuits courts sur le territoire est lié à l’offre qui demeure peu diversifiée. On devrait pouvoir accéder à des produits bons, sains, bios si possible, or je ne pense pas que ce soit le cas aujourd’hui. (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)

« Le tout premier constat de notre étude de faisabilité pour une légumerie a été l’insuffisance de la production locale. Au départ on était partis sur du bio, mais la production locale est vraiment très faible. On est donc revenus sur des productions plus conventionnelles, un peu plus nombreuses. [...] Mais même en imaginant qu’on puisse trouver assez de produits, cela supposerait un investissement énorme qui serait difficilement rentabilisé puisqu’on serait sur des produits à faible valeur. (Mario Da Costa, ESAT de Clamecy - Adapei)

**Ce problème apparaît pour partie insoluble aux répondants, en ce qu’il est lié à la faible richesse des sols :** « s’il n’y a pas eu des productions diversifiées jusqu’à présent, c’est qu’il y a une raison : ce territoire n’a pas de sols très riches, qui seraient nécessaires pour faire des légumes plein champs. » (Martin Bloch, Chambre d’Agriculture)

Toutefois, si la Nièvre ne sera jamais une grande terre de maraîchage, les répondants s'accordent pour dire que le problème pourrait être en partie pallié par une augmentation des surfaces cultivées – mouvement qui semble déjà amorcé. On observe toutefois une divergence de points de vue sur la question des orientations agricoles souhaitables :

● **Certains soulignent la trop faible dimension des fermes maraîchères, ne permettant que des approvisionnements locaux pour les particuliers mais empêchant la massification des flux, notamment à destination de la restauration collective :** « *il y a de plus en plus d'installations mais des installations de faibles dimensions. C'est-à-dire des installations qui permettent de vivre pour les producteurs via leurs ventes auprès des particuliers mais qui pose un problème à la fois de notre côté, parce qu'on ne peut pas s'aligner sur les tarifs aux particuliers, et de leur côté, parce qu'ils ne peuvent pas suivre en termes de volume pour la restauration collective.* » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● **D'autres soulignent la difficulté pour les porteurs de projets de maraîchage de trouver de petites surfaces :** « *Il faudrait faire changer les lois pour permettre à des gens de s'installer sur des petites parcelles. Il faudrait remembrer en fait, et revenir à des fermes de tailles humaines, redonner le choix aux gens d'avoir des petites parcelles. A l'heure actuelle, il y a des lois qui font qu'on ne peut pas.* » (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)



## 2.3 - Une clientèle peu dense et sujette à des contraintes économiques

De nombreux répondants ont également souligné deux problèmes liés à la demande :

● **D'une part « une population peu dense et insuffisante »** (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture) pour massifier des circuits de distribution à destination des particuliers

● **D'autre part, et surtout, un faible pouvoir d'achat des habitants (en particulier ceux de Nevers), en décalage avec le prix élevé des produits en circuit court, si bien que pour certains, le marché est déjà presque saturé :**



*J'ai deux magasins à Nevers, où je suis installé depuis 12 ans, et j'ai eu beaucoup de difficultés à comprendre la clientèle de la ville. Ce n'est pas péjoratif ce que je vais dire mais c'est une population qui n'a pas forcément*

*un gros pouvoir d'achat. A Nevers, le prix comptera toujours, quel que soit le marché, l'origine du produit, etc. C'est moins le cas dans la partie plus rurale du Nivernais, où l'on trouve un lien plus marqué avec les producteurs, une manière plus ancienne de consommer avec des achats en gros, et également des populations ayant un meilleur pouvoir d'achat. (David Feuillette, Les Vergers des Beaumonts)*

*Il y a un écart entre les moyens de la population du Département, relativement pauvre, et les tarifs des produits locaux. Le producteur qui fait du local, a une clientèle composée exclusivement de cadres, or c'est une minorité dans la population Nivernaise, qui est plus une population ouvrière. On arrive à saturation du marché. (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)*



## 2.4 – Un certain optimisme pour l'avenir des circuits courts dans le département

**E**n dépit de ces handicaps liés à l'offre et à la demande, les répondants ont fait état de trois grandes tendances devant rendre optimiste quant au développement futur des circuits courts alimentaires :

**1 D'abord un « effet Covid »** qui a fortement contribué au développement des circuits courts dans la Nièvre (comme ailleurs) même si, face à la baisse récente des volumes, des doutes sont émis par certains sur la pérennité de ce mouvement :

*Je pense que depuis le COVID il y a quand même eu une prise de conscience et un désir de consommer local. Et le numérique a permis très rapidement d'accélérer les mises en relation, la circulation de l'information entre les consommateurs et ceux qui proposent des produits (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)*

*Pendant la période Covid, on a senti un engouement pour les produits locaux. Puis soudainement, depuis le mois de mai dernier, on est sur un schéma contraire - alors qu'on en parle encore beaucoup. Il y a sûrement un petit pourcentage de gens qui vont garder de nouvelles habitudes, mais il faut se méfier des effets de mode qui partent aussi vite qu'ils arrivent. (David Feuillette, Les Vergers des Beaumonts)*

*Il y a eu, comme sur d'autres territoires, une nette évolution liée à la crise du COVID. On a vraiment senti un pic des circuits courts à ce moment-là avec des modalités de vente qui se sont développées très rapidement même si certaines n'ont pas perduré. Néanmoins, on sent*

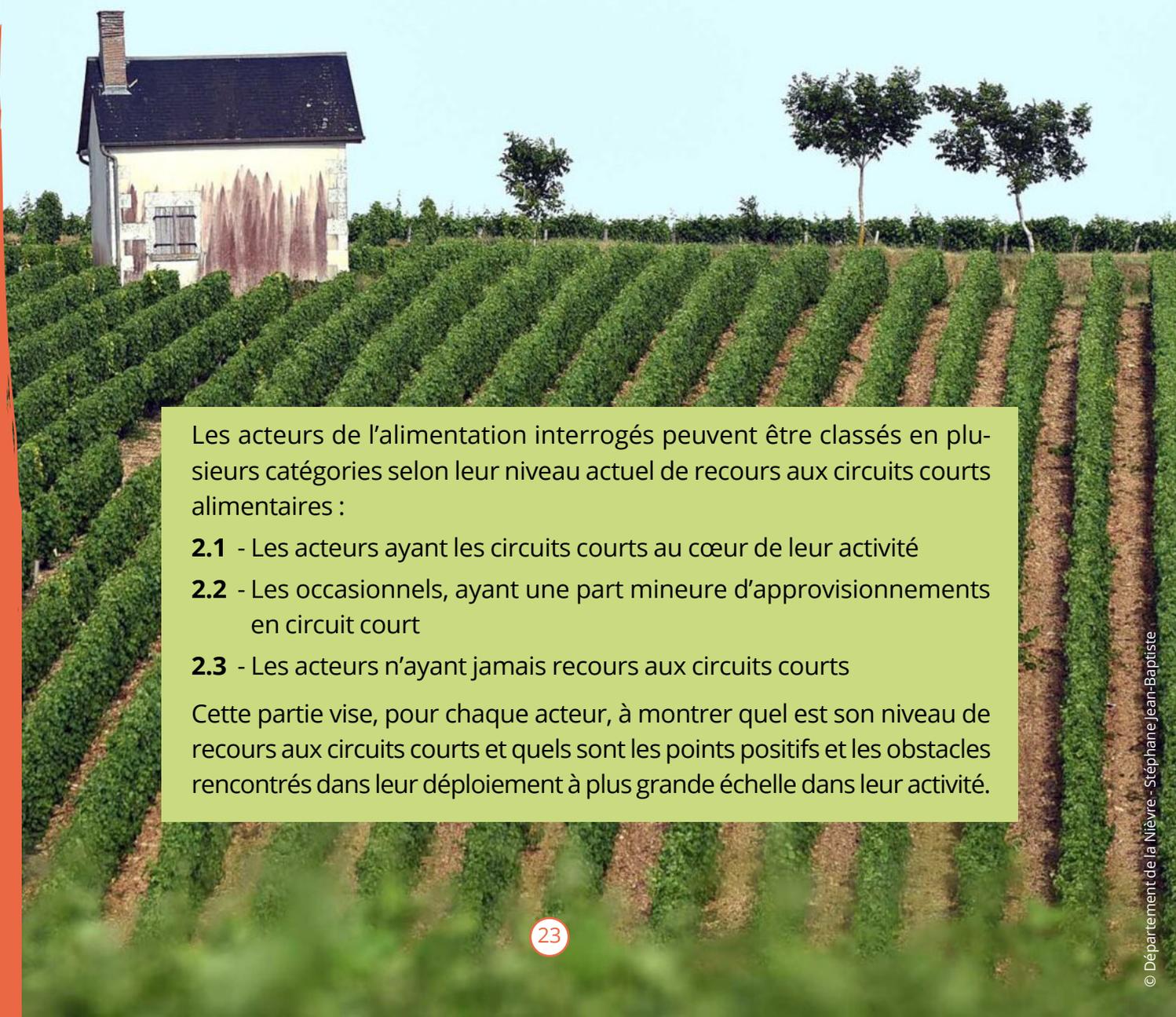
quand même une évolution : on n'a pas pu maintenir le pic, il ne s'est pas transformé en une routine ou une pratique pérenne mais le niveau d'avant et après a quand même augmenté, en particulier là où il y avait des structures et une organisation déjà bien rodée avant la crise : dans ces cas-là, on a pu voir une nette évolution qui a pu se maintenir. (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)



**2** Ensuite, les répondants ont souligné une **hausse récente du nombre de maraîchers**, notamment liée au développement des **espaces tests** : « l'offre est en train d'augmenter sur le territoire puisqu'au tout début nous n'avions pas autant de choix au niveau des producteurs. Il y a de plus en plus de maraîchers qui s'installent... Je pense que l'offre s'étoffe sous toutes ses formes et il y a de plus en plus de possibilités pour consommer local ». (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)

**3** Enfin, plusieurs personnes ont témoigné de l'impression d'une **prise en compte croissante du sujet au niveau politique** : « Je pense qu'il y a déjà une vraie prise en compte, au niveau politique, de l'importance de faire travailler le local. Je trouve que ça va dans le bon sens. Il y a des volontés qui sont ambitieuses, que ce soit de la part des départements ou de la région. Il y a pas mal d'initiatives qui se montent aussi, d'outils qui se créent, pour essayer de faciliter le développement des produits locaux. Tout ça, ça va dans le bon sens. Je pense que ça va se développer. J'espère que le bio prendra une part encore supplémentaire. » (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)

### 3 – La pratique des circuits courts dans l'activité des répondants



Les acteurs de l'alimentation interrogés peuvent être classés en plusieurs catégories selon leur niveau actuel de recours aux circuits courts alimentaires :

- 2.1** - Les acteurs ayant les circuits courts au cœur de leur activité
- 2.2** - Les occasionnels, ayant une part mineure d'approvisionnements en circuit court
- 2.3** - Les acteurs n'ayant jamais recours aux circuits courts

Cette partie vise, pour chaque acteur, à montrer quel est son niveau de recours aux circuits courts et quels sont les points positifs et les obstacles rencontrés dans leur déploiement à plus grande échelle dans leur activité.



## 3.1 – Les acteurs recourant essentiellement aux circuits courts

### AMAP Solidaires avec les paysans :

un équilibre trouvé entre l'offre et la demande

**L'**AMAP Solidaire avec les paysans propose presque exclusivement des produits issus de fermes situées à moins de 50km de Nevers - à l'exception de quelques commandes groupées réalisées pour certains produits comme les agrumes.

Point positif



Un fonctionnement de l'AMAP aujourd'hui bien rôdé, avec un socle solide d'Amapiens et des relations fortes avec les producteurs

Une tension potentielle sur l'offre en cas de développement du nombre d'Amapiens :



« à l'heure actuelle, on n'a pas de liste d'attente : tous ceux qui veulent rentrer dans l'AMAP rentrent dans l'AMAP. Mais on ne va pas faire de la com' pour augmenter notre nombre d'adhérents, car cela pourrait poser à terme problème sur les approvisionnements ; sauf si les producteurs nous disent « on a de la marge, on peut encore accueillir trente paniers » par exemple, ce qui nous est déjà arrivé »

Point de blocage potentiel

### Les Vergers des Beaumonts :

succès des ventes aux particuliers, mais une restauration collective peu rentable

**D**avid Feuillet gère 5 magasins proposant les productions des Vergers des Beaumonts mais aussi celles de producteurs "les plus locaux possibles" : « pour les yaourts, on va prendre uniquement des yaourts qui sont seulement à 5 kilomètres de chez nous, à Neuvy, chez la famille Perot, parce que le produit est top, ils sont très sympathiques et réguliers dans leur production. En revanche, pour la viande par exemple, on travaille avec quelques producteurs locaux, mais essentiellement avec des éleveurs de Normandie ».

Pour la restauration collective, les Vergers des Beaumonts approvisionnent de façon marginale quelques cuisines centrales et cantines.



● **La conviction que les cuisines centrales / les cantines sont appelées à jouer un rôle clef dans le développement des circuits courts :**

« les acteurs clés du développement des circuits courts alimentaires devraient être les cuisines centrales surtout lorsque l'on voit le nombre de bouches qu'elles ont à nourrir quotidiennement, et ce tout au long de l'année. J'ai toujours une frustration quand je pense à toute cette population à nourrir et que pour autant on vend très peu localement ».

● **De bonnes ventes enregistrées dans les magasins à destination des particuliers :** « on vend très bien les produits locaux depuis nos magasins, mais cela reste une clientèle qui fait une démarche volontaire de venir chez nous ».

● **Pour la restauration collective : une faible rentabilité vu les contraintes logistiques que cela impose et le prix de vente limité de ses produits.**



David Feuillette déclare continuer ses partenariats avec la restauration collective « essentiellement pour entretenir un lien local » vu la faible rentabilité de ce circuit de vente : « je travaille régulièrement avec la cuisine centrale de Cosne, avec les lycées professionnels et général de Cosnes. On a aussi le collège René Cassin de Cosne ou celui de Saint-Amand-en-Puisaye qui nous prennent de la marchandise toutes les semaines. La difficulté que l'on a sur nos produits, c'est que l'on a des demandes régulières, mais on ne court pas forcément après, car cela génère énormément de coûts et de contraintes logistiques. C'est notre premier frein au redéploiement de nos produits dans les cuisines centrales ou les établissements scolaires. Si vous avez une caisse de pommes de 13 kilos, ou deux caisses de pommes, à livrer dans un établissement qui est à 25 kilomètres, ce n'est certes rien comme distance localement, mais ce n'est absolument pas rentable. Que ce soit en termes de temps ou de coût du carburant, vous ne pouvez pas les répercuter sur le prix de vente du produit, car on est sur des produits à peu de valeur ajoutée. Quand on livre malgré tout, on le fait surtout pour entretenir un lien local, c'est plus idéologique qu'économique. Mais cela a ses limites. On privilégie les écoles à proximité, car il y a un échange, il peut y avoir des visites organisées des élèves sur nos sites de production ou en magasin, c'est aussi de la communication. Hormis ça, pour la pomme précisément, cela n'a pas trop d'intérêt. »

● **Un lien jugé relativement distendu entre la restauration collective et les producteurs locaux :** « même s'il y a eu quelques évolutions positives ces dernières années, je pense quand même que le lien entre la restauration collective et les producteurs est assez distendu. »



## 3.2 – Les acteurs recourant marginalement aux circuits courts

Ces acteurs peuvent être subdivisés en deux sous-catégories :

- Ceux qui entretiennent des **rapports directs** avec des producteurs
- Ceux passant par un **distributeur** et négociant avec leurs prestataires la présence d'une part de produits locaux dans leurs approvisionnements

### 3.2.1 – Les acteurs entretenant des rapports directs avec les producteurs

#### La Cuisine centrale des Saveurs :

**des relations avec les producteurs solides, mais des approvisionnements locaux qui demeurent marginaux**

**La Cuisine des Saveurs s'approvisionne en produits locaux de façon relativement marginale :** « mes achats en produits bio sur 2021 en produits bio purs et locaux, c'est 14,6% de mes achats. Après les achats sous signe de qualité c'est 35% mais là c'est du national ce n'est pas du local ».

**La Cuisine centrale se présente essentiellement à l'heure actuelle comme « une soupape de sécurité pour les producteurs » :** « je suis un peu aujourd'hui la soupape de sécurité des producteurs lorsqu'ils ont de la surproduction, lorsqu'ils ont de la matière disponible qu'ils ne parviennent pas à écouler auprès de leur clientèle particulière. Par exemple, j'ai un partenaire privilégié parce que lui fait des gros volumes, "Le potager d'ici", et là par exemple il m'a appelé parce qu'il lui reste 200 kg de poireaux – je lui ai pris et il va me les livrer la semaine prochaine ».

Points positifs



● **Une adéquation entre l'offre et la demande de la cuisine centrale à certains moments de l'année pour certains produits :** « À la belle saison c'est-à-dire juillet-août, c'est la période où on est en pleine production de la tomate. Malheureusement pour les producteurs, c'est la période à laquelle leurs clients sont en vacances, alors ils ont parfois un peu de mal à écouler leurs produits. De même pour moi, c'est la période où j'ai peu de clients,



● **Une offre de produits locaux insuffisante :** « que ce soit pour la viande comme le porc ou les produits maraîchers, il n'y a pas les volumes. J'aurais par exemple besoin de 250 kg de tomates au mois de mai ou juin, mais la production dans la Nièvre n'est pas du tout entamée. Et l'oignon par exemple, j'en ai acheté huit cent kilos, mais pour moi ce n'est rien du tout par rapport à mes besoins : il m'en faudrait 3-400 kg tous les mois. En termes de volumes d'approvisionnement, la Nièvre n'est pas équipée pour répondre à notre demande».

Points de blocages

puisque les écoles sont fermées, donc mes volumes sont plus restreints ce qui fait qu'ils peuvent satisfaire mes besoins, donc je leur prends 60 à 80 kg de tomates par semaine ».

● **Des commandes régulières auprès des producteurs locaux pour certains produits :** « je commande des produits laitiers quasiment tous les mois, on a au moins un service par mois chez chaque producteur. En maraîchage c'est surtout concentré sur la saison printemps-été et l'automne pour tout ce qui est courges et légumes d'hiver. Mais là c'est vraiment en fonction de ce qu'ils produisent. Par exemple pour la courgette, je peux stocker donc j'achète de la courgette les mois d'été où elle est produite, je la traite et je la surgèle ; après, je peux l'utiliser pendant quelques semaines parfois quelques mois, pareil pour la courge en octobre j'en traite entre fin septembre mi-novembre. Je traite environ deux à trois tonnes de courge, que je stocke et ça me permet de faire notamment du potage jusqu'à fin janvier ».

● **Une saisonnalité incompatible avec la permanence de la demande – ce qui impose à la Cuisine Centrale de faire de la transformation :**

« pour nous, la période maraîchère est beaucoup trop courte. Par exemple, pour la tomate, je suis en déficit constant. [...] Donc pour nous approvisionner en produits locaux toute l'année, on est obligés de transformer et de surgeler certains produits.

● **Les menus sont rédigés deux mois à l'avance, ce qui implique qu'ils ne prennent pas en compte la disponibilité des produits :** « on rédige nos menus deux mois à l'avance avec notre diététicienne. C'est là aussi une difficulté pour augmenter la part des produits locaux dans nos approvisionnements : au moment où on les établit on n'a pas connaissance de ce qu'il va être disponible ou ce qui est déjà disponible ».

## Les Restos du Cœur :

**un circuit court essentiellement interne via "Les Jardins du Cœur"**

**Les Restos du Cœur ont deux sources d'approvisionnement en produits locaux :**

● **D'abord une source "interne" via les Jardins du Cœur** (chantier d'insertion de 20 personnes pour 6 ha situé à Sermoise), qui permet de produire 30 à 40 tonnes de légumes, soit environ 20 à 25% des besoins des restos du Cœur en légume.

● **Ensuite des sources externes plus marginales, auprès de producteurs locaux :** « il y a quelques agriculteurs maraîchers qui nous appellent de temps en temps en disant "on a des carottes qui vont commencer à monter" ou "on a des choux, il faudrait les ramasser avant qu'ils pourrissent". Et dans ce cas-là, on y va, mais cela arrive rarement et cela se fait au coup par coup, sans accord structuré »



Un fort intérêt pour la récupération des invendus issus des maraîchers locaux



Une collecte d'invendus en circuit court demeurant marginale et aléatoire

## ASEM :

### des partenariats noués avec quelques maraîchers locaux

L'ASEM s'approvisionne essentiellement via la Banque Alimentaire et récupère principalement des produits issus de Grandes surfaces, mais aussi des fruits et légumes venant de la Banque alimentaire de Moulins (Allier), qui a souvent des surplus qu'elle rétrocède à l'antenne de Nevers.

**La part d'approvisionnement auprès de producteurs locaux est relativement faible, et provient :**

- **Des surplus des membres du Drive Fermier**, une association de maraîchers et agriculteurs locaux mise en place au cours de la pandémie et proposant de la vente par Internet de colis alimentaires aux particuliers
- **D'un système "d'entre-aide panier"** proposé aux familles aidées par l'ASEM en partenariat avec **deux maraîchers locaux** et grâce notamment aux financements du **CCAS de Nevers**, et qui permet « d'acheter 7 kilos de légumes de saison pour deux euros [...] les bénéficiaires ayant le droit à 3 paniers par semestre, pour un total de 15 paniers par semaine à peu près ».
- **Les surplus de la Cuisine centrale de Nevers** : « En termes de circuit court, on est en partenariat avec la cuisine centrale de Nevers, la cuisine des saveurs, depuis février 2021. On fait une ramasse quotidienne de leurs produits non distribués : tous les produits qui arrivent en date sans qu'elle soit dépassée, ils nous les cèdent pour qu'on puisse les mettre à disposition de nos bénéficiaires ».

### 3.2.2 – Les acteurs négociant avec leurs prestataires la présence d'une part de produits locaux dans leurs approvisionnements

## Adapei

L'Adapei délègue la gestion de la cuisine de son ESAT à la société API Restauration, qui met à disposition un chef et s'occupe d'acheter les matières premières : « je leur mets uniquement à disposition du personnel, des personnes en situation de handicap et des encadrants pour la fabrication, et API restauration me refait ensuite les assiettes vendues ».

L'Adapei conserve néanmoins une capacité d'orientation sur les matières premières choisies par API Restauration – et impose parfois l'achat de produits locaux : « j'ai par exemple imposé à mon prestataire qu'il utilise des fromages, yaourts ou des andouillettes issus de fermiers locaux ».

**Une offre en produits locaux trop faible et pas assez structurée pour les professionnels :** « en tant que professionnel de restauration, il n'y a jamais personne qui m'appelle pour me proposer du produit local et je n'ai pas l'impression que les choses évoluent ».

Principal point de blocage

## Collège Adam Billaut

La cantine du collège Adam Billaut travaille « avec quelques producteurs locaux de façon régulière », mais a surtout recours à des « grossistes comme Pomona, Guillmot ou Pro à Pro qui arrivent à [les] fournir en produits locaux ».

Le point positif

 **Un cuisinier motivé à développer les approvisionnements en circuit court**

● **Une contrainte liée au prix/coût des repas :** « avec seulement 1,90€ de budget par repas, en prenant du bœuf local par exemple cela monte vite à 2,30€. Le repas suivant ce sera des pâtes afin de rééquilibrer notre budget. Alors prendre des produits bios, ce n'est même pas la peine d'y penser ».

● **Un manque de temps pour « contacter plusieurs fournisseurs afin de chercher toute la marchandise nécessaire »**

Points de blocages



## 3.3 – Les acteurs ne s'approvisionnant pas en circuit court

### La Banque Alimentaire

Malgré son souhait de développer les ramasses d'invendus auprès des producteurs locaux, l'absence d'outil/de structure facilitant la mise en relation avec les paysans et fluidifiant le processus de ramasse rend pour l'heure la chose impossible.



● **Une volonté de développer la ramasse de produits frais auprès de producteurs locaux** : « *je pense que l'on pourrait travailler avec des partenaires locaux, qui ont des surplus ou des denrées invendues. Cela n'a pas été creusé pour l'instant. Mais on sent bien qu'il y a un besoin, car il est vrai que la ramasse ne nous permet pas d'avoir une quantité suffisante de produits frais. S'il n'y avait pas Moulins, on aurait très peu de produits frais* »



● **A l'heure actuelle, aucun dispositif facilitant la mise en relation entre la Banque Alimentaire et des producteurs intéressés pour confier leur surplus** – ce qui impliquerait un chantier de réflexion logistique et de prospection chez les producteurs important

## FOL 58 :

### **l'impression qu'aucune solution probante n'existe**

**L'**association s'approvisionne pour l'heure intégralement « *via des circuits de distribution classiques, par le biais de fournisseurs locaux comme Pomona* ».

● **L'impression qu'il n'existe « aucun système probant sur le territoire qui permettrait de s'approvisionner en circuit court »**



● **Les quantités produites par les maraîchers du territoire sont insuffisantes individuellement pour répondre aux besoins de FOL 28** – ce qui obligerait à un travail fastidieux de prospection et de collecte auprès de plusieurs agriculteurs

## 4 - Les usages du numérique



## 4.1 – A l’heure actuelle : un usage du numérique en “silos”

A l’issue des entretiens, deux remarques liminaires peuvent être faites :

● **On constate d’abord une large méconnaissance des outils numériques liés aux circuits courts alimentaires en dehors de ceux utilisés par les personnes interrogées :** Agrilocal a – sans surprise – été cité par les acteurs de la restauration collective et Manger Bio – BFC, mais en dehors de ce cas, aucun des acteurs interrogés n’a été spontanément en mesure de citer des outils informatiques / sites ressources d’appui aux circuits courts extérieurs à leur activité à quelques rares exceptions près. Même les outils “grand public” comme “Je veux du local” n’ont été cités spontanément que par les acteurs institutionnels.

● **Des usages du numérique en silos : chaque structure a ses propres solutions numériques :** en dehors de Word, Excel, des emails et du téléphone, les acteurs interrogés n’ont aucun logiciel/ outil en commun. Ils utilisent : soit des suites logiciel internes à leur réseau (Les Restos du Cœur, la Banque alimentaire, CoopCycle, etc.), soit des logiciels dédiés aux spécificités de leur activité (AMAPJ, Fusion Salamandre, etc.), soit les logiciels de leur client / prestataire (Apogées, logiciels utilisés par les transporteurs ou les GMS, etc.).

### Pays Nivernais-Morvan

**A**u sein du Pays Nivernais-Morvan, Laura Buck rapporte principalement l’usage de 4 outils numériques :

① **« Je veux du local 58 » :** cartographie évolutive en ligne où les producteurs peuvent s’inscrire pour rendre visible les producteurs qui vendent en circuit court - mené dans le cadre du PAT par le département et co-réalisé par la chambre

② **Vigie foncier (dans un futur proche) :** outil développé par la SAFER permettant de visualiser des cartographies des différentes propriétés, de suivre les projets de transmissions et de vente de fonciers agricoles : « *Il faut s’abonner et une fois qu’on est abonné, on reçoit des notifications des ventes, des projets de vente ou des préemptions de la SAFER. Ça nous permet de faire une veille foncière et de pouvoir se positionner par exemple en tant que collectivité si on veut préempter ou si on a un projet d’acquisition et de stratégie foncière* ».

**3 Zoom et la suite Google Drive :** « l'outil Zoom et la suite Google Drive sont énormément utilisés pour le fonctionnement du Pays et pour la coordination entre techniciens ».

**4 QGIS :** pour la cartographie

### 3 outils de commandes ont également été cités :

- **Agrilocal 58** - Aujourd'hui utilisé et proposé par le PNM
- **Morvan Drive** - Cité mais peu connu par le PNM
- **Lisy** - Outil de commande en ligne développé par une startup nantaise qui est venu se présenter auprès du PNM. À ce stade, ce n'est pas allé plus loin.

### Deux autres outils de communication sont connus du PNM :

- L'outil **Pocket**, utilisé par les collectivités
- L'application "**tout autour**" - "on a aujourd'hui un porteur de projets sur le territoire qui développe une application mobile qui s'appelle « tout autour », d'expérimentation qu'on va probablement expérimenter sur notre pays nivernais-morvan. C'est une application pour créer du lien social en ruralité, avec plusieurs utilisations donc ça peut être, moi j'habite j'entre mon adresse et de manière géolocalisée, je peux avoir une vision d'ensemble sur tout ce qui se passe en termes d'événementiel sur le territoire".

**Enfin, Laura Buck se questionne sur les outils de mobilisation, outils "participatifs" :** "J'ai été en contact avec une boîte qui travaille beaucoup sur les concertations et l'implication des citoyens, on peut acheter un portail avec la possibilité justement de faire voter et faire commenter des projets émis par les citoyens. La boîte s'appelle « Respublica ». Ils sont à Paris et ils ont justement une fonctionnalité portail numérique à laquelle on peut s'abonner et qui peut être individualisée pour les PAT. Je sais qu'il y a des PAT qui ont fait appel à eux. Je me suis renseignée si on imagine quelque chose de grand public, un peu participatif."

## Manger Bio BFC

### Camille Kippeurt dit utiliser principalement trois outils :

- 1 Agrilocal :** « plutôt pour les réponses aux consultations, ce sont plutôt les établissements qui postent leurs consultations et nous on y répond pour les producteurs ».

**2 Socleo** : l'outil en ligne utilisé par Manger Bio BFC pour ren-  
trer les disponibilités produits (envoyées aux clients) et leurs  
tarifs, mais aussi pour saisir les commandes, envoyer des bons  
de livraison, facturer ou encore gérer les stocks : « les producteurs  
n'y interviennent en rien : c'est l'équipe de Manger Bio qui met à jour les  
produits disponibles, les tarifs selon les producteurs, les tarifs pour les  
clients... C'est énergivore, mais c'est la seule solution que l'on a trouvée  
pour le moment car on ne peut pas demander aux producteurs de faire  
ce travail. On envoie nos disponibilités toutes les semaines aux clients via  
Socleo, ce qu'on appelle les mercuriales en fruits et légumes. On gère nos  
disponibilités de produit nous-même. On ne renseigne pas les quantités  
parce que c'est vraiment compliqué de savoir quelle quantité est réelle-  
ment disponible chez quels producteurs, surtout en maraîchage : quand  
nos clients nous passent une commande, il nous fait confiance pour qu'on  
lui apporte les produits les plus locaux possibles, mais on n'identifie pas  
de producteur en face d'un produit. Par exemple si le client va comman-  
der 10 kilos de carottes, il ne va pas savoir à l'avance les carottes de quel  
producteur il aura. C'est nous qui gérons en fonction du stock qu'on peut  
avoir, en fonction d'où est situé le client et en fonction de ses exigences.  
On saisit nos commandes via l'outil également, on envoie nos bons de  
livraison, c'est aussi notre outil de facturation et de gestion des stocks ».



### Les qualités de Socleo :

● **Une plateforme unique permettant de tout gérer** : « Socleo  
permet de tout gérer sur une seule plateforme, et ça c'est quand même  
un sacré avantage ! Cet outil nous permet vraiment de tout piloter. Cette  
centralisation est un vrai atout. »



### Les défauts de Socleo :

● **Difficulté à demander aux producteurs de monter en compé-  
tence sur cet outil** : « on a des producteurs qu'on sent un peu réticent  
aussi à ces outils informatiques et qui sont d'ailleurs bien contents qu'on  
leur génère leurs bons de livraison, qu'on fasse la facture, etc. ... Si en  
plus on leur demandait de renseigner, je pense qu'une fois sur deux se  
serait pas fait. On préfère se faire confiance nous, quitte à passer un  
coup de fil pour se mettre à jour sur les disponibilités plutôt que de  
demander aux producteurs de le faire et que ce ne soit pas fait ».

● **Quelques faiblesses pour certaines fonctionnalités précises,  
comme la gestion des stocks, qui imposent de consacrer beau-  
coup de temps à la (re)saisie** : « l'outil permet de tout faire, mais

*peut-être pas aussi bien que le ferait des outils dédiés. Je pense par exemple à la gestion de stock : je pense que l'outil n'est pas hyper performant dans la gestion de stock. Je dirais qu'on n'a peut-être pas une visualisation vraiment parfaite des flux. J'accuse un peu l'outil, mais c'est l'utilisation qu'on fait de l'outil qui fait que ça ne marche pas bien. Par exemple on a des départs du jour, on a 6 colis de carottes, le jour J il en part 2. Ces deux colis qui ne sont plus dans le stock, on ne va le voir que le lendemain. On passe un temps fou quand même à paramétrer cet outil manuellement. De même, quand on saisit en entrée de stock un produit, on va indiquer la DLC, le numéro de lot du produit et puis si c'est un fromage et qu'il pèse trois kilos zéro deux au lieu de 3 kilos, on va entrer trois kilos zéro deux. Quand on va saisir ce produit en sortie de stocks, il va nous mettre trois kilos, il ne va pas nous mettre trois kilos zéro deux donc on a les poids qui ne s'actualisent pas forcément très bien. Il y a beaucoup de choses qui font qu'on est obligé de ressaisir nous derrière à la main.».*

● **Un manque d'adaptation aux contraintes de livraison :**

*« Socleo n'est pas hyper performant non plus pour la préparation des commandes, dans le sens où il vous faut bien connaître les transporteurs, connaître leurs jours de livraison et leurs jours de ramasse aussi. Du coup il faut penser que ce n'est pas parce que la commande est saisie au mardi qu'en fait il faudra la préparer le mardi. Il faudra vraiment la préparer l'avant-veille, pour que ce soit ramassé la veille ».*

**3 Excel : utilisé par les agriculteurs pour renseigner leurs disponibilités de produits :** *« ce sont des envois hebdomadaires. Tout le monde ne fait pas, il y a 7 ou 8 producteurs qui le font et puis pour certains on se dit qu'on va le faire travailler sur tel produit et puis on se rend compte au moment de la commande qu'en fait il n'en a plus... ça arrive souvent en effet ».*

**NB : Pour les questions de logistique, Manger Bio – BFC s'en remet entièrement aux transporteurs sous-traitants :** *« la logistique et l'optimisation des tournées, c'est un travail en soi ! C'est pour ça qu'on s'appuie sur des transporteurs déjà existants : parce qu'ils savent optimiser au mieux leurs tournées ».*

## Les Restos du Cœur de la Nièvre

**L**es Restos du Cœur utilisent principalement les outils informatiques "propriétaires" mis en place par l'association nationale, et absolument centraux dans leur organisation quotidienne :



*« L'association nationale fournit notre plateforme informatique. C'est eux qui gèrent ça. Elle est d'ailleurs en fin de vie et on aura un nouvel outil d'ici six mois qui permettra de mieux interconnecter les fonctionnalités. Toute la gestion de l'association est faite par informatique via la plateforme nationale : la comptabilité, directement centralisée par l'instance nationale, les prévisions budgétaires, la trésorerie, la gestion des inscriptions des personnes accueillies, la chaîne d'approvisionnement, la gestion des bénévoles... On a une gestion informatique qui est totale. Chaque centre est équipé de matériel informatique, et tout est relié par internet bien sûr ».*



**Le calcul des approvisionnements nécessaire à chaque point de distribution dans le département se fait pour sa part via Excel.**

**L'email est l'outil principal utilisé pour communiquer avec les bénévoles et les bénéficiaires, via des listes de diffusion.**

## La Banque alimentaire

**L'email est au cœur de l'activité de la Banque Alimentaire :**



*« il y a beaucoup d'échanges par mail, les associations nous font leurs demandes par mail. On a une boîte mail spécifique pour la banque alimentaire de Nevers. On travaille beaucoup de cette façon : c'est le seul outil que l'on a pour communiquer avec nos partenaires. »*



**En interne, pour coordonner l'activité entre les différentes instances, la Banque Alimentaire dispose de quelques outils :**

- **Un "drive"**, serveur interne qui **« permet d'avoir des informations en provenance du niveau national et de communiquer avec Dijon où se situe le centre régional de la Banque Alimentaire dont dépend quatre antennes (Côte d'Or, Saône et Loire, Yonne, Nièvre). On dépend donc de Dijon, de la banque alimentaire de Bourgogne. Les documents importants sont déposés dans ce Drive pour que l'on puisse les consulter et les utiliser ».**
- **"VIF"** - **Un outil de gestion des stocks « qui permet un suivi très précis des produits, des stocks, etc. Une obligation étant donné que tous ces produits sont financés par des fonds européens et font donc l'objet d'un suivi très précis. On doit rendre des comptes et on a des contrôles internes et externes fréquents ».**

**A noter qu'une grande partie de l'activité est gérée au niveau régional :** « tout ce qui est gestion du personnel, comptabilité, logistique, communication... Nous ne sommes qu'une antenne ». **Seuls les plannings des bénévoles sont pris en charge directement par l'antenne et réalisés via Excel.**

## ASEM

**Excel, Word et les emails jouent un rôle central dans l'organisation :**



« La communication, la gestion de l'entre-aide panier... tout se fait sur Excel et Word. On n'a pas de services en ligne. Et on a une boîte mail dédiée par laquelle passent toutes les informations. Chaque responsable de pôle a accès à cet outil et on communique comme ça. »



**L'ASEM utilise également la plateforme JPR 17, « une plateforme très complète conçue par un développeur indépendant de la région Rhône-Alpes spécialement pour les épiceries solidaires et qui permet à la fois de gérer les stocks, gérer les caisses, gérer les bénéficiaires, et de gérer les statistiques. Elle permet de rassembler toutes les données dans un même endroit. On peut faire aussi bien des inventaires que des stats et gérer nos bénéficiaires. »**

## FOL 58

**E**n tant qu'adhérent de la centrale d'achat Apogées, une grande partie des questions d'approvisionnement et de logistique est sous-traitée et ne nécessite pas d'optimisation informatique interne.

**La FOL 58 a néanmoins plusieurs outils informatiques internes :**

● **Une application pour smartphone de réduction du gaspillage,** « qui n'est pas encore tout à fait au point, mais permet d'avoir une visibilité sur les repas non consommés afin de pouvoir proposer ce repas à quelqu'un d'autre. Concrètement, si on apprend qu'il y a une absence parmi les personnes prévues à la cantine, l'application envoie un message pour dire « qu'un repas est disponible ce midi », ce qui permet à quelqu'un d'autre de réserver et de ne pas gaspiller ».

● **Un intranet, qui comporte de nombreuses fonctionnalités :** « il donne les nouvelles du jour sur l'écran d'accueil. Et ensuite, il y a des petites icônes qui sont des raccourcis pour aller sur les outils internes que le salarié utilise au quotidien : donc la comptable elle va cliquer sur son logiciel de comptabilité ; l'éducateur, sur son logiciel de dossier d'usager ; etc. Ensuite, il y a un menu où il y a l'annuaire SOS, c'est à dire le trombinoscope des 500 personnes qui travaillent chez nous. Il y a de la documentation dans laquelle on trouve tous les outils dont on a besoin pour travailler au quotidien, des modèles, des formulaires, des procédures etc. »

● **Une webtv ([www.webtvdoc.fr](http://www.webtvdoc.fr))**, déclarée au CSA – « un outil sympa mais qu'on n'utilise pas encore complètement parce qu'on l'a créé il y a seulement 2 ans ».

**Pour la comptabilité, la FOL 58 utilise le logiciel Alpha**, « comme 90% du secteur médico-social en France ».

## Le Cargo

L'activité du Cargo est fondamentalement basée sur l'outil en ligne **CoopCycle**, créé et partagé par la fédération de livreur à vélo du même nom qui prend en charge la quasi-totalité du support à la livraison (commande, gestion des livraisons, optimisation des trajets, etc.) :

« je m'appuie pas mal sur cette plateforme car elle est pratique pour les professionnels : j'ai juste à leur créer des mini magasins où ils me passent commande, donc tout est centralisé et clair. Pour la facturation, il me suffit de faire une extraction des livraisons que j'ai fait. J'ai aussi la fonction paiement avec Stripe. Et Coopcycle prévoit un système d'optimisation des tournées, comme un Google Maps avec tous les points de retrait, les points de livraison, etc. Je peux en sélectionner une partie, les attribuer à tel ou tel livreur, il calcule les chemins les plus courts, etc. A mes yeux, cette plateforme n'est pas juste un outil numérique, c'est une fédération : on est constamment en contact les uns avec les autres, avec livreurs et avec les autres structures. »

**Un système de facturation automatique a vocation à être ajouté à CoopCycle, mais Le Cargo doit pour l'instant la réaliser via une application tierce, Henri :** « Il n'y a qu'un seul développeur au sein de CoopCycle, donc les améliorations prennent du temps, mais on peut dire que c'est dans les tuyaux. Pour le moment j'utilise un petit logiciel gratuit qui s'appelle Henri, où on rentre ses tarifs, ses clients, et qui nous permet de faire nos factures ».

**Pour la communication au quotidien en interne, Le Cargo utilise Slack :** « il y a beaucoup d'échanges et d'entraide sur Slack, donc je ne suis pas tellement inquiet, car s'il m'arrive un problème, je sais que d'autres structures plus grosses ou plus vieilles pourront m'aider et m'apporter des réponses ».

## Les vergers des Beaumonts

**David Feuillette déclare**

« utiliser beaucoup l'outil numérique avec la grande distribution, car toutes les offres quotidiennes que font les Vergers des Beaumonts passent par des logiciels spécifiques à chaque enseigne, aussi bien pour les ventes que pour les réceptions de commande. Cela fonctionne bien, mais ne nous empêche pas d'avoir des contacts téléphoniques quotidiens avec les acheteurs ».

En interne, pour ses propres magasins, David Feuillette utilise un outil (dont il a oublié le nom) « *permettant d'organiser des cadencés de commandes et de passer les commandes directement par internet* ». Cet outil est surtout utilisé pour organiser les relations avec les éleveurs, car pour le marché des fruits et légumes, « *cela reste traditionnel et on passe toujours par le fax et le téléphone* ».

Les vergers des Beaumonts utilisent **XL Soft** « *pour tout ce qui est caisse, stocks, vente, statistiques de vente* : cela permet tous les soirs de visualiser l'intégralité des ventes, d'avoir des indicateurs permettant de régler quotidiennement les réglages de marge. »

Pour sa communication externe, David Feuillette déclare beaucoup utiliser **les réseaux sociaux** : Facebook, Instagram, et peut-être bientôt Tik Tok. Il n'a en revanche recours à l'emailing que de façon marginale, uniquement pour prévenir des activités cueillettes – nées avant l'essor des réseaux sociaux et pour lesquelles « *les participants réguliers sont attachés à leur invitation par mail* ».

## Secret de Paysans

Du côté de ses entreprises, Frédéric Coudray indique n'être « *pas très bon avec tous les outils numériques* » : Il utilise uniquement l'email et a un site Internet pour présenter ses activités.

Du côté du magasin de producteurs, Secret de Paysans, 3 retours sont à noter :

- L'utilisation de l'outil **kwisatz** pour la tenue de la caisse. Il n'est cependant « *pas du tout utilisé à son plein potentiel. Nous pourrions utiliser la partie CRM qui est proposée (suivi de la base client, envoi de message, carte de fidélité) mais ce n'est pas souhaité. Il y a aussi une partie gestion des stocks* ».
- Pendant la crise sanitaire ils ont été invités à s'inscrire sur « **Achez en cœur de Loire** » mais les résultats n'ont été très concluants.
- Les associés souhaitent travailler sur une commercialisation en ligne pour le magasin avec un système de Drive. Ils explorent cette piste avec Le Cargo, mais ils doivent vérifier ensemble si l'outil proposé par Sébastien (via **Coop Cycle**) propose bien toutes les fonctionnalités pour le catalogue de produits, le paiement etc. Sinon ils exploreront d'autres plateformes de ventes en ligne.

## Cantine du Collège Adam Billaut

La cantine a une utilisation balbutiante de l'outil **Aidomenu** « qui permet de faire les menus, de faire l'inventaire, calculer les entrées et

**sorties, et de passer des commandes ».** Aidomenu vient en remplacement de Presto, qui ne permettait pas de passer des commandes (il s'agissait uniquement d'un logiciel de suivi des stocks, d'inventaire, etc.).

**La comptabilité est ensuite réalisée sur GFC**, un outil « *qui permet également de payer les factures* ».

## AMAP Solidaire avec les paysans

**L'AMAP utilise depuis peu le logiciel AMAPJ**, outil conçu par un membre du réseau des AMAP et permettant de gérer tous les contrats conclus avec les amapiens – un outil

« *qui les a fait galérer au début car il n'est pas du tout intuitif* », mais qui permet aujourd'hui « *un important gain de temps par rapport au système de saisie manuelle des contrats dans Excel qui prévalait avant, même si certaines personnes peu à l'aise avec l'informatique continuent de privilégier l'ancien fonctionnement* ». Autre avantage d'AMAPJ, son faible coût de 30 euros par an et sa large diffusion dans les réseaux d'AMAP en France.

**En dehors d'AMAPJ, les emails jouent un rôle fondamental dans la gestion de l'AMAP au quotidien :** « *les emails sont essentiels pour communiquer avec nos adhérents : on leur envoie les contrats, on leur envoie les infos par mail, etc. Si on n'avait pas les mails, ce serait très compliqué, voire presque impossible de gérer l'AMAP et d'envoyer des courriers à cent personnes.* »

**L'AMAP dispose également d'une page Facebook**, « *à la fois pour faire la promotion de l'AMAP, mais aussi parce que nos producteurs sont sur les réseaux sociaux et qu'on peut par ce biais-là faire de la promotion pour eux, dire les marchés sur lesquels ils sont, etc.* »

## Cuisine des Saveurs

**La Cuisine des Saveurs utilise un outil dénommé Fusion Salamandre** permettant de passer automatiquement des commandes en direct auprès des fournisseurs, dès lors qu'ils sont répertoriés – un outil

« *particulièrement bien implanté dans le milieu des cuisines centrales et surtout scolaires, bien qu'il fasse aussi de l'hospitalier. Une fois que nos fiches techniques, nos fournisseurs, nos effectifs, etc. sont renseignés, tout se fait automatiquement... dès lors que les menus sont renseignés, ça nous calcule tout. Ça calcule nos besoins, ça réalise les bons de commande, ça les envoie par mail ou fax chez les fournisseurs. Quand ça revient on enregistre les marchandises qui sont rentrées, on fait de la gestion de stock, de la gestion de production, de la gestion de conditionnement et de la gestion de satellite de consommation. On a aussi un*

module de ce logiciel qui, par le biais d'internet, permet à tous les clients de nos satellites de passer leur commande, en rentrant leurs effectifs et automatiquement ça rentre dans notre système de production. Il permet aussi de gérer tous les repas allergiques, les repas spécifiques, les sans sel, les sans sucre, les aversions, etc. »



**Le directeur François Hauton se dit « totalement satisfait » par ce logiciel « extrêmement performant »**, en dépit d'un certain coût d'utilisation (entre 6500 et 10 000 euros en gros à l'année en incluant la hotline et l'hébergement). Certains modules nécessitent en outre des achats ponctuels : par exemple, le module « allergènes » que le collègue souhaite acquérir pour un montant de 14,000 euros.

**La compatibilité est effectuée sur Ciril**, logiciel utilisé uniquement par la comptable « qui ne s'en plaint pas plus que ça bien qu'il paraisse peu convivial et lourd à manipuler ».

**Le paiement se fait par Chorus**, un logiciel « absolument pas opérationnel pour nous en alimentaire parce que hormis les grands groupes de distribution, qui ont un service comptable, personne ne l'utilise [...] Et de façon anecdotique, j'ai demandé un jour à un groupe laitier s'il ne voulait pas s'y mettre et je me suis vu opposer un « non » catégorique – ils m'ont même dit qu'ils préféreraient arrêter de travailler avec nous plutôt que de s'y mettre ».



## Le cas particulier d'AGRILOCAL



**A**grilocal, développé localement par les conseils départementaux, est le seul outil informatique ayant été cité spontanément par plusieurs répondants dans nos entretiens. Pour la Nièvre le financement s'élève à 11 000 euros.

Il demeure toutefois peu utilisé par les acteurs de la restauration collective, qui soulignent une série de défauts.



### Les défauts

- **Un nombre trop faible de producteurs inscrits est clairement le premier obstacle cité par tous les répondants :** « Agri-local 58 marche moyennement j'ai l'impression, en tout cas il n'y a pas suffisamment d'acteurs qui sont inscrits : donc c'est toujours la masse critique qui est un peu problématique, on n'y est pas par rapport à d'autres départements. » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)

● **Un manque de réactivité sur l'outil :** « Il y a une problématique de temporalité avec Agrilocal : la restauration collective demande parfois une offre du jour au lendemain ou des quantités qui ne sont pas du tout réalisables pour des producteurs. Il y a un décalage très chronophage parce qu'ils doivent actualiser sans cesse pour voir si quelqu'un a répondu au marché et cetera ». (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)

● **L'impossibilité de répondre partiellement à une consultation :** « Une des difficultés d'Agrilocal c'est quand on passe un marché, quand on fait une consultation, j'indique le volume qui m'intéresse moyennant quoi tous ceux qui n'ont pas le volume ne répondent pas. Il n'y a aucune possibilité de répondre partiellement. Ça ne peut pas se faire. Parfois je prends mon téléphone et appelle les producteurs pour pallier directement ce problème, mais dans ce cas, même si j'arrive au cumul à trouver le volume, je me retrouve avec autant de factures qu'il y a de producteurs. Et du coup le problème administratif est chez moi et ma comptable me dit : "vous vous rendez compte ?! Cinq factures pour un seul appro, ça ne va pas du tout !" ». (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● **Des recherches pas toujours aisées sur la plateforme :** « quand vous cherchez un produit, il faut aller dans les menus déroulants, chercher dans les rubriques,... ce n'est pas très intuitif, les listes qui ont été établies ne sont simples d'utilisation ». (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● **Des réponses venant parfois de grossistes :** « Concernant Agrilocal j'ai été très déçue, je pensais que ce serait des professionnels locaux qui viendraient vers nous, mais c'est très peu le cas. En fait, il n'y a que des grossistes qui répondent sur cette plateforme, or à mes yeux, lorsque l'on parle de local je m'attends à parler à l'agriculteur ou au maraîcher du coin, localisé au moins dans le département ». (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut)



## Les qualités

● **Un outil plutôt bien conçu :** « l'outil est bien, les fonctionnalités sont bonnes, on peut limiter le champ, c'est-à-dire la distance, l'outil est pas mal fait » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

● **Permet un formalisme – et donc une sécurité – dans les procédures d'achat :** « De temps en temps je passe par Agrilocal pour avoir quelques procédures formalisées, et pour être sûr que je vais

*avoir les produits. Par exemple pour les pâtes, j'utilise des pâtes bio locales et là je passe toujours par la procédure formalisée pour sécuriser l'approvisionnement. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)*

Une qualité soulignée par Maxime Albert, qui rappelle que c'est justement la fonction première d'Agrilocal que de proposer « *un outil de mise en relation entre un acheteur et un fournisseur permettant de sécuriser légalement la transaction, en respectant le code des marchés publics* » - rappelant par ailleurs que « *le mode de commande via téléphone utilisé par certains ne respecte pas la législation* ».

## Quel avenir pour Agrilocal ?

**Thierry Guyot et Maxime Albert soulignent la difficulté qu'il y a à créer de nouvelles habitudes liées au numérique au sein de la restauration collective** - « *Agrilocal étant souvent considéré par les cuisiniers comme une contrainte administrative supplémentaire* ».

**Ainsi, outre les sessions de formation mises en place actuellement pour familiariser les gestionnaires de cuisines centrales et cantines à cet outil, Thierry Guyot émet l'idée de chercher d'autres formes d'incitations pour créer un effet d'entraînement.**

**Camille Kippeurt de Manger Bio – BFC souligne le succès de ce mode d'incitation financière dans certains départements** : « *Il y a des départements où Agrilocal est bien en place et apprécié par les établissements, comme dans le Doubs ou la Saône et Loire. Les établissements y voient vraiment un intérêt et là ça marche bien. Et il y a des départements où il n'y a jamais de consultations. Ça dépend aussi de l'investissement des départements dans l'outil : il y a des départements qui financent 20% du coût d'achat du produit, donc forcément ça motive l'établissement à poster des consultations* ». (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)

*« il faudrait qu'on incite financièrement les personnes à utiliser l'outil, peut-être en apportant une dotation supplémentaire aux gestionnaires de collège qui jouent le jeu par exemple. C'est une idée. Je ne dis pas que ça va être en place, mais ça peut être une idée ». (Thierry Guyot, Conseil départemental)*

## Synthèse des outils utilisés

### Communication :

- **Fax**
- **Téléphone**
- **Réseaux Sociaux :**
  - Facebook
  - Instagram
  - TikTok
- **Messagerie** courriel - mail
- **Base de données / Cartographie / Référencement :**
  - Je veux du local 58
  - Nos Territoires
- **WEB TV :** Webtvdoc
- **Pocket** (outil dédié aux collectivités)

### Gestion opérationnelle

- **Suite Microsoft** (Word/Excel) ou équivalent **Open Office**
- **Restauration collective**
  - Salamandre
  - Aidomenu
- **Gestion Magasin :**
  - XL Soft
  - Kwizatz
- **Gestion stock :**
  - outil spécifique pour épicerie solidaire : JPR 17
  - outil spécifique banque alimentaire : VIF

### RH

- **Excel** (tableau de suivi bénévoles)

### Paiement

- **Stripe**

### Vente / Prise de Commande

- **Agrilocal**
- **CoopCycle**
- **Lisy**
- **Logiciels des GMS**
- **Apogées**
- **Socleo**
- **Achetez en coeur de loire**
- **Morvan Drive**

### Comptabilité / gestion administrative

- **Chorus**
- **GFC**
- **Opale**
- **Henri (facturation)**
- **Alpha**
- **Ciril**

### Gouvernance / Communication interne

- **Intranet / Serveurs Internes**
- **"Cloud" / Google Drive**
- **Slack**
- **Zoom**
- **Outil de concertation citoyenne et de vote** proposé par l'agence "Respublica"

### Autres

- **Logiciel de cartographie :** QGIS
- **Suivi du Foncier agricole :** VIGIE (outil de la SAFER)
- **Application mobile pour la réduction du gaspillage**
- **Application mobile "tout autour"** actuellement en cours de développement sur le territoire





## 4.2 – Un regard globalement circonspect à l'égard des solutions numériques

Les attentes en matière numérique (développement de nouvelles fonctionnalités, utilisation de nouveaux logiciels, etc.) sont relativement faibles, et ce à cause d'un ensemble de facteurs :

**1** D'abord, les acteurs interrogés ont tous spontanément fait part de limites perçues au développement du numérique dans leur activité :

● **Que ce soit par manque de temps :** « on a des producteurs qu'on sent un peu réticent aussi aux outils informatiques et qui sont d'ailleurs bien contents que qu'on leur génère leurs bons de livraison, qu'on fasse la facture, etc. ... Si en plus on leur demandait chaque semaine de renseigner sur Socleo la disponibilité de leurs produits, je pense qu'une fois sur deux se serait pas fait. On préfère se faire confiance nous, quitte à passer un coup de fil pour se mettre à jour sur les disponibilités plutôt que de demander aux producteurs de le faire et que ce ne soit pas fait ». (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)

● **Par manque de compétence :**

● **Tant du côté des professionnels chargés des approvisionnements :** « nos bénévoles ne sont pas des utilisateurs professionnels : ce sont des gens qui sont là parce qu'ils ont beaucoup de bonnes volontés, mais qui n'utilisent pas forcément l'informatique dans leur vie quotidienne... Nous allons donc avoir besoin de mettre en place des formations pour les habituer à notre nouveau système ». (Bruno Merchier, Les Restos du Coeur de la Nièvre)

● **... que du côté des mangeurs, dont une part non négligeable (en particulier les personnes âgées), peine à recourir à l'ordinateur :** « La question du numérique se pose vraiment dans notre territoire parce que c'est un territoire qui est très vieillissant, il y a beaucoup de de personnes âgées et du coup c'est aussi une question qui se pose sur la pertinence de ce genre d'outils. On doit toujours penser à comment on les double pour un accès numérique qui n'est pas toujours instinctif et facilité. » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)

**2** Ensuite parce que la réactivité et la sécurité des contacts interpersonnels par téléphone sont jugées meilleures – enjeu particulièrement important pour la restauration collective :

« Nous avons Aidomenu depuis peu mais le cuisinier ne s'en sert pas du tout pour passer commande : il préfère avoir le commercial en direct au téléphone, parce qu'en ayant le commercial en direct par téléphone, on est sûr que la commande est passée. » (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut).

**3 Les acteurs interrogés nous ont aussi fait part d'habitudes / de process rôdés de longue date et ayant fait leur preuve – et ne nécessitant ainsi pas d'amélioration numérique :**

« Vous utilisez des outils numériques pour organiser la livraison ? Non, vous savez ça fait 20 ans qu'on réalise ces livraisons, ça ne change pas. On a un petit tableur Excel pour que les établissements passent leurs commandes de repas, ce qu'ils font 7 jours avant. Les tournées sont toujours les mêmes. Et ça fonctionne bien comme ça » (Didier Fuchs, FOL 58)

« Peu importe le logiciel que l'on choisit, je pense qu'ils seront tous chronophages pour les cuisiniers. Ils s'en plaignent d'ailleurs. Ils ont le sentiment d'être cuisiniers et administratifs. » (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut)

**4 Pour certaines associations (Restos du Cœur, Banque alimentaire, etc.) les antennes locales ont une relativement faible marge de manœuvre en matière numérique** – les antennes nationales et locales devant communiquer entre elles via des systèmes informatiques homogènes

**5 La question de l'empreinte carbone et de la résilience du numérique a également été soulevée dans l'entretien avec le pays Nivernais Morvan :** « je trouve que comme on est en prospectif, se pose la question de la résilience du numérique. En ce moment on parle beaucoup de sobriété énergétique et cetera et le numérique c'est pas du tout neutre énergétiquement parlant et du coup je me pose la question de la pérennité du numérique. Donc dans un exercice prospectif, moi personnellement je n'ai pas envie de mettre toutes mes billes dans le même panier. » (Jeanne, stagiaire au Pays Nivernais Morvan)

**6 L'enjeu de la masse critique d'utilisateurs nécessaire au fonctionnement des outils numérique a également été souligné,** notamment pour les outils de référencement : « C'est toujours la question de la pertinence d'un outil numérique, l'impression qu'il vit ou qu'il est complètement corrélatif avec la masse critique et la valeur

d'usage confond vraiment les acteurs. Que quand je vais dessus, il faut que je sois convaincu que c'est là qu'il y a le plus d'informations et qu'elle est exhaustive » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)

**7 Enfin - argument peut-être le plus consensuel - le numérique ne doit « rester qu'un moyen » et ne pas porter atteinte aux contacts humains** (l'un des bénéfices-clés des circuits courts, souligné par tous les répondants, étant de restaurer les liens interpersonnels entre producteurs et mangeurs) :

« Le numérique dans l'AMAP... je veux bien que ce soit facilitant, mais je ne voudrais pas que ça déborde sur le reste : il faut qu'on continue à se rencontrer, qu'on continue à se parler, qu'on continue à boire des verres. Nous c'est vraiment, vraiment la relation aux uns aux autres qu'on privilégie. Donc le numérique est juste là pour faciliter les tâches rébarbatives ». (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)

« Je pense que, c'est peut-être un peu vieux jeu, mais pour moi le contact humain reste indispensable. Je ne suis pas sûr que le numérique puisse remplacer toutes les interventions manuelles que l'on fait. » (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)

« Dans nos réunions qu'on vient de faire justement de mise en relation entre les restaurations collectives et les producteurs, on a vu aussi que le mot clé c'était l'adaptabilité et la réactivité et que finalement un coup de téléphone c'est enfin la mise en relation direct cuisinier et le producteur. J'ai trouvé qu'elle était hyper prégnante et hyper importante pour permettre justement cette adaptabilité et cette réactivité là et que le lien humain du restaurateur qui connaît son producteur favorise beaucoup plus cet approvisionnement. C'est ma réflexion personnelle, mais je me demande si du coup le numérique est une bonne porte d'entrée pour ceux qui n'ont pas l'habitude et qui ne savent pas où trouver. Avec le numérique, on n'est pas attentif et peut être pas assez tolérant, on n'a pas assez conscience des contraintes de l'autre. On balance une demande une fois une semaine avant pour obtenir 80 kilos de carotte ou de bœuf bourguignon alors que pour un producteur c'est quasi impossible de répondre à cette demande. » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)



## 4.3 – Quelques suggestions de nouvelles fonctionnalités et usages néanmoins

**E**n dépit de ce regard mitigé à l'égard du numérique, les répondants ont fait part de quelques souhaits d'améliorations ou de développements de nouveaux services numériques.

### La Cuisine des Saveurs souhaiterait une compatibilité entre Fusion Salamandre et Access ou Agrilocal :



*On a mis en place un partenariat avec La Poste pour la livraison de repas à domicile dans certaines communes. La Poste a besoin d'un certain nombre d'informations pour livrer et travaille sur Access. Or, il n'y a pas de passerelle entre Access et Fusion Salamandre, et c'est la croix et la bannière parce qu'il faut tout ressaisir, ce qui prend du temps et est source d'erreurs. C'est la même chose pour Agrilocal, ils passent des marchés en plein gré, ça me fait lancer une consultation, une fois que la consultation je la valide, c'est une action qui est complètement indépendante de mon logiciel. Après il faut que je re rentre dans mon logiciel, la livraison, la commande, faire une commande fictive parce qu'elle a déjà été faite par Agrilocal, donc je fais une commande fictive sur Salamandre, qu'évidemment je n'envoie pas au producteur, pour qu'ensuite elle figure dans mes réceptions du jour et que mon magasinier puisse les rentrer. Les outils sont intéressants mais c'est des outils les uns à côté des autres. (François Hauton, Cuisine des Saveurs)*



### La Chambre d'Agriculture souhaiterait trouver des solutions numériques homogènes avec les collectivités locales, pour faciliter le partage d'information :



*« A la chambre d'agriculture on utilise un outil de gestion de bases de données qui s'appelle "Nos territoires". On peut donner l'accès à plusieurs collectivités, à plusieurs personnes du territoire. Ce serait intéressant que tous les acteurs utilisent un seul et même outil pour éviter que les informations se dispersent ». (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)*



### Dans le cadre de leur PAT et de leur mission d'accompagnement des porteurs de projet en agriculture, le Pays Nivernais Morvan réfléchit à une plateforme qui permettrait de centraliser les informations et orienter les porteurs de projet



*« Dans le PAT rêvé il y aura un accès à un point de contact unique, je suis porteur de projet, je sais exactement qui je dois contacter » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)*

### et qui permettrait aussi aux porteurs de projet de se référencer et se "signaler" :

*« dans un monde idéal on aura aussi un outil qui permet de manière évolutive de recenser les porteurs de projets, où chacun s'inscrit, « moi*

*je suis porteur du projet, je m'inscris, je me fais savoir et je me rends visible, je suis déjà installé, je fais du circuit court, je m'inscris », mais là il y a un travail d'animation territoriale à faire pour se mettre d'accord, que tout le monde l'utilise, que ça devienne une habitude. » (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)*

### **Pour le Pays Nivernais Morvan, le numérique peut également répondre à un enjeu de communication et d'attractivité pour les territoires,**

*Le numérique permet pour moi, avant tout de pouvoir communiquer en dehors du pays, c'est-à-dire de rendre visibles aussi des activités de dynamisme du territoire en vue d'attirer un peu au-delà du pays. Il se passe énormément de choses mais il faut vraiment être expert du territoire pour le voir. Donc c'est rendre visible les événements sur le territoire, mettre en avant les circuits courts, la production locale, l'offre locale (Laura Buck, Pays Nivernais Morvan)"*

Enfin, sur le plan logistique, le PNM évoque la possibilité d'utiliser le numérique comme un « *moyen pour organiser ou mutualiser des livraisons* » avec l'appui d'une coordination humaine

**En dehors de ça, et toujours dans la logique de silos, les souhaits d'améliorations concernent essentiellement les logiciels spécifiques à chaque répondant :**

● **Un module de gestion des stocks par Code barre pour la Cuisine des saveurs :** « *Il y a toujours des développements dans le cadre de Salamandre, aujourd'hui nos saisies pour le stockage c'est saisie manuelle. Il y a un module où on saisie par code barre et qui fonctionne en wifi avec des entrées et des sorties de stock en instantané, c'est quelque chose qui nous intéresse. On va peut-être faire l'investissement cette année. mais il faudra équiper l'unité, on a pas de système wifi. Il y a aussi un module de traçabilité complète des entrées-sorties qui nous intéresse. »*

● **Pour les Vergers des Beaumonts : un système de suivi affiné des stocks qui permettrait d'avoir automatiquement quelques indicateurs hebdomadaires :** « *Ce qui est compliqué à numériser et nous serait pourtant très utile, ce sont les stocks. Sur de l'épicerie ce n'est pas très compliqué mais sur du produit frais au quotidien c'est compliqué tout simplement car c'est chronophage. On doit faire attention à affiner beaucoup de détails à la main, ce qui prend beaucoup de temps. Mais cela ne nous empêche pas de fonctionner pour autant. »*

● **Pour l'ASEM : un logiciel de caisse plus performant et un outil de mutualisation de l'information sur les bénéficiaires d'associations à vocation sociale afin notamment de faciliter la circulation des données et le respect du RGPD :**

*« L'évolution numérique qui nous serait la plus utile concerne l'aspect caisse de notre structure parce que c'est très lourd. On est un système de codes-barres sur nos produits. Mais il y a aussi tout ce qui est fruits et légumes. C'est au poids, à la balance. Et il y a beaucoup de manipulations sur la caisse à faire pour fonctionner. On travaille aussi sur le RGPD en termes de protection des données informatiques, c'est un peu sensible. Ce qui aurait été intéressant de voir, c'est, est-ce qu'il serait possible de mutualiser un petit peu toutes ces données avec toutes les associations d'ordre social pour que, ça peut se faire sur un cloud ou autre chose comme ça, si quelqu'un a besoin d'un colis alimentaire, au lieu d'aller chercher la personne, faire une fiche de liaison, on ait directement ses coordonnées. »*

● **Pour la Banque alimentaire : un suivi entièrement informatisé des produits récoltés durant les ramasses :**

*« A l'heure actuelle les grandes surfaces nous remettent des bordereaux papiers mentionnant les produits récupérés durant les ramasses, ce qui implique que l'on doit ensuite tout rentrer manuellement dans nos logiciels pour assurer le suivi ».*

● **Pour Manger Bio - BFC, la plus en attente de fonctionnalités nouvelles, « il y a plein de choses qui pourraient être informatisées et automatisées » :**

*« la disponibilité des produits auprès des producteurs, la mise à jour la DLC,... tout ça c'est hyper énergivore. Une interconnexion avec les transporteurs, pour être mise au courant automatiquement quand notre palette est livrée par exemple. Il y a peut-être une automatisation à faire aussi entre la banque et les factures pour pas que l'on soit obligé de tout reporter à la main. Je pense vraiment qu'il y a plein de choses à faire... »*

## 5 – La projection du futur de l'alimentation sur le territoire





## 5.1 – Projection du système alimentaire de la Nièvre en 2030

**D**ans les projections du Nivernais idéal, les répondants ont unanimement salué l'intérêt des circuits courts alimentaires, et exprimé le souhait de voir ceux-ci se développer.

**Pour cela, les problèmes à résoudre d'ici 2030 mettent avant tout l'accent sur la résolution des problèmes relatifs à l'offre :**

### ● Avec d'abord une production locale plus importante et diversifiée...

« Les circuits courts, dans 10 ans,... j'espère d'abord que des jeunes agriculteurs, des petites installations de 80, 120 hectares puissent exister en poly-élevage, polyculture-élevage et que des maraîchers se soient installés. Et là, effectivement, on aura vraiment un marché qui nous permettra de travailler les circuits courts et d'alimenter toutes nos structures, toutes nos collectivités ». (Thierry Guyot, Conseil départemental)

« La filière laitière est bien structurée mais nous n'avons malheureusement pas trop de fromages locaux, ce qui est dommage. D'une manière générale, il faudrait étendre la gamme des produits disponibles : développer la gamme des produits maraîchage pour sortir de notre cantonnement actuel aux légumes d'hiver, ce qui impliquerait peut-être de passer par des serres et des équipements plus sophistiqués que de la pleine terre – même si je ne crois pas que l'intérêt soit d'essayer de tout produire ici étant donné que la région et la terre ne sont pas propices à tous les développements. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

### ● ... mais aussi de meilleures interconnexions avec d'autres territoires aux productions complémentaires :

« Je pense que raisonner local comme on est en train de le faire en ce moment, c'est un peu illusoire et puis surtout c'est une aberration. Aujourd'hui si toutes les régions fonctionnent de la même façon, que va-t-on faire de nos charolais? Il y a 230 000 têtes de bovins dans la Nièvre, or selon une enquête menée par le cabinet Blezat pour le département il y a quelques années, ou en cumulant toute la restauration collective de la Nièvre, on représente moins de 200 têtes de bétail à l'année, donc que va-t-on faire des autres? » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« Pour moi, la notion de « local » devrait être élargie : à la limite on peut y ajouter les départements limitrophes, pas uniquement la Nièvre. Mais malheureusement aujourd'hui en faisant cela, ça passe uniquement par des grossistes, il n'y a pas d'autres intermédiaires pour s'adresser aux agriculteurs locaux ». (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut)

Certains souhaits s'élargissent aussi à la demande, avec notamment le désir de **revaloriser le lien entre producteurs et mangeurs** :



*« Je pense que la première chose importante dans ce Nivernais idéal de 2030, ce serait que les habitants soient fiers de leur paysannerie, déjà. Que les Nivernais soient au courant qu'à côté de chez eux, il y a des gens qui produisent des aliments bons pour la santé, bons pour l'environnement, bons pour eux, leurs enfants et pour tout ce qui va autour. C'est le premier pas pour changer les habitudes de consommation. » (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)*



## 5.2 – Les recommandations pour amorcer le travail dès à présent

De nombreux conseils / recommandations ont été suggérés durant les entretiens pour faire évoluer les circuits courts dans le bon sens dès aujourd'hui.

### ■ 5.2.1 – Les idées pour résoudre les problèmes liés à l'offre

#### ■ a - Augmenter les volumes de production

Plusieurs pistes ont été avancées par les répondants pour faire évoluer à la hausse les volumes de produits locaux disponibles pour les circuits courts – notamment pour répondre aux besoins de la restauration collective :

#### ● Développer la culture de taille intermédiaire ou de pleins champs :



*Sur la Nièvre, Je crois qu'il y a une tentative sûre, une productrice fait de la culture sur de la taille intermédiaire, c'est-à-dire elle est déjà au-delà de la clientèle particulière et elle ne fait pas ce qu'on appelle de la grande culture, c'est à dire de la culture de plein champ. Elle fait des surfaces qui sont déjà plus en rapport avec une utilisation en restauration collective. Parce que le problème c'est qu'il y a eu un projet dans le nord du département, L'idée c'était de faire de la culture de grands champs. J'avais rencontré le groupement, Il faut savoir que nous on utilise à peu près à l'année en gros 5 tonnes de carottes. La production en intensif d'un hectare c'est aux alentours de 60 tonnes. Donc ce n'est pas du tout en adéquation. (François Hauton, Cuisine des Saveurs)*

*Le conseil départemental essaye de développer les légumes de pleins champs. Mais cela pose deux problèmes : d'une part certains producteurs n'ont pas envie de travailler avec les GMS ou la restauration collective, d'autre part elle pose des problèmes d'ordre technique : est-ce que l'on a des terres à potentiel ? Et est-ce que l'on a les compétences et les machines nécessaires ? Il y a tout à construire, et nous travaillons dessus. (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)*



● **Structurer les filières de production agricole locale « en mettant tout le monde autour de la table » pour orienter la production vers les besoins et permettre une montée en quantité sur certains produits :**

*L'idéal serait de les asseoir tous autour de la table, parce que le problème c'est qu'ils produisent tous la même chose. Ils produisent de fait des produits qui sont plutôt simples à produire. Je pense tout de suite à la carotte, la carotte c'est quand même un produit très compliqué en termes de désherbage, il faut des outils très spécifiques pour pouvoir le faire dans de bonnes conditions et à grande échelle. La plupart sont de petites tailles et donc n'ont pas ces équipements donc ils font du désherbage manuel, c'est extrêmement lourd et coûteux donc du coup ils font uniquement de la carotte pour leur clientèle particulière. C'est un produit d'appel car s'ils n'en ont pas les clients 'une fois deux fois trois fois ils n'ont pas de carotte alors je vais plus chez lui, il n'en a jamais'. Ils font un peu de volume de carottes pour eux, mais pour moi ce n'est pas possible. Ça c'est un obstacle majeur. Il faudrait qu'on réussisse à se retrouver autour de la table et se mettre d'accord sur qui fait quoi. Parce que par exemple de la courgette aujourd'hui j'en prends chez trois producteurs. La tomate j'en prends chez deux. de la salade y'en a qu'un qui me fait un volume suffisant. de la courge j'en prends chez quatre fournisseurs. Il y a des produits sur lesquels on pourrait rationaliser les commandes, et puis surtout le nombre de producteurs impliqués. (François Hauton, Cuisine des Saveurs)*

● **L'Amap propose également l'embauche d'agriculteurs en régie :**

*Pour augmenter la production, il y a tout un tas de possibilités. Je pense notamment à l'idée d'embaucher des paysans en régie. Ça s'est déjà fait, en Alsace par exemple. Ils ont embauché un maraîcher qui produit des légumes et des pâtes pour la cantine, etc. (Virginie Charrière, Amap Solidaires avec les Paysans)*

NB : A noter qu'une stagiaire au Département travaille actuellement « à recenser les maraîchers du territoire et travailler sur une cartographie du foncier public ayant des sols favorables au maraichage dans la Nièvre », précise Maxime Albert.

■ **b - Rendre l'offre plus lisible**

**Soit via une plateforme en ligne qui permettrait de voir l'offre instantanément – que ce soit pour les produits proposés à la vente ou les invendus :**

*« Il serait intéressant d'avoir un dispositif de mutualisation de l'offre qui permette de d'avoir une idée à un instant donné de l'état des stocks total*

auprès des maraîchers et de grouper des commandes auprès des différents fournisseurs ». (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« Ça m'intéresserait beaucoup d'avoir une visibilité sur les stocks d'invendus des agriculteurs. S'il y avait un espace informatique mis à jour qui puisse à l'échelle du département, pour synthétiser qui a quoi et qui serait prêt à se délester gratuitement de ses stocks d'invendus, ce serait quelque chose de très bien. Et on pourrait mettre en place le même système de défiscalisation déjà utilisé avec les grandes surfaces. » (Bruno Merchier, Les Restos du Coeur de la Nièvre)

« S'il y avait **un organisme qui pouvait regrouper tous les producteurs locaux et que l'on aurait juste à passer une commande à cet organisme, pour atteindre le niveau nécessaire d'approvisionnement, ce serait parfait.** » (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut)

« L'idéal ce serait d'avoir un site Internet qui regroupe tous les producteurs locaux, tout en conservant leur indépendance bien sûr. Il faudrait que quelqu'un qui a envie d'acheter des légumes, des yaourts ou autre, n'aie qu'à aller uniquement sur ce fameux site où il sera sûr de trouver. » (Sébastien Guichon, Le Cargo)

**Soit en recourant à un intermédiaire du type Manger Bio BFC, qui pourrait se charger de "professionnaliser" la mise en relation entre l'offre et la demande :**

« On a nos collègues de qui sont très présents sur le territoire qui ont identifié beaucoup de producteurs motivés beaucoup d'établissements motivés Ce qu'on dit c'est que, dans un premier temps, on pourrait intervenir comme on a fait dans l'Yonne c'est-à-dire être un interlocuteur commercial, faire de l'achat revente avec les producteurs, que ce soit dans un premier temps, une livraison directe qui s'opère. On s'occupe des bons de livraison, de la facturation, d'être aussi l'interlocuteur pour l'établissement d'avoir un seul interlocuteur pour l'ensemble de ces produits bio et produits bio locaux. Ça c'est faisable ». (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)

## ■ 5.2.2 - Résoudre le problème de la demande

**Un consensus s'établit chez les répondants pour faire de la restauration collective le levier-clef de développement des circuits courts du côté de la demande.**

**1 Pour la restauration collective**, plusieurs pistes ont été citées pour favoriser la montée en puissance des circuits de proximité :

- **Une piste serait de faire les menus par rapport aux disponibilités des produits (vs : des menus conçus aujourd'hui deux mois à l'avance actuellement, indépendamment des disponibilités attendues). Il s'agirait toutefois là d'une « révolution » dans leur modèle opérationnel, qui aurait de nombreuses implications :**

« On pourrait faire évoluer notre mode de fonctionnement et, comme c'est le cas dans certaines petites collectivités qui font très peu de couverts, établir nos menus au dernier moment en fonction de ce qui est disponible. A l'heure actuelle, « l'agriculteur dit "j'ai produit ça, débrouillez-vous pour l'utiliser" et moi je dis "j'ai besoin de ça, débrouillez-vous pour le produire". C'est là où ça ne colle pas. En la matière la balle est plutôt dans notre camp, mais ce serait une révolution pour tout le monde, car ça veut dire qu'il n'y aurait plus de commission de menu avec les élus, les parents d'élèves, les responsables de restauration des différentes communes. A l'heure actuelle, comme on prépare nos menus deux mois à l'avance, on peut discuter, on négocie, on retire un truc ou on le modifie. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

Nos menus sont réalisés avant chaque vacances et de manière à couvrir toute la période qui suivra et ce jusqu'aux vacances suivantes soit environ six à sept semaines. (Céline Dagnet, Collège Adam Billaut)

« Peut-être que le problème est qu'on essaye au maximum de faciliter l'accès à des produits bio locaux aux restaurants collectifs en essayant de se rapprocher au plus de ce que font nos concurrents avec du conventionnel, donc avec une réactivité de service, en répondant à ce que veut l'établissement quand il le veut... Peut-être qu'il faudrait prendre le problème à l'envers et se dire : "comment embarquer les établissements dans cette réflexion pour qu'eux aussi s'adaptent aux contraintes des producteurs locaux" ». (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)

- **François Hauton de la Cuisine des Saveurs souligne également l'intérêt d'amorcer le travail d'approvisionnement avec les cantines des collèges (vs. Les cuisines centrales), dont les besoins sont plus faibles – une piste raccord avec les orientations du Département :**

« Les besoins des collèges en termes de volumes sont plus faibles. Pour eux, les approvisionnements en circuit court, ça peut fonctionner – mais pour moi quand je fais une commande je déséquilibre complètement le marché sur un instant T. Pour un service il me faut par exemple entre

450 et 500 kilos de carotte en garniture légume, ce qui signifie que je devrais prendre tout ce qui est et puis après je n'aurai plus besoin de carottes pendant trois semaines. Alors que les collèges peuvent s'organiser en rotation et puis eux ça va faire 30-40 kilos la semaine. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« Aujourd'hui, l'objectif de notre département, c'est de pouvoir alimenter déjà nos collèges puisqu'on est en charge des collèges aux départements. Ensuite nos Ehpad où on a aussi une part de financement, notamment pour l'hébergement dans nos Ehpad. On aimerait pouvoir alimenter ne serait-ce que ces collectivités là et pourquoi pas ensuite ouvrir le marché aux autres collectivités, cuisines centrales, lycées etc... » (Thierry Guyot, Conseil départemental)

● **Camille Kippeurt, de Manger Bio – BFC, souligne pour sa part l'importance de séparer le Bio du non Bio dans les marchés publics :**

*Le bio n'est pas séparé du conventionnel dans les marchés. Un producteur bio ne va pas pouvoir se positionner sur un lot qui est mixte. Je ne vais pas pouvoir proposer du yaourt bio et du fromage blanc conventionnel. (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)*

## 2 Pour les particuliers :

● **Plusieurs personnes ont souligné la nécessité d'élargir le périmètre des acheteurs pour écouler plus facilement les productions issues des spécialités agricoles locales (élevage bovin, produits laitiers, etc.) – même si cela implique le recours à des solutions logistiques plus sophistiquées :**

*L'exportation des produits du département est selon moi une piste intéressante. C'est évident qu'envoyer un petit camion en région parisienne c'est rentable, à condition qu'il soit plein. Selon moi, l'avenir des circuits courts dans la Nièvre passera forcément par un système d'organisation d'exportation vers des bassins de consommation qui sont pour nous, la région parisienne, le bassin lyonnais ou bien Clermont Ferrand. (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)*

*Il faudrait que nous jouions sur l'export en dehors du département. Il existe le «Label Nièvre » créé par le département. Qui est plutôt une marque et non un label. Mais peu visible et peu connu alors qu'il pourrait être utile dans cette démarche « d'exportation » vers le bassin parisien. (Frédéric Coudray, Secret de Paysans)*

## 5.2.3 – Favoriser la rencontre entre l'offre et la demande

### 1 En créant des lieux de coordination des différents acteurs :

« Pour développer et simplifier les approvisionnements locaux il faut commencer par faire ce qui a été timidement initié : mettre tous les producteurs et les utilisateurs autour de la table et coordonner notre action en permettant à chacun de dire "voilà mes besoins", "voilà mes capacités", voilà à quoi je peux m'engager, etc. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« Aujourd'hui, c'est un peu le bazar dans la filière, parce que chacun veut aller de son côté, avec son idée propre. Par exemple, dans telle commune, on décide de mettre en place un maraicher, mais la commune d'à côté décide elle aussi d'avoir son propre maraicher afin d'alimenter sa propre cantine. Or en faisant cela nous créons de la concurrence inutile entre les producteurs. Il faut que l'on puisse savoir qui vend quoi, où, quand, quelles sont les zones de chalandise, afin de comprendre à quels marchés ils s'adressent. C'est un travail de référencement. Je me bats pour cela car je suis convaincu que l'avenir des circuits courts passe par la structuration. » (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)

### 2 En développant le principe de la contractualisation entre producteurs et utilisateurs :

« Pour moi, un levier-clef pour développer les circuits courts serait que l'on puisse s'engager auprès des producteurs sur l'achat d'un certain volume, et leur assurer un certain revenu en définissant un prix plancher - c'est-à-dire ne pas faire de spéculation au dernier moment. Ce serait quasiment avoir des contrats de culture pour rassurer la production. » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)

« C'est pour cela que je suis persuadé qu'il faut passer par une conscience collective, mais pas sur du court terme, ou sur une échelle de temps politique. Arriver à sortir de ce raisonnement politique, et on passe à une stratégie moyen, long terme qui sera bénéfique. On peut alors parler de contractualisation. Pas de contractualisation sur le prix, car il y a une évolution constante des marchés, mais il faut que le lien entre le producteur et l'acheteur local, soit un lien constant, permanent et pas occasionnel. » (David Feuillet, Les Vergers des Beaumonts)

### 3 En développant des outils de transformation ou de surgélation permettant de limiter les effets de la saisonnalité et les inadéquations temporelles entre l'offre et la demande :

Il n'y a aucun atelier de surgélation dans la Nièvre qui permettrait de surgeler les excédents. Ce serait utile par exemple pour la découpe de

*volaille, car nous on sert soit des cuisses soit des blancs – mais on ne sert pas les cuisses le lendemain des blancs. J'ai toujours dit : « si on avait un moyen de surgeler, je pourrais prendre les blancs à l'instant et garder les cuisses surgelées pour plus tard », mais à l'heure actuelle, on n'a pas cette possibilité » (François Hauton, Cuisine des Saveurs)*

*Il y a un vrai besoin de développer les outils de transformation. Je pense qu'il y a des outils de transformation qui sont manquants et qui seraient nécessaires pour avoir des productions locales sur des plus longues périodes. Je pense notamment à un outil de conserverie qui permettrait de faire de la sauce tomate ou de cuire des pois chiches. Moi aujourd'hui, de la sauce tomate, je n'en vends pas en local parce qu'il n'y a pas un producteur qui est en capacité de faire de la sauce tomate. Et pourtant, tous nous disent avoir des pertes chaque été sur des tomates qui sont jetées parce que les établissements scolaires sont fermés l'été. (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)*

*A l'heure actuelle, il y a des légumeries qui se montent un peu partout sur de la quatrième gamme, donc sur du légume épluché, râpé. Après la plupart des outils qui existent ne tournent pas parce qu'en fait le légume quand il ressort de ces outils-là, il est sous plastique, il a été travaillé et il coûte 3 fois le prix qu'il coûterait en brut. Et ça, ça freine forcément les établissements. Donc il y a pas mal d'outils qui ne tournent pas. Et il n'y a pas de conserveries pour faire de la cinquième gamme, donc du légume cuit. Ça il n'y en a pas en région. Je pense qu'une conserverie, ce serait l'idéal. Si j'avais de l'argent à placer, j'ouvrierais une conserverie. (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)*

*Il faudrait développer sur le territoire de petits ateliers de transformation, pas forcément gros, mais de petites unités bien équipées avec pièces réfrigérées, autoclave etc. (Frédéric Coudray, Secret de Paysans).*



**NB : le Département travaille actuellement sur cette piste :** *Le département met en place une étude pour une conserverie / légumerie. L'objectif est par exemple de voir s'il faut une grande légumerie ou plusieurs plus petites sur le territoire départemental. C'est l'étude qui nous le dira et ensuite on avisera et on ira à la construction de cette ou de ces légumerie conserverie qui manquent pour pouvoir avoir vraiment un PAT digne de ce nom et qui fonctionne. (Thierry Guyot, Conseil départemental)*

#### ■ 5.2.4 – Développer des solutions logistiques mutualisées

D'une manière plus générale, les acteurs interrogés ont unanimement témoigné du besoin de structuration d'une "plateforme" qui permettrait de mutualiser la dimension logistique des circuits courts. Cela passerait par :

### ● La création d'un lieu de stockage où pourraient être centralisés les produits avant d'être dispatchés aux acheteurs :

« Dans le Nivernais idéal dans dix ans, il y aurait une centralisation des produits. S'il y avait une volonté politique de mettre la main à la poche, car ça a forcément un coût, de créer un site physique pour centraliser les produits, ce serait parfait. » (David Feuillet, Les Vergers des Beaumonts)

« Il faudrait organiser une sorte de coopérative où seraient déposés tous les produits pour constituer la masse nécessaire et il faudrait que les petits producteurs s'entendent sur les prix de vente, qu'ils soient communs pour éviter d'avoir 5 prix différents sur 5 producteurs. Il faudrait d'abord faire une étude sur le sujet, car à l'heure actuelle, on ne sait pas qui produit quoi, en quelle quantité, à quel prix de vente, etc. Il faudrait déjà avoir une idée du potentiel. » (Didier Fuchs, FOL 58)

**Pour Manger Bio BFC, la création la mise en place d'un entrepôt de stockage temporaire apparaît comme la seule possibilité d'intervenir efficacement dans la Nièvre :** « Notre enjeu principal, c'est de réussir à mettre en œuvre un système logistique pertinent et efficace sur un territoire très vaste et rural, donc avec des cantines scolaires dispersées et fréquentées par peu d'élèves. Pour nous, le stockage reste la clé quand même pour intervenir dans la Nièvre : sans stockage, on reste limité, on ne peut pas massifier. Si on avait un entrepôt de stockage dans la Nièvre, on pourrait bien plus facilement opérer sur le territoire. » (Camille Kippeurt, Manger Bio BFC)

### ● La mise en place d'un service de ramasse / livraison spécialisé, qui pourrait se concentrer sur les enjeux d'efficacité opérationnelle et délester les producteurs ainsi que les acheteurs de cette question jugée particulièrement technique :

**Notre besoin concerne principalement la création d'un service de livraison qui passerait chez les producteurs et livreraient directement les différents magasins. Nous avons besoin d'un service coordonnant et prenant en charge la logistique.** Nos locaux sont utilisés comme zone de stockage et d'échange à petite échelle, il nous faudrait une plateforme logistique à plus grande échelle" (Frédéric Coudray, Secret de Paysans).

Je pense qu'il faudrait aussi améliorer la logistique intradépartementale, afin d'approvisionner toutes les zones du territoire. On pourrait imaginer une navette qui irait de Nevers au Morvan pour réceptionner les productions des différents agriculteurs, afin de mutualiser les stocks de productions et permettre aussi aux produits d'être vendus dans les zones touristiques (Martin Bloch, Chambre d'Agriculture)



**L'ASEM suggère la création d'un organisme dédié à la logistique, pourquoi pas sous la forme d'une école :** « *Pour essayer d'être un petit peu réactif, il y a un projet qui serait bien, ça serait d'avoir un service entièrement dédié à la logistique. Il gérerait cette partie très difficile. On pourrait imaginer un type de groupement d'employeurs qui à la fois, assurerait une logistique pour les commerces traditionnels, mais aussi pour les entreprises solidaires comme nous avec un moindre coût de fonctionnement et la possibilité, du fait de l'agrément d'intérêt général, de bénéficier de déductions fiscales. On pourrait aussi penser à une école de logistique qui pourrait être créée sur une plateforme de formation logistique et qui permettrait dans le cadre de cette formation d'assurer les livraisons de nos structures* ». (Ginès Torregrosa, ASEM)

**Thierry Guyot et Laura Buyck ont suggéré de s'appuyer sur le dispositif «Territoire 0 chômeurs de longue durée» pour créer un service dédié à la logistique :** « *Je ne sais pas si vous connaissez l'expérimentation qui s'appelle «Territoire 0 chômeurs de longue durée» : aujourd'hui on a plusieurs structures qui vont être habilitées, sur Luzy, Lormes, Moulins-Engilbert, peut être aussi Varzy en Clamecy. Je pense que ces gens qui sont à la recherche de travail, si on pouvait apporter une solution d'activité à ces gens-là en faisant justement le travail que l'agriculture n'a pas le temps de faire ou qui n'est pas tout rentable sous la forme actuelle des tournées. C'est une idée qui peut germer, qui peut être intéressante et c'est du gagnant-gagnant pour tout le monde, pour le territoire, pour les gens qui sont à la recherche d'emploi et pour l'empreinte carbone également puisqu'on mettrait un véhicule sur la route avec une personne qui pourrait aller alimenter les commerces, les collègues ...* » (Thierry Guyot, Conseil départemental).

**Lors de la présentation du rapport, Pascal Arbault (membre du COTEC de Nièvre Numérique), évoque pour sa part la réussite du modèle de Textilot,** « *une entreprise experte en optimisation logistique basée dans la Nièvre, disposant d'une flotte de 400 mini camions alimentant les espaces textiles en GMS partout en France* ».



Une source d'inspiration potentielle, voire de partenariat pour le secteur alimentaire ?



État des lieux sur les **circuits courts alimentaires** dans **la Nièvre** et leurs usages des **outils numériques**

**Volet complémentaire**  
**le regard de l'offre**

**3 novembre 2022**

**Comptes rendus par initiatives**

Le CERD accompagne des porteurs de projets agricoles (pour tous les types de production et à tous les stades de développement), notamment s'agissant des modes de commercialisation, des problématiques juridiques / réglementaires / d'urbanisme, le montage d'études économiques et la mise en œuvre d'activités de transformation.

### ■ 1. Les enjeux agricoles et alimentaires du territoire

**Pour Françoise Morizot, l'offre de produits en circuits courts dans le Nivernais ne constitue pas, à l'heure actuelle, le principal obstacle au développement de la filière :**

- **L'offre est en effet d'ores et déjà importante et diversifiée**, que ce soit pour les filières viande, fromage (vache ou chèvre), et même légumes : si un creux a été ressenti il y a une quinzaine d'années sur la production maraîchère, une importante vague de reprise de fermes a eu lieu depuis et a permis à cette filière de rebondir.
- **L'offre est rendue disponible dans de nombreux lieux de commercialisation**, avec une densité importante de magasins bios et magasins de producteurs sur Nevers et ses alentours, mais également des relais de vente en GMS - le Leclerc de Coulanges ayant été pionnier en la matière.

**Le problème vient essentiellement de la demande :** si la consommation de produits locaux sur le territoire est « *historique et traditionnelle* », avec environ 80% de la population qui consomment des produits fermiers, le problème vient essentiellement d'une structure de population vieillissante et non renouvelée, avec « *des jeunes qui partent pour leurs études sans revenir s'installer sur le territoire* ». Cette problématique démographique fait que les petits marchés locaux sont saturés – contraignant les producteurs à aller plus loin pour écouler leur production (Dijon, Paris) – mais aussi créé des concurrences sur les circuits de commercialisation de Nevers.

De façon plus mineure, un travail peut être réalisé pour faciliter l'accès au foncier des agriculteurs souhaitant s'installer : en effet, s'il y a bien des terres disponibles, l'information et les procédures pour y prétendre demeurent, selon Françoise, très « opaques ».

**Pour Françoise, l'épicentre du problème est donc lié à la démographie locale et au manque d'attractivité du territoire (écoles, médecins, emplois) – problématique qui, selon elle, doit constituer le « principal cheval de bataille de la Nièvre pour les prochaines années ».**

## ■ 2. Le numérique et les circuits courts

Françoise souligne l'important développement des pratiques numériques en matière de commercialisation depuis la crise sanitaire : elle note le recours accru au système des boutiques en ligne et le développement de Whatsapp comme outil de communication.

Concernant Agrilocal, Françoise souligne l'accueil mitigé qu'a reçu l'outil lors de son lancement, tant du côté des producteurs que de la restauration collective. Mais celui-ci étant aujourd'hui « en place et financé », elle plaide pour en renforcer l'usage en favorisant notamment la concertation avec ses usagers pour faire évoluer l'outil.

## ■ 3. Idées et pistes de travail

**Pour la restauration collective :** Françoise identifie deux axes de travail prioritaires (qui se situent davantage du côté des cantines que du côté de l'offre) :

- La mise en place de dispositifs permettant de mieux anticiper les commandes – travail déjà en cours avec le CERD et le Conseil départemental
- Le développement de « l'accompagnement au changement » auprès de la restauration collective principalement (changer la façon de prendre les commandes, développer le travail des produits, etc...) - en lien, bien sûr, avec la production.

**Sur la logistique,** Françoise note qu'il existe déjà « *pas mal de mutualisation sur le terrain* » - les producteurs ayant surtout besoin d'accompagnement sur les questions règlementaires (ce que le CERD fait déjà).

**Pour structurer plus généralement l'offre en circuits courts alimentaires de proximité sur le territoire,** Françoise propose de « *s'appuyer davantage sur les forces vives déjà en action sur le terrain (associations, structures accompagnatrices etc..)* » en cartographiant les compétences et champs d'action de chacune des structures : cela permettrait d'identifier un réseau départemental de compétences, à la fois dans le champ agricole, commercial mais aussi artisanal. Le numérique pourrait être un levier intéressant pour répertorier et orienter ce réseau de compétences locales, sur lequel les différents acteurs ou porteurs de projet du territoire pourraient ainsi s'appuyer.

## GAEC de l'ECORCHIEN

### (volailles de chair) – Jean-Luc VOLEKAERT

Jean-Luc s'est installé en 2003 en entreprise individuelle, avant de passer en GAEC en 2007 avec son fils et son épouse. En 2018 il passe la main à sa belle-fille avant de partir à la retraite.

Leur activité se concentre autour de **trois ateliers** : bovins viande, agneaux et volailles de chair. Le GAEC dispose du **label parc « valeur régionale du PNR du Morvan »** qui impose un cahier des charges : « les producteurs s'engagent à ne pas utiliser d'OGM et à pratiquer une agriculture raisonnée, à maintenir les paysages et à préserver la biodiversité, à prendre en compte les enjeux environnementaux et le bien-être animal, ainsi qu'à perpétuer des savoir-faire artisanaux et typiques du territoire. » Le label impose également de demeurer une exploitation « à taille humaine » - raison pour laquelle la production sur la ferme a atteint aujourd'hui son seuil maximal.

**Le GAEC dispose de son propre abattoir pour la volaille, en revanche pour les agneaux l'abattage se fait à Lusy, ce qui engendre des coûts importants.** Pour Jean-Luc comme pour d'autres nombreux producteurs du territoire, l'ouverture de l'abattoir de Corbigny est ainsi attendue avec impatience.

## ■ 1. Débouchés et commercialisation

**Les débouchés pour la volaille sont essentiellement à destination d'une clientèle professionnelle, qui représente 65% des ventes** : boucheries (Saulieu, Avallon...), GMS (Leclerc Autun, Super U Tanay...), restaurateurs (Bernard Loiseau à Avallon...). La clientèle particulière représentant actuellement environ 35% des ventes (via des marchés et ventes à la ferme).

**La commercialisation auprès de la restauration collective est anecdotique**, explique Jean-Luc : le GAEC ne disposant pas du label CE et n'ayant pas des proportions « industrielles », ils ne sont pas compétitifs. Le collège de Lormes a fait quelques commandes très ponctuelles, et le GAEC répond présent aux sollicitations lors des actions événementielles type « *Semaine du Goût* ». En dehors de ces actions appuyées par la ville ou le département, le GAEC n'est pas du tout sollicité par la restauration collective et ne répond plus aux appels d'offre d'Agrilocal car ses propositions étaient systématiquement rejetées, faute de compétitivité face à la concurrence.

**La clientèle du GAEC est aujourd'hui « stabilisée et fidélisée », avec des volumes et un CA très réguliers** – en dehors de la perte de 10.000 euros environ sur le CA annuel lors de la crise sanitaire. Les charges énergétiques qui augmentent fortement (consommation d'électricité et de gasoil importante sur la ferme) risquent cependant d'impacter les marges – la hausse du prix de vente au consommateur final devant rester limitée.

## ■ 2. Prise de commande et livraison

**La prise de commande est effectuée par téléphone, sans recours à aucun logiciel.** Les commandes se font le lundi et mardi, les volailles sont ensuite abattues le mardi et mercredi afin d'assurer à la clientèle une DLC maximale (7 jours avec abats, 10 jours sans) - « un point fort de la ferme ».

**Le GAEC est équipé et bien organisé pour les livraisons et n'a donc « pas d'intérêt à externaliser cette tâche ».** Les livraisons sont effectuées une fois par semaine, tous les jeudis matin, pour l'ensemble de la clientèle. Un système de mutualisation logistique a été mis en place avec une productrice d'herbes aromatiques, notamment pour desservir le restaurant d'Avallon.

### ■ 3. Idées et pistes de travail

**Jean-Luc pointe les conséquences néfastes de la démultiplication des « petits marchés » sur les communes depuis le Covid** - tendance qu'il a constaté notamment au travers de son engagement dans l'association « 100% local », qui organise des marchés de producteurs locaux. Pour Jean-Luc, cette multiplication a entraîné une baisse globale des CA sur les marchés où l'on « retrouve systématiquement les mêmes clients d'un marché sur l'autre ». Aussi faudrait-il peut-être, selon lui, reconcentrer l'offre dans quelques grands marchés et réfléchir à un maillage pertinent.

**Jean-Luc souligne également l'intérêt que peut avoir le système de panier :** durant le Covid, une initiative de paniers avait en effet été lancées auprès de particuliers (« la cagette lormoise »), qui permettait aux particuliers de commander en amont leurs produits et de les récupérer sur le marché. Ce système a prouvé son efficacité, et il aurait ainsi aimé voir perdurer cette initiative.

## GAEC des fourmis

### Potager d'Auré (maraichage) - Aurélie JACQUOT

Aurélie cultive depuis 7 ans une parcelle de 1 ha de légumes diversifiés, avec un projet d'agrandissement à court terme pour passer à une surface de 6,5 ha de légumes plein champs (pommes de terre, carottes, oignons, choux, salades, melons, courges, ainsi qu'1 ou 2ha de légumes secs), associé à un investissement dans un forage (50,000 euros). La ferme emploie 2,25 ETP.

### ■ 1. Débouchés et commercialisation

**A l'heure actuelle, les débouchés de la ferme sont essentiellement à destination de particuliers au travers d'un ensemble diversifié de canaux :**

- Paniers (deux dépôts)
- AMAP (un mercredi sur deux)
- Vente à la ferme
- Marché (un samedi sur deux ainsi que les 3 premiers dimanches de chaque mois).

**Le passage à une production de plein champ sur 6,5 ha devrait toutefois ouvrir de nouveaux débouchés :**

- Les cantines scolaires, qu'Aurélie livre déjà très ponctuellement mais avec qui elle voudrait renforcer les liens
- Intermarché
- Greniers paysans (Moulins-Engilbert)
- La mise en place d'un distributeur en libre-service sur un point de passage (avec une offre complémentaire de fromages de chèvre), qui représente toutefois un coût non négligeable (22,000 euros à l'achat ou 600€/mois en location).

## ■ 2. Prise de commande et livraison

**La prise de commande se fait prioritairement par SMS, qui a « l'avantage de faire office de pense-bête », mais aussi par mail et téléphone.** La livraison se fait ensuite dans un périmètre de 30km aux alentours, sans frais additionnel ni minimum de commande.

**Le recours au numérique est pour Aurélie un sujet de complexités :**

- Travailler avec la restauration collective implique d'utiliser la plateforme Chorus, outil pour lequel elle n'est pour l'heure pas formée,
- Sur Agrilocal, Aurélie dit se « retrouver systématiquement en concurrence avec Pomona ou Rungis »,
- Enfin, elle a une mauvaise connexion Internet / mobile sur son exploitation, ce qui ne facilite pas le recours aux outils numériques.

## ■ 3. Idées et pistes de travail

**Si le passage à 6,5 ha va permettre de nouvelles possibilités de circuits alimentaires sur le territoire (l'essentiel des maraichers étant à l'heure actuelle sur moins de 1ha), il implique également de gros investissements pour Aurélie, avec les inquiétudes associées – notamment sur les normes et prix que lui imposeront la restauration collective, ainsi que sur leur capacité à transformer leurs outils et pratiques pour accueillir ce nouveau mode d'approvisionnement. Elle souhaiterait ainsi un engagement des cantines sur la durée et sur des quantités demandées.**

**Aurélie souligne quatre grandes pistes de travail :**

- **Accompagner les cantines dans leur transformation** (formation, sensibilisation des équipes en cuisines et des mangeurs également),

- **Mettre en place un système de médiation entre cantines et producteurs**, afin que les commandes soient davantage anticipées et régulières,
- **Alléger la fiscalité ou aider financièrement les producteurs souhaitant mettre en place un nouveau lieu de vente directe** (au moins la première année),
- **Encourager le développement de la coopération entre producteurs** : lorsqu'Aurélié s'est installée il y a 7 ans, un groupe de maraichers avait constitué une offre commune – une initiative qui n'existe plus mais qu'elle aimerait voir renaître et pourrait permettre plus facilement le développement d'un système logistique mutualisé.

## Vergers du Grillet

### Arboriculture - Augustin MOREAU

Augustin s'est installé en 2016, associé avec son frère, ils disposent de 20ha de vergers pour 4 ETP au total. Ils transforment leurs fruits en jus, purée et vinaigre de cidres.

#### 1. Débouchés et commercialisation

La moitié seulement du CA des Vergers du Grillet est réalisée dans la Nièvre (le reste étant réalisé grâce à une coopérative située à Clermont-Ferrand), **via un grand nombre de débouchés** :

- Revente à des maraichers
- AMAP
- Magasins bio
- Magasins de producteurs
- Marchés (15 à 20% de leurs ventes)
- Vente à la ferme
- Casier 24h/24h sur l'un des vergers (un débouché jugé sous-exploité par manque de communication)
- Cuisine centrale de Nervers (une à deux fois commandes par mois de septembre à avril)

Augustin souhaite actuellement relocaliser le plus possible ses ventes (raison pour laquelle il a arrêté quasiment toutes ses ventes à Rungis).

Si la clientèle des Vergers du Grillet augmente, Augustin précise néanmoins que « *les quantités achetées diminuent* ».

## ■ 2. Prise de commande et livraison

Les prises de commande se font uniquement par **email et téléphone** : les Vergers du Grillet utilisent peu les outils numériques (en dehors d'un logiciel de facturation), faute d'un équipement informatique adéquat.

Les livraisons sont effectuées **quasi quotidiennement**.

## ■ 3. Idées et pistes de travail

Augustin identifie deux voies d'amélioration pour les circuits courts alimentaires du territoire :

- **Développer la communication et la visibilité des producteurs**, qui peut passer par un développement de la publicité sur différents supports, mais aussi par la création d'un annuaire unique numérisé des producteurs de la Nièvre,
- **Mettre en place un système de livraison mutualisé, qui serait pour lui levier de développement intéressant, notamment pour augmenter ses ventes auprès de la restauration collective**. A ce jour, de petites collaborations ont été mises en place avec des producteurs de fromages et légumes avec lesquels il partage quelques livraisons - mais qui demeurent « faibles voir anecdotiques ».

## GAEC du CADIOT

### Volailles - Julie CADIOT

Le GAEC du Cadiot vend des volailles de chair, des œufs et de la viande charolaise. Il emploie 4 ETP ainsi qu'un apprenti.

## ■ 1. Débouchés et commercialisation

Le GAEC a trois débouchés :

- Trois marchés
- Le Leclerc de Coulanges
- La Ferme du creuset / Le Jardin de Marigny

Julie précise qu'elle fait un effort tout particulier de communication via Facebook pour sa cible d'acheteurs particuliers (<https://www.facebook.com/cadiotjulie/>)

## ■ 2. Prise de commande

La prise de commande se fait actuellement par **téléphone**, mais Julie est à la recherche d'une **plateforme de vente** pour commercialiser en ligne

### ■ 3. Idées et pistes de travail

Le GAEC est actuellement en situation « *difficile* » du fait du manque de débouchés – sujet qui cristallise ses besoins à l’heure actuelle : si la qualité de leur production est reconnue, avec « *énormément de retours positifs* », leurs difficultés viennent notamment du fait qu’ils ne peuvent pas s’aligner sur les prix des producteurs industriels – et perdent ainsi la clientèle professionnelle. **Pour Julie, la priorité serait ainsi d’avoir un appui à la commercialisation.**

**Julie pointe également ses difficultés de recrutement** - alors qu’il lui faudrait un salarié supplémentaire pour se développer.

## Fromagerie PERROT

### Audrey RAULIN

Audrey a mis en place l’atelier de transformation fromagerie sur la ferme en production laitière. Elle dit subir aujourd’hui durement les variations rapides de la conjoncture : après des ventes très importantes pendant la crise sanitaire, l’augmentation des coûts de production (énergie notamment) rogne aujourd’hui ses marges – une situation d’autant plus problématique qu’elle a réalisé d’importants investissements pour pouvoir fournir la restauration collective (en s’adaptant aux besoins en volumes et formats) afin d’être compétitive sur les prix auprès de cette cible.

### ■ 1. Débouchés et commercialisation

Le principal débouché de la fromagerie est la vente en magasin de producteurs, qui représente approximativement 55% de son chiffre d’affaires.

Le reste est réparti comme suit :

- 15% environ de ventes à la restauration collective, au travers de commandes ponctuelles
- 10% en GMS
- Moins de 10% en vente à la ferme

### ■ 2. Prise de commande et livraison

La prise de commande s’effectue uniquement par **mail et téléphone** – la fromagerie n’a pour l’heure par recours à Agrilocal.

Les livraisons sont effectuées **tous les matins**, par secteur, sans minimum de commande mais en conservant **un rayon limité** pour préserver la rentabilité. La mutualisation des livraisons semble dans son cas **difficile, voire impossible** : comme il s’agit de fromages pasteurisés, les contraintes sanitaires font qu’elle peut difficilement déléguer cette partie à d’autres producteurs.

### ■ 3. Idées et pistes de travail

La fromagerie est actuellement confrontée à trois grandes problématiques au centre de ses préoccupations :

- **Des difficultés de recrutement**, notamment liées à la « *difficulté physique du travail* »,
- **Une augmentation des coûts de production** liée au renchérissement des prix de l'énergie,
- **Une problématique d'amplitude horaire du travail**, liée au temps dévolu à la vente.

En réponse, Audrey suggère **plusieurs pistes de travail** :

- **La mise en place d'un intermédiaire ou d'un médiateur**, qui serait chargé en particulier d'organiser et planifier les prises de commandes de la restauration collective – réalisées aujourd'hui « *à la dernière minute* »,
- **Proposer une aide à la mise en place de distributeurs automatiques** (du même type que les distributeurs de pain ou pizza, « *qui ont fait leur preuve* »)
- **Aider les producteurs dans leur effort de communication** pour valoriser les produits locaux et essayer de trouver de nouveaux débouchés.

## Le Marché du petit Léo

### Guy LEBLANC

Le marché du petit Léo a été créé en 2017 pour pallier la disparition des deux derniers commerces de proximité (un casino et une boucherie-charcuterie) sur la commune de Saint-Léger-des-Vignes. La seule manière de rendre l'initiative économiquement viable était de la réaliser sous forme associative. Le marché est ouvert 6 jours sur 7 (fermé le lundi).

### ■ 1. Modèle économique et produits commercialisés

Le marché du petit Léo commercialise « *essentiellement des produits locaux* » (80% du CA) et s'approvisionne auprès de 70 producteurs - même si il conserve un rayon « *épicerie traditionnelle* ». Il emploie deux salariés en CDI (pour 1,5 ETP), mais s'appuie également sur le travail bénévole des membres de l'association (18 personnes dans le Conseil d'administration, dont une dizaine "actifs" dans la gestion quotidienne). Le marché voit son chiffre d'affaires « progresser régulièrement » (environ 330,000 euros en 2021).

La majeure partie du CA est réalisée avec le rayon boucherie-charcuterie (la viande est vendue sous vide), qui représente à peu près 50% des ventes.

Plusieurs rayons posent davantage de difficultés :

- **Le rayons fruits et légumes** est « beaucoup plus compliqué à cause des capacités d'approvisionnement limitées » : « il y a peu de fruits différents, on a des pommes et des poires, mais très peu. Pour ce qui est des légumes de saison c'est très restrictif, et presque tout vient de Nevers, des Jardins de la Baratte » - et de façon plus marginale de « cinq petits producteurs qui cultivent dans leur jardin et constituent un complément ».
- **L'approvisionnement en œuf**, pourtant « incontournable », est également difficile : « Il nous est impossible de trouver des œufs plein air en local. Je ne parle même pas du bio : les seuls producteurs qui en ont n'ont pas les agréments suffisants pour vendre à des revendeurs. Alors on doit aller s'approvisionner dans l'Allier ».

Si l'essentiel du CA est réalisé via les **ventes en magasin**, le **Marché du petit Léo a également d'autres activités** (plus marginales d'un point de vue économique) :

- **Des corbeilles de paniers locaux** proposés par les municipalités à l'occasion des fêtes de fin d'année ou par des comités d'entreprise – une activité mise en place lors des confinements et qui représente environ 25,000 euros de CA en 2021
- **Il intervient également parfois, « de façon très occasionnelle », dans des marchés, salons artisanaux, événements associatifs** – mais « ça ne joue pas beaucoup sur le chiffre d'affaires ».
- **Il fournit également « deux collègues (Dornes, Imphy) et le restaurant scolaire de Saint-Léger** qui, une fois par mois à peu près, demande de quoi faire un repas local » - même si les approvisionnements sont parfois compliqués : « je peux répondre aux demandes sur le porc, quelle que soit la quantité, mais quand on me demande 60 kilos de Bourguignon, là c'est impossible. Pareil pour les légumes, je suis incapable de trouver les quantités ».

**Pour Guy Leblanc, les personnes qui passent par Agrilocal « sont de moins en moins nombreuses »** : « les collègues avec qui je travaille me passent leur commande par SMS en précisant ce qu'il leur faut pour telle date. Les consultations que je reçois via Agrilocal viennent de collègues du Cher et de l'Allier, chez qui je ne peux pas aller parce qu'ils sont à plus de 60 km et que je n'ai pas de véhicule frigorifique. Ou alors c'est la Cuisine des Césars, mais là les quantités sont hors de portée pour moi ».

## ■ 2. Prise de commande et livraison

**Les commandes pour la semaine sont réalisées le dimanche, par SMS** (à l'exception des petits producteurs de fruits et légumes qui apportent leurs

produits spontanément, au fil de l'eau, en fonction de leurs disponibilités – et qui sont achetés ou non selon les besoins).

**Aucun outil numérique n'est utilisé**, à part Agrilocal - de façon très épisodique.

La livraison est réalisée soit directement par les producteurs, soit par transporteurs.

### ■ 3. Idées et pistes de travail

Guy Leblanc identifie plusieurs freins actuels au développement des approvisionnements locaux dans la restauration collective :

- D'abord **le manque de budget des cantines** : *« aujourd'hui, tout le monde me dit dans les collèges "on ne peut pas commander plus, on n'a plus les moyens". Tout s'organise autour des budgets ».*
- Ensuite **le manque de souplesse d'Agrilocal** : *« La plateforme est bien faite, c'est facile d'utilisation pour le suivi des commandes, le paiement des factures, etc. Mais le problème avec Agrilocal c'est que vous avez juste le choix entre : vous répondez à une sollicitation ou pas. Alors que quand on discute avec les gens on trouve toujours des arrangements. Le dialogue est essentiel. ».*

Nous remercions la Fondation Carasso pour leur soutien au projet Nièvre Circuits Courts 4.0

État des lieux sur les circuits courts alimentaires dans la Nièvre et leurs usages des outils numériques  
Novembre 2022 - Étude et rédaction : Clémence Berlingen - Samuel Feller - Association Open Food France  
<https://www.openfoodfrance.org/> - [info@openfoodfrance.org](mailto:info@openfoodfrance.org) • Graphisme : Béatrice Boutignon - [b.boutignon@gmail.com](mailto:b.boutignon@gmail.com)