



Université de Poitiers – U.F.R. Sciences économiques



Mémoire de stage rédigé et soutenu par

Jean-Baptiste SORTEIX

Master 2 Professionnel « Développement Economique Local »

FILIERES LOCALES D'APPROVISIONNEMENT ET DEVELOPPEMENT RURAL

Quelle contribution de la restauration
collective à l'essor des circuits de proximité
dans le Gâtinais français ?

Tutrices de stage

Julia MANAQUIN

Chargée de mission LEADER

Parc naturel régional du Gâtinais français

Christine AUBRY

Ingénieure de recherche

INRA UMR SAD-APT



Tuteur enseignant

Jacques MATHE

Professeur associé à l'Université de Poitiers

Année universitaire 2010-2011



Université de Poitiers – U.F.R. Sciences économiques



Mémoire de stage rédigé et soutenu par

Jean-Baptiste SORTEIX

Master 2 Professionnel « Développement Economique Local »

FILIERES LOCALES D'APPROVISIONNEMENT ET DEVELOPPEMENT RURAL

Quelle contribution de la restauration
collective à l'essor des circuits de proximité
dans le Gâtinais français ?

Tutrices de stage

Julia MANAQUIN

Chargée de mission LEADER

Parc naturel régional du Gâtinais français

Christine AUBRY

Ingénieure de recherche

INRA UMR SAD-APT



Tuteur enseignant

Jacques MATHE

Professeur associé à l'Université de Poitiers



Le stage, support de ce mémoire, a bénéficié du soutien
du Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural,
à travers le programme Leader.

Programmation 2007-2013

REMERCIEMENTS

Je souhaite remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont soutenu et aidé dans ma réflexion, et dans la construction de ce mémoire.

Je commence par mes tutrices : Julia Manaquin, toujours présente pour répondre à mes questions et me rassurer, me recadrer parfois, et qui m'a épaulé au quotidien ; Christine Aubry, pour ses conseils, sa disponibilité et son enthousiasme ; enfin Ségolène Darly, pour ses encouragements et ses nombreuses réflexions sur mon travail. Je remercie aussi Jacques Mathé, mon tuteur enseignant, qui connaît particulièrement bien le sujet de ce mémoire, pour ses remarques avisées.

Je voudrais aussi remercier Madame Guilmault, Directrice du Parc et Monsieur Charpentier, chef du pôle Développement local pour la confiance qu'ils m'ont accordé, ainsi que tous les élus qui m'ont accueilli pour mener mes enquêtes, et plus particulièrement Monsieur Boussaingault, Président du Parc.

Enfin, un grand merci à toute l'équipe du Parc pour son soutien quotidien et sa bonne humeur, ainsi qu'aux autres stagiaires du Parc et de l'INRA, notamment Marion, avec qui j'ai partagé un bureau pendant cinq mois.

SOMMAIRE

Avant-propos	1
INTRODUCTION	3
PARTIE I : CARACTERISATION DE LA DEMANDE EN PRODUITS DE PROXIMITE PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE : CONTEXTE ET METHODE	7
Section I.I : Le cadre d'analyse des circuits de proximité.....	8
Section I.II : La demande en produits de proximité par la restauration collective : Questions de recherche et hypothèses.....	23
Section I.III : Méthodologie pour l'étude de la demande en produits de proximité par la restauration collective.....	30
PARTIE II : RESULTATS DE L'ETUDE : QUELLE DEMANDE DES RESTAURANTS COLLECTIFS DU GATINAIS FRANÇAIS EN PRODUITS LOCAUX ?	38
Section II.I : Le fonctionnement des restaurants collectifs.....	39
Section II.II : La perception des produits locaux par les acteurs de la restauration collective	50
Section II.III : La nature de la demande en produits locaux par la restauration collective du Gâtinais français.....	57
LA MATRICE SWOT : Atouts et contraintes quant à la possibilité d'introduire des produits locaux en restauration collective.....	72
PARTIE III : PROXIMITE ORGANISEE ET ROLE DU PARC DANS LA VALORISATION DES PRODUCTIONS LOCALES	75
Section III.I : L'établissement de relations personnelles comme stratégie de développement des circuits courts <i>via</i> la restauration collective	76
Section III.II : Le Parc, instrument d'intermédiation entre producteurs et restaurants collectifs dans le Gâtinais français	80
CONCLUSION	87
Références bibliographiques	90
Annexes	95

LISTE DES ACRONYMES

AB :	Agriculture biologique
AP-HP :	Assistance Publique – Hôpitaux de Paris
AOP :	Appellation d’Origine Protégée
AMAP :	Associations pour le Maintien d’une Agriculture Paysanne
Bio :	Par commodité, Produit issu de l’agriculture biologique
BOF :	Beurre – Œuf - Fromage
CCIP :	Chambre de commerce et d’industrie de Paris
CSA :	<i>Community Supported Agriculture</i>
DRIAAF :	Direction régionale et interdépartementale à l’alimentation, à l’agriculture et à la forêt d’Ile-de-France
DSP :	Délégation de service public
EHPAD :	Etablissement d’hébergement pour personnes âgées dépendantes
GAL :	Groupe d’Action Locale
GEMRCN :	Groupe d’Etude des Marchés Restauration Collective et Nutrition
GMS :	Grandes et moyennes surfaces
GPEM/DA :	Groupe permanent d’étude des marchés de denrées alimentaires
HACCP :	<i>Hazard Analysis Critical Control Point</i> (Analyse des dangers et points de critiques pour leur maîtrise, en Français)
IAURIF :	Institut d’aménagement et d’urbanisme de la Région Ile-de-France
IGP :	Indication Géographique Protégée
OIN :	Opération d’intérêt national
PNA :	Programme national pour l’alimentation
PNR :	Parc naturel régional
PVC :	Points de vente collectifs
SRC :	Société de restauration collective
Matrice SWOT :	Matrice <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces, en Français)
VPC :	Vente par correspondance

AVANT-PROPOS

L'ÉTUDE REGIONALISEE LANCEE PAR LA DRIAAF DEBUT 2010

La DRIAAF a lancé une étude d'identification de la demande en produits de proximité par la restauration collective après plusieurs rencontres du groupe de travail « Alimentation et territoire » du Comité régional de l'offre alimentaire¹. Son objectif est « *de définir les attentes de la restauration collective francilienne et de développer des actions convergentes en lien avec les producteurs agricoles et les opérateurs de l'agro-alimentaire locaux* » en essayant « *le plus possible de quantifier [son] potentiel d'absorption de produits [...] locaux* » [DRIAAF, 2010, p. 1]. En ce sens, elle vise toutes les formes de restauration collective, dans tous les secteurs (enseignement, santé-social et travail) et sous les deux statuts, public et privé. Elle se veut ainsi la plus exhaustive possible. Cette Etude s'articule autour de trois axes, constituant trois volets interdépendants.

Les *enquêtes d'experts* constituent le premier axe de travail de l'Etude et doivent permettre de recenser les pratiques de la restauration collective et les stratégies que les acteurs mettent en œuvre pour son développement. Le groupe d'experts, réuni par TECOMAH, est représentatif de la filière et son audition doit permettre une meilleure compréhension de ce type de restauration dans toute sa diversité et dans son évolution. Dans ce but, chaque maillon est analysé, permettant d'appréhender la dynamique de la filière, les contraintes et opportunités agissant sur les décisions d'investissement des acteurs, et « *l'élaboration de scénarii d'évolution de la filière* » [DRIAAF, *Idem.*, p. 3].

Recensement et étude large : Le deuxième axe de l'Etude doit permettre de « *quantifier et [de] formaliser la demande potentielle pour des produits issus des producteurs franciliens* ». TECOMAH² en est aussi chargée. Cet axe est réalisé grâce à la création d'une base de données recensant, autant que faire se peut, les principaux lieux de restauration collective en Ile-de-France selon une typologie « enseignement, santé-social, travail ». A partir de ce recensement, TECOMAH lance une étude large auprès d'environ 1300 restaurants collectifs, sur toute la Région : « *Les contacts seront interrogés sur leurs attentes, selon un*

¹ Lui-même piloté par la DRIAAF.

² TECOMAH est une école de la CCIP. Elle forme aux métiers de l'environnement. La recherche opérationnelle y est valorisée au sein du Département RDE (Recherche Développement Entrepreneuriat).

questionnaire conçu à partir des conclusion de l'analyse de filière réalisée auprès des experts » [DRIAAF, *Ibidem.*, pp. 3-4].

Les volets territoriaux : Le troisième axe vise à analyser une éventuelle mise en œuvre opérationnelle à l'échelle des territoires. A ce titre, cinq territoires sont sélectionnés au fil des réunions du groupe de travail, selon un gradient urbain-rural permettant d'appréhender les territoires, leur perception du « produit local » et de la restauration collective dans toute leur diversité. Fin 2011, les cinq territoires étudiés sont le PNR du Vexin français et le Triangle vert des Villes maraîchères du Hurepoix en 2010, le PNR du Gâtinais français, le 10^{ème} arrondissement de Paris et l'OIN Seine-Aval en 2011. Tous, à l'exception de l'OIN, sont suivis par l'équipe Proximités de l'INRA UMR SAD-APT³.

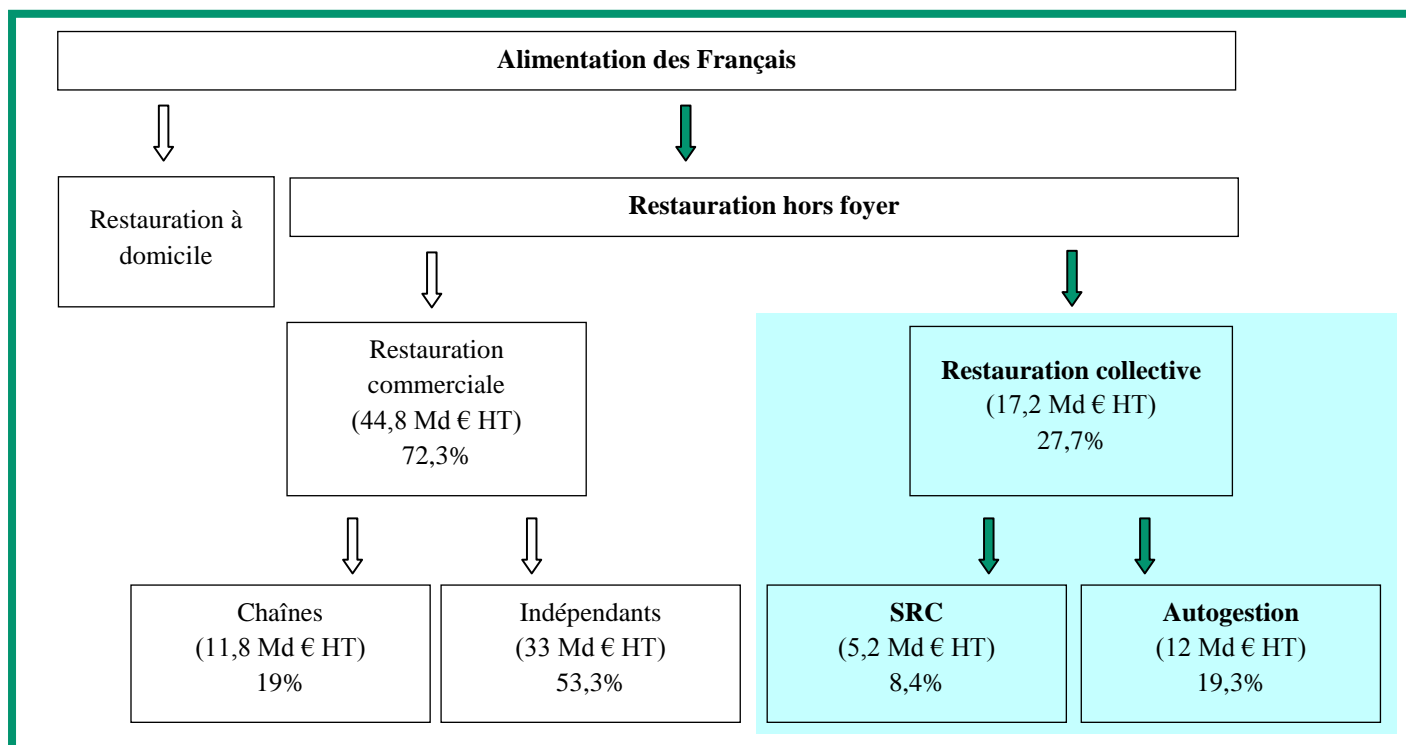
³ L'Unité Mixte de Recherche « Sciences Action Développement – Activités Produits Territoires » (UMR SAD-APT) de l'INRA regroupe quatre équipes de recherche, parmi lesquelles l'équipe Proximités qui poursuit des travaux sur deux axes : « Conflits et usages de l'espace » (Responsable : A. Torre), et « Agricultures de proximité » (Responsable : Ch. Aubry).

INTRODUCTION

L'évolution des modes d'alimentation des Français

La part du budget consacré à l'alimentation ne cesse de diminuer en France depuis 1960, passant de 25% à 12% en 2006. Les Français, disposant de revenus plus importants, mangent plus, mais consacrent aussi une part plus importante de leur budget aux dépenses non alimentaires. Cette évolution s'accompagne d'un accroissement de la consommation de plats préparés à base de viande, poisson ou légumes, au détriment de celle d'aliments bruts. Elle progresse ainsi constamment et atteint 41% en 2006. Les achats des ménages progressent aussi fortement en faveur de la viande et diminuent en ce qui concerne les légumes [BESSON, 2008]. On observe ainsi une baisse de la part du produit agricole brut dans ce qui est vendu au consommateur.

Figure 0.1 : La répartition du chiffre d'affaire des différents types de restauration en 2007



Source : données 2007 FranceAgriMer et Comptabilité, INSEE ; cité dans CREDOC (2010), *Les achats de produits carnés en restauration hors foyer en France*, Salon international de l'agriculture, 2 mars, p. 4.

Cette industrialisation de l'alimentation des Français est concomitante d'un autre phénomène : les convives mangent moins chez eux, et prennent de plus en plus des repas à l'extérieur. En effet, les consommateurs sont toujours plus mobiles, leur nourriture les accompagne. Ainsi, les repas hors domicile représentent un repas sur 7 en 2008 [RONEY et MOUQUET, 2009]. La restauration hors foyer comprend la restauration commerciale, restaurants et *fast-foods*, et la restauration collective. La première représente près des trois quarts du chiffre d'affaires de la restauration hors foyer [Cf. Figure 0.1].

La restauration collective, dite aussi restauration sociale, représente le quart restant. Les deux tiers des restaurants fonctionnent en régie directe (68%), le reste étant géré en délégation par des sociétés de restauration collectives (SRC) comme Sodexo ou Elixor⁴. Le désengagement de l'Etat et des collectivités locales dans le secteur dans les années 1980 a permis l'émergence de ces sociétés⁵. Elles s'appuient sur une bonne logistique pour livrer des millions de repas par jour, et sur des centrales d'achats qui comparent les prix de produits bruts. Des grossistes leur vendent ces produits au meilleur prix, sans égard pour leur qualité. Les plats sont préparés dans des cuisines centrales, dont le fonctionnement est très industrialisé. De plus, des entreprises qui géraient auparavant leur restaurant se sont aussi recentrées sur leur cœur de métier pour laisser le soin à des sociétés spécialisées de préparer les repas de leurs salariés. Enfin, la baisse du temps consacré au déjeuner y concourt aussi largement.

Un retour vers une alimentation saine et de proximité ?

De nouvelles préoccupations se développent pourtant chez le consommateur depuis quelques années. En effet, celui-ci est de plus en plus inquiet pour sa santé face à la multiplication des scandales sanitaires (dont la bactérie *E. coli* est le dernier en date). Il souhaite aussi bénéficier d'une alimentation de meilleure qualité et lutter contre la dégradation de l'environnement. Ces préoccupations se retrouvent dans l'essor que prennent les circuits courts. Le développement des AMAP ou celui de la vente directe en sont des exemples [CHIFFOLEAU, 2008 ; *in* MARECHAL, 2008].

Les filières locales d'approvisionnement, notamment à destination de la restauration collective, participent de cette considération en faveur du développement durable. En effet, de nombreux projets voient le jour en ce sens, en Ile-de-France ou ailleurs (achats de produits bio

⁴ Site web de CCC France : <<http://www.ccc-france.fr/index.php?page=200>>. Consulté le 08 septembre 2011.

⁵ Des communes notamment, qui ne peuvent plus financer des équipements spécifiques, de plus en plus onéreux.

locaux en Essonne, Communauté d'agglomération de Lorient, celle de Rennes, etc.), de manière régulière ou occasionnellement (durant la « Semaine du goût » par exemple). D'autant que la loi Grenelle I de 2009 insiste à l'article 48, alinéa e) sur l'exemplarité de l'Etat et de toutes les « collectivités publiques » en ce qui concerne l'approvisionnement de leurs restaurants collectifs. La loi précise que les commandes de produits biologiques doivent représenter 15% des commandes en 2010, puis 20% en 2012. Le texte insiste aussi sur l'obligation d'introduire des « *produits saisonniers, des produits à faible impact environnemental eu égard à leurs conditions de production et de distribution, des produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine ou des produits issus d'exploitations engagées dans une démarche de certification environnementale* » dans des proportions identiques. La loi ouvre ainsi un marché potentiel pour les producteurs locaux : celui de la restauration collective publique.

Or l'offre de produits locaux et leur demande par les restaurants collectifs se définissent actuellement par un problème d'appariement. La proximité géographique qui caractérise *a priori* certains restaurants collectifs du Gâtinais français avec des producteurs locaux ne s'accompagne pas d'une proximité organisée quelle qu'elle soit, même temporaire. Ce faisant, comment faire en sorte que cette offre et cette demande se rencontrent ? Quelles modalités peuvent être envisageables pour favoriser le contact entre les deux parties ?

L'enjeu du mémoire, à partir d'hypothèses successives, est de montrer que le Parc, et/ou toute autre institution locale pertinente, peut permettre l'édification ou la consolidation de cette proximité organisée en levant les contraintes perçues par les acteurs de la restauration collective. Retrouvée, cette proximité organisée peut se manifester à travers, par exemple, la création de plateformes réelles ou virtuelles, logistiques, administratives ou productives (cas des ateliers de transformation). Ces lieux de rencontres et d'échanges assurent la création ou l'accroissement de relations entre les deux parties, la restauration collective contribuant ainsi à l'essor des productions locales sur le territoire.

La première partie présente le contexte de l'étude et la méthode utilisée. L'analyse de la demande en produits de proximité par la restauration collective porte sur un échantillon représentatif des restaurants sur un périmètre d'étude bien défini, dans le Gâtinais français. La récolte des données s'effectue à partir d'un guide d'entretien. Des questions de recherche et des hypothèses sont préalablement posées, questions auxquelles on répondra dans la

deuxième partie. Celle-ci vise à déterminer la nature de cette demande, à la fois en ce qui concerne le type de produits et leur qualité. Il s'agit aussi d'estimer les volumes d'achats potentiels par les restaurants collectifs du Gâtinais français. Un accent particulier sera porté sur leur fonctionnement et sur la perception des produits locaux par les chefs de cuisine et gestionnaires. Enfin, la dernière partie du mémoire discute des résultats énoncés précédemment, et les met en perspectives. Elle doit permettre d'en montrer la portée et constitue une source de proposition pour favoriser l'approvisionnement local des restaurants collectifs du Gâtinais français.

PARTIE I

CARACTERISATION DE LA DEMANDE EN PRODUITS DE PROXIMITE PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE :

CONTEXTE ET METHODE

Les produits locaux et circuits de distribution de proximité sont très appréciés des Franciliens. Selon une enquête menée par les Chambres d'agriculture d'Ile-de-France, ils se fournissent de préférence en « produits fermiers » sur les marchés forains et à la ferme (57 % des réponses). On observe également une plus forte fréquence d'achat chez les sondés habitant en Seine-et-Marne (plus rurale) que partout ailleurs dans la région [Collectif, 2007]. Le territoire étudié, et qui comprend le Parc dans son ensemble, est dans sa grande majorité à dominante rurale. Il est aussi constitué d'une population globalement plus riche que la moyenne des départements de l'Essonne et de la Seine-et-Marne [IAURIF, 2007]. Il constitue ainsi un terrain propice à l'analyse de la demande en produits locaux par la restauration collective, elle-même très présente avec près de 200 établissements.

Après avoir établi un cadre d'analyse de l'étude (Section I.I), il est nécessaire d'élaborer les hypothèses de travail nécessaires à cette analyse de la demande en produits locaux (Section I.II). Enfin, la Section I.III présente les outils méthodologiques indispensables à l'analyse.

SECTION I.I : LE CADRE D'ANALYSE DES CIRCUITS DE PROXIMITE

Les circuits de proximité se caractérisent par une grande diversité (1.), parmi laquelle la vente à la restauration collective, en plein essor, peut être la source du développement de la filière (2.), circuits courts qui peuvent être analysés par le biais de l'économie de la Proximité (3.).

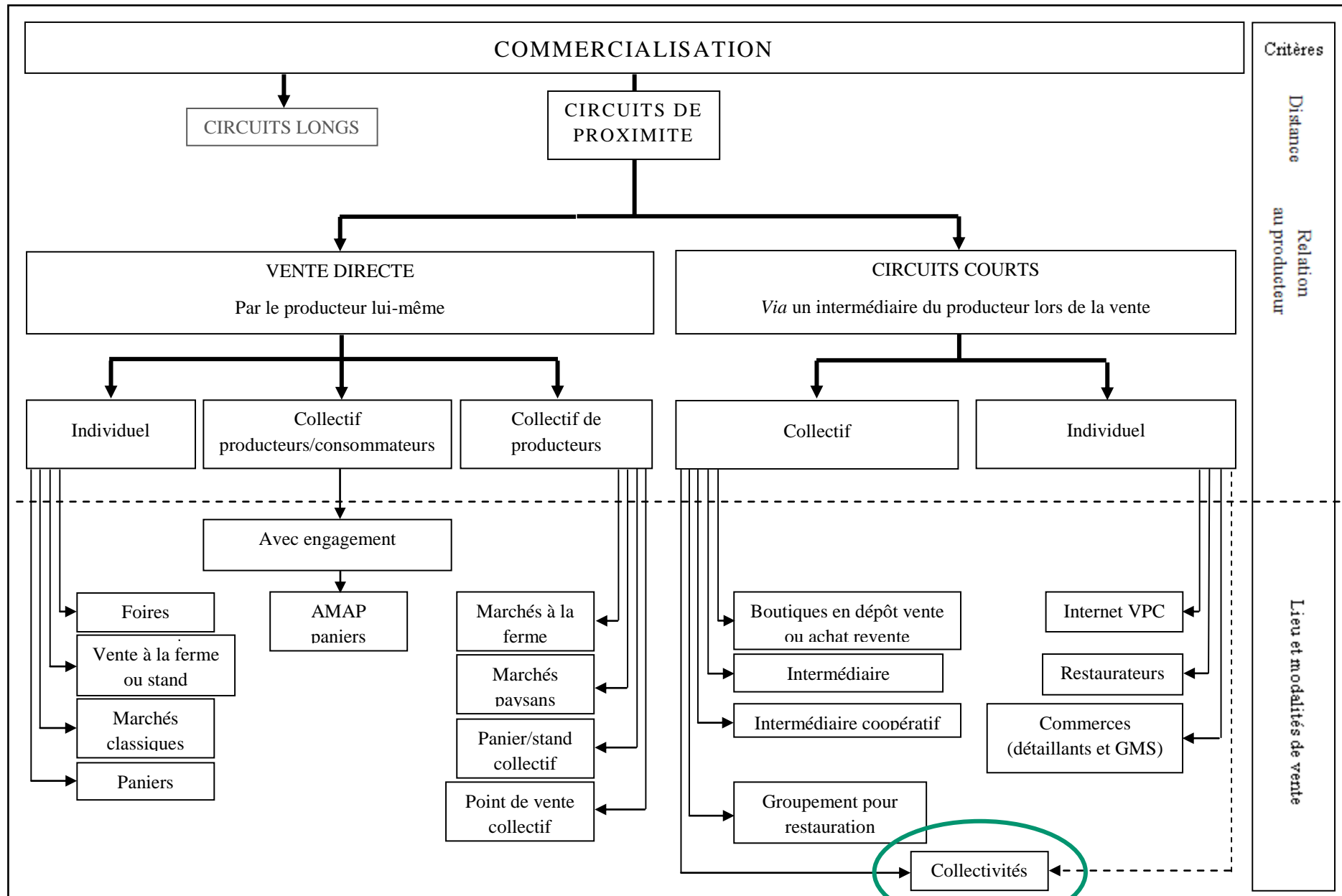
1. La diversité des formes de circuits courts

Un circuit court peut être défini comme « *un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire* » [MAP, 2009]. Cette définition s'avère très vaste et il semble nécessaire de préciser certains critères réglementaires et socio-économiques dans le but de bien cerner les formes de commercialisation qui relèvent ou pas de circuits courts [Cf. Annexe 1]. D'autant que le Ministère prévoit la création d'une réglementation spécifique à ce type de vente [MAP, 2011, p. 33] qui comprend une grande variété de formes entre vente directe (a.) et indirecte (b.).

a. La vente directe

La vente directe, comme son nom l'indique, se caractérise par l'absence d'intermédiaire entre producteur et consommateur, et s'appuie sur trois types de modes de vente : individuel, collectif et collectif mixte [Cf. Figure I.1]. Les foires, ventes à la ferme ou sur un stand, les marchés classiques et les paniers sans engagement sont des modes de vente individuels. Le producteur est seul à proposer ses produits à la vente. Ces mêmes modes de commercialisation directe trouvent leurs pendants collectifs : marchés à la ferme, marchés paysans, paniers et/ou stands collectifs, points de vente collectifs...

Figure I.1 : Typologie des circuits de commercialisation



Source : adapté de CHAFFOTTE et CHIFFOLEAU (2007)

Parmi les différents modes de vente directe, le marché de détail est le mode de vente le plus ancien et le plus courant en France. 15% des communes françaises disposent d'au moins un marché dans la semaine. Certains sont directement gérés par les mairies, les producteurs bénéficiant de ces circuits de commercialisation relativement accessibles doivent cependant fidéliser leur clientèle pour espérer vendre leur production. D'autres peuvent être gérés collectivement par des producteurs ou des associations de producteurs, ils sont plus difficilement abordables par ils imposent d'appartenir au « club » des organisateurs. Ils n'en restent pas moins intéressants. Ils permettent une véritable relation directe entre le consommateur et le producteur [SCHMUTZ-POUSSINEAU, 2008 ; in MARECHAL, 2008].

La vente directe à la ferme « *est certainement le mode de commercialisation le plus court possible puisque par définition il s'agit de vendre directement ses produits fermiers sur le site de production, directement du producteur au consommateur* »¹ [VILLARD, 2008 ; in MARECHAL, *Idem.*]. Elle se décline à la fois sur un mode individuel et collectif (plusieurs producteurs pouvant se regrouper pour ne former qu'un seul stand). Certaines formes particulières de vente à la ferme se développent, notamment le libre-service. Le contact entre producteurs et consommateurs est sans doute l'un des facteurs qui a permis le développement de ce type de vente, permettant la valorisation des produits locaux.

Autre mode de commercialisation, les points de vente collectifs (PVC) se caractérisent par la présence constante, sur le lieu de vente, d'au moins un producteur, par la vente de produits bruts ou élaborés par les seuls agriculteurs participant au point de vente, et par une gestion collective du lieu de vente. Trois statuts sont possibles : la SARL, la coopérative ou l'association loi 1901. Ces PVC bénéficient très souvent d'une clientèle fidèle et régulière : « *la présence des producteurs à la vente [...] est pour les clients un gage de confiance, permet des échanges* » [MONTET, 2008 ; in MARECHAL, *Ibidem.*].

Une forme particulière de vente directe se développe depuis quelques années en France : les AMAP (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne). Elles s'inspirent des *teikei* japonais et des *Community Supported Agriculture* (CSA) américaines. L'initiative peut émaner indifféremment des producteurs ou des consommateurs. Mais elles fonctionnent sur un mode de vente collectif mixte : un ou des agriculteurs se regroupent avec des consommateurs, ces derniers s'engagent, en payant à l'avance, à acheter les produits (souvent des produits bruts) des premiers [AUBREE, 2008 ; in MARECHAL, *Ibidem.*]. Ces initiatives rapprochant producteurs et consommateurs autour de valeurs partagées

¹ Souligné par l'auteur.

(responsabilité économique, sociale et écologique des acteurs) sont en pleine expansion et se veulent une alternative au système alimentaire intensif global dominant [DEVERRE et LAMINE, 2010].

b. La vente indirecte : des circuits courts *stricto sensu*

Suivant la typologie de CHAFFOTTE et CHIFFOLEAU [*Op. Cit.*], contrairement à la vente directe les modes de vente relevant des circuits courts au sens strict ne nécessitent pas la présence obligatoire d'un producteur ou l'absence totale d'intermédiaire. En effet, il existe, sur un mode collectif, il existe des boutiques en dépôt-vente ou d'achat-revente et des groupements pour la restauration ; les producteurs peuvent aussi faire appel à des intermédiaires associatifs ou coopératifs qui revendront eux-mêmes, directement, aux consommateurs. Basés sur un mode individuel, les ventes par correspondance ou par Internet, la vente à des restaurateurs ou à des commerces (détaillants ou grandes surfaces) s'affichent de plus en plus en France. Tous ces modes de commercialisation sont très bien implantés en Ile-de-France [*Cf. Annexe 2*].

Un dernier type de circuit court tend à se développer, la vente à la restauration collective. Souvent vue comme un levier en faveur du développement local et de la valorisation des produits locaux, elle est en plein essor. Or il existe de nombreux modes de fonctionnement de la restauration collective qu'il convient d'expliquer.

2. Les modes de fonctionnement des restaurants collectifs

Jouant un rôle social non négligeable, la filière est très règlementée, tant en ce qui concerne l'hygiène, la propreté des locaux ou les règles d'entreposage, de transformation et de transport des denrées qu'en matière nutritionnelle. La traçabilité des denrées, du lieu de production à celui de consommation s'est fortement accrue, à cause notamment de crises sanitaires à répétition, depuis les années 1990. De plus, les cuisines des restaurants doivent suivre les normes HACCP², et obtenir des agréments sanitaires, des contrôles étant effectués par les autorités vétérinaires³. La qualité sanitaire des aliments et le respect de certaines normes sont ainsi vérifiés dès leur livraison en cuisine (prise de températures, etc.). Par

² Même s'il ne constitue qu'un outil de travail dont s'inspire la législation française et européenne. Hazard Analysis Critical Control Point (Analyse des dangers et points de critiques pour leur maîtrise, en Français).

³ Le texte principal est l'Arrêté du 29 septembre 1997 fixant les conditions d'hygiène applicables dans les établissements de restauration collective à caractère social.

ailleurs, le GEMRCN⁴ a pour objectif d'améliorer la qualité nutritionnelle des repas servis et recommande des portions minimales par population convive des restaurants collectifs, en fonction de l'âge et de l'état de santé du convive, et a pour objectif d'améliorer la qualité nutritionnelle des repas servis, principalement des secteurs de l'enseignement et santé-social.

a. La clientèle des restaurants collectifs est très variée

La restauration collective comprend quatre grands types de marchés : celui des cantines scolaires (de la maternelle au supérieur), les restaurants administratifs publics (Conseils généraux et régionaux, d'État, etc.), le secteur santé-social (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite) et les restaurants d'entreprises [Cf. Tableau I.1]. La typologie de ces restaurants s'effectue d'abord en fonction de leur statut (public ou privé) pour bien distinguer les restaurants d'entreprises dont le fonctionnement est libre des contraintes des marchés publics (mais pas des règles sanitaires et nutritionnelles). Il en va de même pour les maisons de retraite, cliniques, crèches, et écoles privées, même si elles sont soumises à de nombreux contrôles des autorités publiques *via* l'Agence régionale de la santé et les Rectorats notamment.

**Tableau I.1 : La répartition des types de restaurants collectifs
en fonction du statut et du secteur d'intervention**

		STATUT	
		Public	Privé
SECTEUR	Enseignement	Écoles, collèges, lycées, restaurants universitaires gérés par les CROUS	Écoles, collèges, lycées, grandes écoles privées
	Santé-Social	Crèches, centres de loisirs, hôpitaux, maisons de retraite et assimilés, centres pénitenciers	Crèches, centres de loisirs, cliniques, maisons de retraite et assimilés
	Travail	Administrations et cercles mixtes ⁵	Entreprises

Les restaurants collectifs publics sont répartis en fonction de leur activité : enseignement (restaurants des écoles, collèges, lycées et universités), santé-social (hôpitaux, crèches, centres de loisirs, etc.) et travail (restaurants administratifs et cercles mixtes).

⁴ Groupe d'Etude des Marchés Restauration Collective et Nutrition.

⁵ Les cercles mixtes sont des établissements publics à caractère administratifs placés sous la tutelle du Ministère de la Défense. Ils ont une vocation sociale et culturelle, et disposent souvent d'un restaurant. Les militaires officiers, sous-officiers et militaires du rang, en activité, en sont membres de droit.

A cette grande variété des statuts et des secteurs d'activité des restaurants collectifs s'ajoute une grande diversité des convives, en termes de catégories socioprofessionnelles, en termes d'âge, ou en termes de degré de captivité vis-à-vis des restaurants collectifs. Ainsi, un bébé en crèche ou un collégien demi-pensionnaire ne mange pas la même chose (en quantité et en qualité) qu'une personne âgées fortement dépendante placée en maison de retraite, ou un cadre ayant des revenus confortables.

Les convives des restaurants collectifs peuvent être plus ou moins captifs. Cette captivité est due à l'impossibilité, pour le commensal, de changer de restaurant. Il en va ainsi des prisonniers d'un centre pénitencier ou des patients d'un hôpital, d'un EHPAD. Les écoliers et collégiens peuvent aussi constituer une clientèle captive dans la mesure où, dès lors qu'ils sont inscrits en demi-pension, ils sont *a priori* obligés de manger au restaurant scolaire. Tous les convives des restaurants collectifs ne sont pas captifs. Ainsi, un cadre d'une grande entreprise, n'est pas obligé de prendre ses repas dans son restaurant inter-entreprise habituel. Il peut aller manger ailleurs, s'il le souhaite, en a les moyens financiers et/ou le temps. L'âge apparaît comme un des principaux critères de variabilité de la captivité des commensaux. Ainsi la diversité des populations à nourrir impose l'existence de nombreuses formes de restauration collective.

b. Les modes de gestion de la restauration collective

Comme toutes les commandes émanant de l'Etat, des collectivités territoriales et de leurs établissements respectifs, la restauration collective publique obéit au Code des marchés publics. A ce titre, elle se voit imposer des conditions d'achat de fournitures et/ou de services très particulières visant à assurer une parfaite concurrence entre acteurs privés en tant que potentiels fournisseurs. Il existe ainsi différents modes de gestion des restaurants, suivant qu'ils sont gérés directement par la puissance publique ou par un prestataire⁶.

Diversité des modes de gestion

Les autorités publiques ayant la charge d'un restaurant collectif disposent d'un choix entre la gestion directe et la délégation de service public (appelée prestation de service dans le cas d'une structure privée). Ces deux modes de gestion sont très différents. Le terme de *gestion directe*, ou autogestion, est utilisé quand la collectivité confie la préparation des repas

⁶ Les modes de gestion des restaurants collectifs présentés ci-dessous ci-après ne sont valables que pour les restaurants sous statut public ; les restaurants privés ne répondent pas à cette dénomination, mais peuvent avoir des modes de fonctionnement similaires.

à une structure interne (régie, Syndicat intercommunal, etc.). Cette structure gère ainsi l'organisation, l'approvisionnement et le fonctionnement du ou des restaurants dont elle a la charge. Elle suppose un nombre de salariés suffisant et suffisamment qualifiés pour appliquer les normes d'hygiène et de sécurité – drastiques – inhérentes au fonctionnement du restaurant. Outre le service public en tant que tel, la collectivité assume aussi l'investissement initial ainsi que l'entretien des locaux et du matériel. Concrètement, deux types d'organisation des restaurants en régie directe existent, en fonction du nombre de convives et de restaurants gérés par cette même collectivité : la restauration peut être directe ou différée. Ainsi, soit la structure cuisine sur place, au sein même du restaurant, les produits qu'elle achète (restauration directe) ; soit elle prépare les repas dans une cuisine centrale, et les expédie à des cuisines satellites (restauration différée, *Cf. Infra*). Dans les deux cas, le personnel de la cuisine centrale est employé par la collectivité [FORESTIER, 2002].

Trois types de *délégation de service public* (DSP) sont majoritairement utilisés par les collectivités [GPEM/DA, 2005]. La *régie intéressée* consiste à faire appel à un prestataire extérieur, le plus souvent une société privée. Cette société de restauration collective (SRC) fournit des repas « tout prêts » à la collectivité qui gère le service. Le personnel chargé de la production des plats est employé par le prestataire, celui chargé du service par la collectivité. Contrairement aux autres modes de délégation, le prestataire n'assume en aucune manière le risque de pertes financières ni la responsabilité de l'exploitation (puisque'il n'exploite pas directement sur le site du restaurant, la production s'effectuant toujours dans une cuisine centrale lui appartenant). Le prestataire est payé par la collectivité pour les repas fournis, sur la base d'un tarif négocié lors de la passation de marché public.

Le *contrat d'affermage* est un contrat par lequel le délégataire, dénommé le fermier, est chargé de l'exploitation du service public, pendant une période déterminée, dans des installations financées et réalisées par la collectivité. Le fermier règle une redevance d'affermage en contrepartie de l'utilisation des installations mises à sa disposition. Ses revenus se composent des redevances directement perçues des usagers, selon un tarif fixé par la collectivité, et d'une subvention de la collectivité correspondant à la différence entre la redevance perçue et le coût contractuel de revient de l'exploitation du site. Le personnel de cuisine est salarié du prestataire. En général, la prestation consiste en la préparation des repas dans la cuisine même du restaurant, ces derniers étant consommés sur place ou livrés en liaison chaude. La livraison à partir d'une cuisine centrale appartenant au prestataire existe aussi, mais reste rare.

La concession de travaux et de service public va encore plus loin que l'affermage puisque la concession ne consiste plus seulement en l'exploitation de locaux existants mais aussi au financement et à la réalisation des installations du service. Son exploitation s'étale sur plusieurs décennies, et la rémunération du prestataire est identique à celle du contrat d'affermage, à savoir une redevance payée par les usagers accompagnée d'une subvention versée par la collectivité.

La restauration différée : liaison chaude ou liaison froide ?

Si la collectivité choisit un système de restauration différée, la livraison des repas s'effectue soit par liaison froide, soit par liaison chaude. Elles se ressemblent fortement sauf en ce qui concerne le conditionnement et le transport des repas [Cf. Annexe 3]. La première reste la plus utilisée : les plats sont préparés dans une cuisine centrale (par un prestataire ou une autre collectivité) et y sont refroidis (+ 3° C maximum) grâce à des cellules de refroidissement en moins d'une heure. Ils sont expédiés, maintenus à très basse température, dans les restaurants dont le délégataire assure la prestation. Les plats y sont alors réchauffés. La liaison chaude, quant à elle, consiste en la livraison de plats préparés, chauds et conservés à très haute température (+ 63° C constamment entre la fin de la production et le service dans le restaurant, après livraison). Ce mode de liaison est plus difficile à mettre en place et s'avère plus onéreux : c'est pourquoi il est moins utilisé. Pour chaque mode de préparation, les plats (chauds ou froids) doivent être consommés, donc servis, dans des délais très limités. Contrairement à la restauration directe, le choix d'un système de restauration différée interdit la conservation des plats au-delà de 24 heures à après leur production. Notons d'ailleurs que l'existence de ces différents modes de gestion des cantines et de préparation des repas implique des équipements différents. Le passage de l'un à l'autre est souvent délicat, surtout si l'on souhaite revenir vers la gestion directe (de gros investissements sont alors à prévoir).

L'approvisionnement des cuisines

Dans certains cas, le fonctionnement d'un restaurant collectif peut se complexifier si l'on opère une distinction entre gestion et approvisionnement. L'approvisionnement de la cuisine peut aussi ne pas faire partie des prérogatives de la régie directe [Cf. Tableau I.2].

Tableau I.2 : Mode de gestion et mode d’approvisionnement

		MODE D’APPROVISIONNEMENT	
		Direct	Délégué
MODE DE GESTION	Direct	Régie directe	Approvisionnement programmé
	Délégué	..	Régie intéressée Affermage Concession

Ainsi, un restaurant peut être approvisionné en DSP (une entreprise extérieure organise son approvisionnement suivant un cahier des charges préalablement établi) alors qu’il prépare lui-même les plats qu’il propose à ses convives⁷. Cette forme d’approvisionnement reste rare.

c. La vente à la restauration collective, levier de développement des circuits de proximité ?

Plus de 3 milliards de repas sont servis par an, en France, dans près de 73 000 restaurants collectifs – dont 13 000 en Ile-de-France [LEBEL, 2010, p. 200]. Cela représente 17 milliards d’euros de chiffre d’affaires. « *La gestion directe est majoritaire avec 68% du secteur. Elle emploie environ 230 000 professionnels. Elle comprend la restauration scolaire et universitaire (38 %), la restauration hospitalière (38 %), la restauration d’entreprise et des administrations (15%) et des secteurs divers (armée, prisons, congrégations)* » [MAP, *Op. Cit.*, p. 8].

De par son importance, la restauration collective peut contribuer au développement des circuits de proximité, à travers certaines formes d’approvisionnement de ses cuisines. Un achat de denrées alimentaires en circuits courts peut ainsi favoriser l’essor de ceux-ci, et donc potentiellement, s’inscrire dans une politique de développement rural. En effet, dans le cadre des circuits courts, il est souvent admis que la réduction du nombre d’intermédiaires permet une répartition des revenus de la production agricole en faveur des producteurs (et salariés) de ce secteur. De plus certaines formes de vente en circuits courts ont un contenu en emplois plus élevés que les modes de commercialisation conventionnels, favorisant une dynamique de développement local [CAPT et DUSSOL, 2004].

⁷ L’inverse n’existe pas ; on comprend en effet qu’il n’y aurait aucun intérêt pour un restaurant à organiser son approvisionnement sans maîtriser le processus d’élaboration des plats.

De nos jours, en France, le processus de « verdissement » des politiques publiques (en référence au Green State dans les pays anglo-saxon) enclenché par le gouvernement peut contribuer à cette dynamique. En effet, comme le soulignent MORGAN et SONNINO [2008, pp. 14-15], du fait de sa légitimité démocratique, de son pouvoir de législation et des finances publiques, l'Etat dispose de la « *capacité de discipliner investisseurs, producteurs et consommateurs (...), de faciliter et imposer le changement (...), il dispose de plus de ressources et de plus de capacités pour contraindre* [les autres acteurs socio-économiques, et] *il est la seule institution juridique et politique capable d'offrir une résistance systématique aux forces de la globalisation* ». Les auteurs insistent sur le fait que les marchés publics eux-mêmes peuvent être un des moyens les plus sûrs, pour les acteurs qui y sont soumis, de participer au *Green State*, à l'Etat exemplaire, à travers notamment les achats de la restauration collective publique. Ces restaurants, même s'ils sont soumis au Code des marchés publics, peuvent aussi choisir de favoriser l'achat de denrées agricoles produites localement.

La loi Grenelle de 2008 va d'ailleurs dans ce sens en imposant l'achat de 15% de produits issus de l'agriculture biologique (AB) dans les services de restauration des administrations et établissements publics de l'Etat en 2010, et 20% en 2012⁸. Le PNA va plus loin en insistant sur la valorisation de l'approvisionnement de proximité, puisqu'il préconise une action de « *développement des circuits courts, avec la modification du code des marchés publics afin de permettre de donner la priorité à ces produits dans la restauration collective en cas d'offre équivalente* » [MAP, *Op. Cit.*, p. 33].

RENTING et *alii* [2003, p. 408] montrent aussi que l'essor des circuits courts, et notamment la vente directe aux collectivités, peut être la base d'un renouvellement du développement rural dans les pays où ils sont très présents, comme la France ou l'Italie. D'autant que de nombreux experts et décideurs s'accordent pour affirmer qu'une politique de développement rural peut s'appuyer sur une relocalisation des filières d'approvisionnement de la restauration collective. Cependant, de nouvelles recherches doivent être menées pour comprendre les moyens de favoriser la rencontre entre producteurs locaux et restaurants collectifs. Dans cette perspective, l'économie de la Proximité fournit un certain nombre de concepts permettant d'affiner notre grille de lecture des conditions de développement des filières locales d'approvisionnement de la restauration collective.

⁸ Article 48, alinéa e), de la Loi n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement, consolidée au 1^{er} juillet 2010, dite loi « Grenelle I ».

3. La notion de proximité dans l'analyse des circuits courts

a. Les notions de base : proximité géographique et proximité organisée

Au sein du courant de l'économie de la Proximité, une distinction s'effectue entre proximité spatiale, dite géographique, et une proximité non spatiale, dite organisée (dite aussi organisationnelle ou socio-économique).

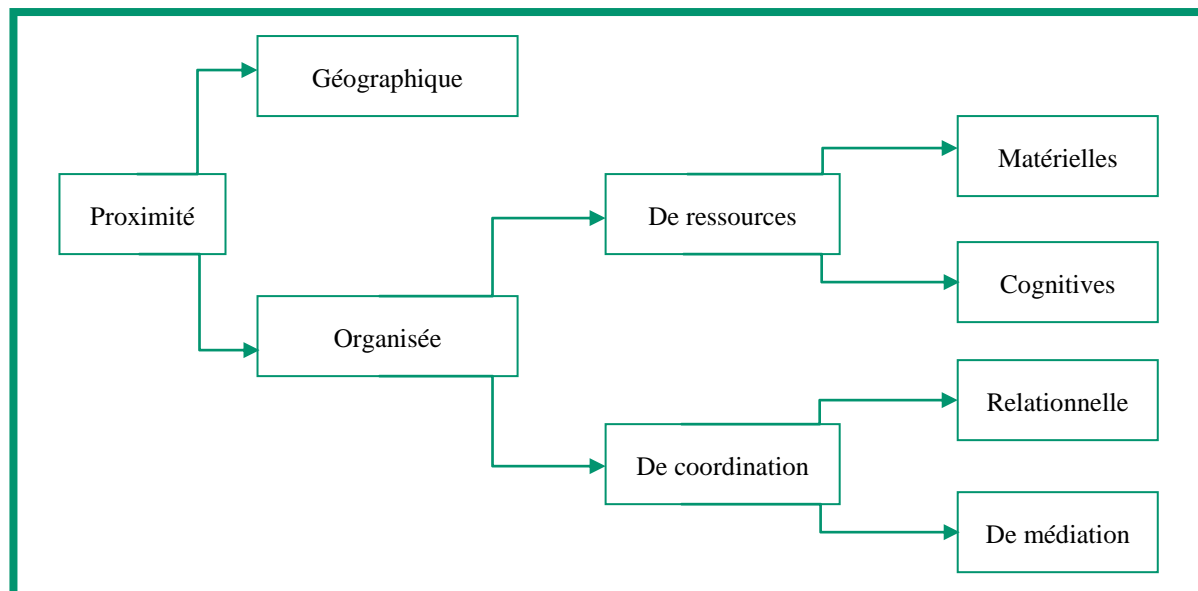
La proximité géographique ou physique peut être mesurée grâce à de nombreux indicateurs tels que la distance physique (en kilomètres par exemple), le temps de transport ou les coûts de transport et de communication. Des seuils peuvent aussi servir de critères pour estimer la proximité géographique, seuils au dessus ou en-dessous desquels l'acteur est ou n'est pas (ou n'est plus) géographiquement proche d'un autre [BOUBA-OLGA et GROSSETTI, 2008]. La morphologie des lieux de production et de consommation, mais aussi l'existence d'infrastructures et les capacités financières de ces acteurs sont des composantes essentielles de cette forme de proximité puisqu'elles la conditionnent. Sans trop rentrer dans les détails, il convient aussi de distinguer proximité géographique recherchée (volonté de satisfaire une demande en proximité géographique pour eux-mêmes ou pour d'autres acteurs économiques) et subie (la proximité et ses externalités négatives lui sont imposées) [TORRE, 2009, p. 66-67].

La proximité organisée : Toutes les relations de proximité de relèvent pas de la seule distance physique entre acteurs économiques. Des éléments d'organisation et de coordination des acteurs entrent aussi en ligne de compte. Ainsi, selon RALLET et TORRE [2004, p. 27], la proximité organisée constitue « *la capacité qu'offre une organisation [formelle ou informelle] de faire interagir ses membres* ». BOUBA-OLGA et GROSSETTI [*Op. Cit.*, pp. 316-322] estiment qu'il existe deux types de proximité organisée : une proximité de ressources et une proximité de coordination.

La proximité de ressources se base sur deux logiques : une logique de similarité (les acteurs ont des ressources semblables) et une logique d'appartenance (ils partagent les mêmes valeurs, les mêmes réseaux et ces ressources peuvent être complémentaires). Par ressources, il faut entendre des capacités et des contraintes, mais aussi des enjeux pour les acteurs économiques. Elles peuvent être matérielles (matières premières, objets, sources d'énergies, outils) ou immatérielles (informations, connaissances, règles, normes). Or il s'avère que beaucoup sont les deux à la fois ; mais « *certaines ressources ont la particularité d'être dans la tête des acteurs* ». Sans être toutes codifiables, elles peuvent néanmoins servir à la

coordination des acteurs : une dimension cognitive émerge alors de ces ressources. On a donc deux types de proximité de ressources : une proximité cognitive s'appuyant sur la logique de similarité, et une proximité matérielle assise sur la logique d'appartenance.

Figure I.2 : Les différentes formes de proximité



Source : O. Bouba-Olga et M. Grossetti (2008), « Socio-économie de proximité », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n° 3, p. 322.

La *proximité de coordination*, quant à elle, peut être divisée entre une proximité relationnelle dans laquelle la coordination s'effectue par le biais des relations interpersonnelles informelles, et une proximité de médiation selon laquelle la coordination n'est pas basée sur des réseaux sociaux mais sur des médiations formelles, à travers des institutions. On obtient ainsi cinq types de proximité [Cf. Figure I.2].

b. Les interactions entre les deux formes de proximité: le rôle des institutions et des relations personnelles

Cette notion de proximité ne doit pas être considérée comme figée ou statique. Au contraire, les différentes formes de proximité relèvent d'une certaine dynamique que les acteurs économiques mettent plus ou moins en œuvre. Ces derniers peuvent d'ailleurs mobiliser⁹ plusieurs types de proximité en même temps.

⁹ Ces formes de proximité peuvent aussi être subies par les agents économiques, mais dans la présente étude, seules les externalités positives liées à la proximité sont étudiées.

Les institutions locales, des intermédiaires indispensables

L'existence d'un volontarisme politique et/ou entrepreneurial dans les territoires est déterminante en matière de développement rural. En effet, ces institutions, en tant que pouvoirs publics ou « groupes d'acteurs coordonnés autour d'une action commune »¹⁰, peuvent permettre l'émergence ou l'essor d'initiatives locales. Les logiques de similitudes et d'appartenance liées à la proximité de ressources s'allient à un certain niveau de proximité géographique [TORRE, 2004, p. 4]. BERTRAND et MOQUAY [2004, pp. 79-82] insistent bien sur cette combinaison de proximités caractérisant le rôle des institutions locales : une combinaison de proximités géographiques et organisée. Ils soulignent de ce fait le rôle de la gouvernance locale, à la fois en tant que facteur de compréhension des mécanismes économiques (conceptualisation de la proximité), et en tant que modalité de gouvernement de l'économie locale, donc de développement rural.

BOSCHMA [2004] précise qu'il existe une proximité institutionnelle à un niveau macro (telle que définie ci-dessus) et une proximité sociale, présentant des caractéristiques similaires, au niveau micro. Il applique cette dernière aux individus et non plus aux organisations.

L'« encastrement » des relations personnelles et professionnelles

S'appuyant sur les travaux de Mark Granovetter¹¹, BOSCHMA [*Op. Cit.*, pp. 15-16] définit la proximité sociale « *en termes de relations socialement encastrées entre les agents, à un niveau micro. Les relations des acteurs sont socialement encastrées lorsqu'elles impliquent une confiance fondée sur l'amitié, les liens familiaux et l'expérience. Par conséquent, la proximité sociale n'inclut pas les personnes partageant un ensemble de valeurs* », cet aspect de la proximité organisée étant inclus dans la proximité institutionnelle. L'existence d'une relation potentiellement autre que professionnelle favorise le rapprochement des acteurs économiques. Ainsi, l'interpénétration de relations personnelles et professionnelles est une composante inhérente aux structures économiques actuelles au même titre que le marché et participe au fonctionnement des circuits courts, voire même à leur développement [HINRICHS, 2000].

¹⁰ Comme les Chambres d'agriculture ou le GAL Gâtinais français, par exemple, qui réunit des acteurs publics et privés, au sein d'une même structure.

¹¹ Mark Granovetter (1985), « Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness », *American Journal of Sociology*, Vol. 91, n°3, pp. 481-510.

c. Une typologie des circuits courts à travers le prisme de l'économie de la proximité

Ces différents concepts de l'économie de la Proximité nous permettent de préciser le fonctionnement des circuits courts. En effet, des travaux réalisés en 2008 et 2009, étudiant le lien proximité et terroir [POUZENC et *alii*, 2008] ou les coordinations entre acteurs au sein des systèmes agroalimentaires localisés [MUCHNIK et *alii*, 2008] ont employé ce cadre d'analyse. Ces derniers parlent d'ailleurs de « références identitaires » comme sources d'une « solidarité territoriale » propres à ces systèmes de production. Ces références communes aux acteurs d'un même système renvoient bien à la conception de la proximité organisée définie ci-dessus. PRALY et *alii* [2009] mobilisent eux aussi ce cadre théorique dans l'étude de certaines formes de circuits courts, notamment lorsqu'ils analysent l'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux rhône-alpins.

La typologie des circuits courts élaborée par CHAFFOTTE et CHIFFOLEAU [*Op. Cit.*] peut être réinterprétée dans le but d'identifier les différentes formes de proximité mobilisées. Dans cette optique, AUBRY et KEBIR [2011] établissent une matrice des formes de proximité permettant de classer les différents types de circuits de commercialisation [*Cf.* Tableau I.3]. Les auteurs déterminent ainsi quatre sortes de chaînes d'approvisionnement en fonction des formes de proximité mobilisées par les acteurs de l'échange. Le premier cas correspond à des circuits d'approvisionnement s'appuyant sur des *relations distendues* ; ce sont des circuits longs dans lesquels les relations entre producteurs et consommateurs sont (quasi-)inexistantes, combinant faibles proximités géographique et organisée. Les intermédiaires foisonnent.

Les autres cas correspondent à des chaînes d'approvisionnement courtes :

- *A distance* (cas III) où sont mobilisées une forte proximité organisée et une faible proximité géographique : les ventes directes en ligne ou par catalogues ne requièrent pas une localisation proche de la part des acteurs de l'échange. La proximité caractérisée par une relation de confiance ou des valeurs communes est le critère déterminant de ce mode de commercialisation.
- *Indirectes* (cas II) allient une proximité géographique forte et une proximité organisée faible. Elles consistent en un approvisionnement local sans relation directe ; elles n'impliquent pas forcément l'existence de relations entretenues entre producteurs et consommateurs. En effet, la vente peut être réalisée par un intermédiaire.

- *Directes* quand les deux formes de proximité se combinent à un degré élevé (cas IV). En effet, les marchés paysans, ventes à la ferme et AMAP nécessitent la présence d'acteurs proches à la fois dans l'espace physique et dans leur organisation (au sens large). « *La dimension relationnelle y est potentiellement la plus forte puisque le producteur rencontre le consommateur* » [AUBRY et KEBIR, *Op. Cit.*].

Tableau I.3 : Chaînes d'approvisionnement en produits locaux et formes de proximité

		PROXIMITE GEOGRAPHIQUE	
		Faible	Forte
PROXIMITE ORGANISEE	Faible	<p><i>Cas I</i></p> <p>Chaînes d'approvisionnement avec relations distendues</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vente sur les marchés internationaux - Vente à des plateformes d'approvisionnement <p>CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT LONGUES</p>	<p><i>Cas II</i></p> <p>Chaînes d'approvisionnement avec relations indirectes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Points de vente collectifs - Vente à des GMS locales* - Vente à des professionnels locaux* - Paniers vendus par des intermédiaires <p>CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT COURTES</p>
	Forte	<p><i>Cas III</i></p> <p>Chaînes d'approvisionnement avec relations à distance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vente directe en ligne* - Vente directe avec bons de commande* - Paniers vendus par bons de commande ou sur catalogue* <p>CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT COURTES</p>	<p><i>Cas IV</i></p> <p>Chaînes d'approvisionnement avec relations directes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marchés paysans* - AMAP* - Vente à la ferme* - Paniers, sauf AMAP* - Foires* <p>CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT COURTES</p>

* Vente directe : les agriculteurs vendent eux-mêmes leurs productions

Source : Ch. Aubry et L. Kebir (2011), « Shortening of the food supply chains: a mean for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan region of Paris », Food Policy, à paraître.

Il apparaît ainsi que le fonctionnement des circuits courts alimentaires, définis comme des modes de commercialisation des produits agro-alimentaires, parmi lesquels figure la vente à la restauration collective, peut être analysé à travers le prisme de l'économie de la Proximité. Cependant, cette étude empirique de la demande en produits locaux doit s'appuyer

sur une série d'hypothèse de recherche. Ce cadre conceptuel, mobilisable dans le cadre de notre étude, nous amène à identifier une série de questions de recherche relatives à l'appariement entre production locale et demande de la restauration collective, aboutissant à la formulation d'hypothèses.

SECTION I.II : LA DEMANDE EN PRODUITS DE PROXIMITE PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE : QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHESES

La caractérisation d'une demande en produits locaux et l'identification d'acteurs pouvant faciliter leur introduction dans la restauration collective ont déjà été partiellement étudiées de façon empirique, souvent à partir d'études monographiques d'un projet particulier [DRIAAF, 2010]. La consultation de cette bibliographie nous permet d'établir un certain nombre hypothèses à tester sur un corpus représentatif de la diversité des modes de fonctionnement de la restauration collective. Trois grandes hypothèses sont soulevées. Elles concernent la nature de la demande en produits de proximité (1.), les conditions de leur intégration dans la restauration collective (2.), et le rôle de la proximité – sous toutes ses formes – dans l'approvisionnement de ce type de restauration (3.).

1. La nature de la demande en produits locaux par la restauration collective

Il s'agit d'un des objectifs opérationnels clés que cherche à déterminer l'étude lancée par la DRIAAF en 2010. En effet, l'Etude a pour but « *d'identifier et le plus possible de quantifier le potentiel d'absorption de produits agricoles et agro-alimentaires locaux par les diverses formes de la restauration collective* » [DRIAAF, 2010, p. 1]. D'autant que les enquêtes territoriales menées en 2010, dans le Hurepoix et dans le Parc du Vexin français, ne portaient que sur les restaurants scolaires gérés par les communes. Ceci limite fortement la compréhension du fonctionnement et de l'organisation des autres types de restaurants, ainsi que leur demande en produits locaux. En 2011, l'accent est ainsi mis sur l'étude de tous les types de restaurants collectifs. L'analyse menée dans ce cadre porte à la fois sur l'existence d'une demande actuelle (a.) et sur celle d'une demande future (b.) en produits locaux.

a. Une demande en produits locaux émane-t-elle actuellement des restaurants collectifs ?

Les restaurants collectifs, de par leur fonctionnement actuel, peuvent être amenés à s'approvisionner en produits locaux. En effet, les produits qui leur sont vendus peuvent provenir d'un champ (plus rarement d'un élevage en Ile-de-France) à proximité du lieu de

transformation (à savoir la cuisine) ou du lieu de dégustation (dans le cas d'un restaurant en gestion déléguée). De plus, des cuisiniers peuvent aussi très bien employer des produits locaux sans le savoir : par exemple, la salade produite en plaine de Bière au nord-est du Parc ou les plantes aromatiques cultivées vers Milly-la-Forêt, deux productions, a priori locales, qui irriguent les GMS et grossistes franciliens et nationaux. Ces productions sont transformées (conditionnées plutôt) puis expédiées au Marché d'Intérêt National de Rungis (Val-de-Marne). Elles peuvent être utilisées, sans le savoir, par des cuisiniers locaux. Enfin, certains chefs de cuisine peuvent aussi, d'ores et déjà, s'approvisionner en produits de proximité, *via* des circuits courts, et ce depuis plusieurs années. Par convictions personnelles et par envie, ils ont recherché, puis intégrés, des produits locaux à leur approvisionnement classique. Une demande en produits de proximité existe-t-elle sur le territoire étudié ? D'autant que les convives – ou leurs parents, en ce qui concerne certaines formes de restauration collective – sont de plus en plus préoccupés par la qualité des aliments. Ceci peut les pousser à exiger des produits de meilleure qualité ou dont l'origine est mieux contrôlée.

Hypothèse 1 :

Une demande en produits locaux émane d'ores et déjà des restaurants collectifs.

Déterminer l'existence d'une demande future s'avère maintenant nécessaire, demande future conditionnant une utilisation plus régulière de ces produits par la collectivité.

b. Vers une meilleure intégration des produits locaux dans la restauration collective ?

Sous l'impulsion d'une volonté politique en faveur d'un « Etat exemplaire » en matière de développement durable, la restauration collective publique se voit imposer des niveaux d'utilisation des produits issus de l'agriculture biologique, et de plus en plus *via* le PNA de produits de proximité, sous condition de respect des règles du Code des marchés publics (*Cf. Supra*). Le secteur privé n'est pas en reste non plus ; les restaurants d'entreprises, mais aussi de crèches ou d'écoles privées sont aussi influencés par cette tendance et par leurs salariés, convives et parents d'élèves en faveur d'une alimentation plus saine, plus éthique (ou socialement plus juste). La restauration collective semble ainsi un débouché potentiel pour

certaines productions locales, souvent bio¹², émanant d'une demande sociétale de plus en plus forte. La question qui se pose est alors celle du devenir de cette demande : comment va-t-elle évoluer ?

Hypothèse 2 :

Cette demande, existante, est amenée à se renforcer dans les années à venir.

Or il s'avère que les produits locaux souffrent d'une perception potentiellement erronée de la part des personnels des restaurants collectifs.

2. L'intégration des produits locaux en restauration collective

L'Etude régionalisée lancée par la DRIAAF vise aussi à déterminer les atouts et contraintes de la restauration collective quant à l'introduction de produits de proximité. Il est ainsi important de répondre à certaines questions techniques ou fonctionnelles telles que : « comment les personnels en charge des restaurants collectifs perçoivent-ils les produits locaux et leur intégration dans le fonctionnement du restaurant ? » ou « Quelles sont leurs inquiétudes concernant cet approvisionnement ? ». Ce faisant, il semblerait que cette intégration, combinée à une attente de plus en plus pressante des décideurs et des convives envers l'utilisation de produits bio, soit la source de vives inquiétudes (a.), et ce, malgré l'existence d'un certain potentiels d'assimilation de ces produits (b.).

a. Un grand nombre d'incertitudes quant à leur intégration

La méconnaissance des productions locales et la perception d'un produit local plus cher peuvent être des facteurs limitant l'utilisation des produits de proximité en restauration collective. En effet, les études menées par de MAGNITOT [2010] et GUILLEMOT [2010], respectivement dans le Parc du Vexin français et dans le Hurepoix, montrent bien la préoccupation des gestionnaires, mais surtout des chefs de cuisine, sur la nature des productions présentes sur le territoire et sur les capacités des producteurs à fournir en quantité suffisante, les restaurants. Ainsi, une certaine méconnaissance du secteur agricole local et de potentialité de production peut constituer un frein à l'emploi de produits locaux en restauration collective.

¹² En effet, FASSEL [2008, p. 84 ; in MARECHAL, *Op. Cit.*] observe que produits locaux et produits bio connaissent un « développement conjoint » et que leur introduction en restauration collective est simultanée.

Hypothèse 3 :

La méconnaissance de la filière agro-alimentaire locale est une des causes principales de la faible utilisation des produits de proximité.

De plus, ces mêmes études abordent le problème du coût de l'approvisionnement en produits locaux. La restauration collective, surtout sous statut public, est soumise à une contrainte financière drastique. Ainsi, concernant les collèges, de nombreux Conseils généraux fixe un coût matière plafond par repas, à ne pas dépasser. Cette contrainte peut se ressentir sur la qualité des produits proposés aux convives. Ce faisant, les produits de proximité, perçus comme de qualité supérieure, sont estimés comme plus chers que les produits conventionnels, au même titre que les produits sous signe d'origine ou de qualité, comme les AOP ou les IGP. Ainsi, dans quelle mesure cet *a priori* sur le prix des produits locaux est-il le fruit d'une expérience en la matière ?

Hypothèse 4 :

La perception de prix plus élevés pour l'achat de produits de proximité constitue un frein à l'approvisionnement local.

Il semble ainsi que le personnel des restaurants collectifs craigne l'introduction de produits locaux. Pourtant, même si elle souffre de nombreuses contraintes, la restauration collective dispose de plusieurs atouts, permettant cette intégration tant redoutée.

b. Des contraintes ou atouts fonctionnels qui limitent ou favorisent leur utilisation

L'analyse de la demande en produits locaux, qui plus est une demande émanant de la restauration collective, secteur quelque peu hétérogène dans ses modes de fonctionnement, nécessite la compréhension du fonctionnement de tous les rouages d'une filière. L'étude de GUILLEMOT [2010] menée dans le Hurepoix pointe l'absence de lien systématique entre mode de gestion du restaurant et approvisionnement local. En effet, GUILLEMOT montre qu'un restaurant en régie directe ne cherche pas à s'approvisionner en produits de proximité, alors même que cela apparaît comme plus facile. Le centre de décision (Mairie ou gestionnaire) est plus proche du personnel de cantine et ne passe pas par de nombreux intermédiaires des SRC, qui ont-elles-mêmes leurs propres contraintes. La décision de s'approvisionner en local ne relève « que » du décideur public. Cependant, eu égard au corpus (assez restreint) étudié dans le Hurepoix – à savoir, uniquement des restaurants scolaires gérés

par des communes – il s'avère indispensable de s'interroger : la régie directe est-elle le seul mode de gestion des restaurants collectifs (publics) permettant l'achat de produits de proximité ?

Hypothèse 5 :

La régie directe n'est pas le seul mode de gestion des restaurants collectifs autorisant un approvisionnement local.

Autre question restée en suspens et qui demande à être traitée, celle de l'organisation de ces restaurants, notamment en termes de main-d'œuvre et de place disponible. Le nombre de personnes nécessaire à la préparation (lavage, épluchage) des produits de proximité, souvent bruts (ou perçus comme tels), est un élément essentiel. Ainsi, l'absence et/ou de manque de personnel handicape la cuisine dans son ensemble lors de la préparation des repas. L'utilisation de produits bruts, qui n'ont, par définition, subi aucune transformation, rajoute des tâches aux employés, en supplément des travaux habituels. Ceci dit, l'absentéisme et/ou le manque de personnel en cuisine représente-t-il un frein à l'introduction de produits de proximité en restauration collective ?

Hypothèse 6 :

Le manque de personnel de cuisine et sa faible qualification constituent un frein à l'utilisation de produits locaux par les restaurants collectifs.

Il en va de même pour le manque de place : lavage et épluchage nécessite de la place et du matériel. En effet, l'entreposage de fruits et légumes frais requiert des conditions spécifiques. Ce faisant, un accroissement de l'utilisation de produits frais nécessite plus de place, à la fois pour leur stockage et pour leur préparation. Dans ce but, certes la présence d'une légumerie peut faciliter l'utilisation de produits locaux frais en restauration collective, mais s'avère-t-elle indispensable ?

Hypothèse 7 :

L'existence d'une légumerie est un préalable incontournable à l'intégration de produits maraîchers locaux en restauration collective.

Influencée par de nombreux facteurs, l'utilisation de produits de proximité par les restaurants collectifs ne va pas de soi. La valorisation de la proximité géographique entre

producteurs locaux et restaurants collectifs, admise de fait sur un territoire donné, semble conditionnée par l'existence d'une proximité organisée.

3. Le rôle de la proximité organisée dans la valorisation de la proximité géographique

La seule proximité géographique, pour simplifier la distance physique, entre activités économiques n'est pas une condition suffisante à l'entretien de liens entre individus [TORRE et FILIPPI, 2005 ; *in* TORRE et FILIPPI, 2005, p. 24]. En effet, l'existence d'une proximité organisée, qui peut prendre plusieurs formes, est nécessaire. Ce faisant, la valorisation de la proximité géographique, c'est-à-dire le fait que restaurants et producteurs cohabitent sur le même territoire, et tissent puis entretiennent des relations, requière l'existence d'une proximité organisée. De cette manière, la nature de la demande (volume, qualité et fréquence d'utilisation des produits, contraintes d'organisation, etc.) est une condition de sa relation au producteur, dans la mesure où elle lie les deux parties par un contrat. Néanmoins, ce lien n'évolue et ne fonctionne pas de la même façon suivant qu'il existe, et que soit entretenue, une « proximité de relations » entre restaurants et producteurs. Cette proximité organisée peut ici se caractériser par un rapprochement des acteurs en présence (a.), soutenu par des collectivités territoriales impliquées (b.).

a. Approvisionnement en produits locaux : quel rapprochement entre restaurants et producteurs ?

La proximité organisée propre à la relation entre un producteur local et un chef de cuisine (ou un gestionnaire d'ailleurs), en tant qu'individus représentant leurs institutions respectives, semble avoir deux aspects. D'une part, elle relève de ce que BOSCHMA [2004] nomme proximité institutionnelle, dans son acception liée au partage de mêmes valeurs et d'idées communes : celles d'un développement local durable à travers l'approvisionnement de restaurants collectifs, par exemple. D'autre part, elle s'appuie sur une forme de proximité sociale définie comme l'encastrement de relations personnelles et professionnelles, notamment lorsqu'il existe des liens amicaux ou lorsqu'a lieu un partage d'expériences. La visite des installations d'un exploitant agricole local par des chefs de cuisine s'inscrit dans cette logique.

Hypothèse 8 :

Un approvisionnement régulier des restaurants collectifs en produits locaux ne peut avoir lieu que s'il existe une proximité relationnelle entre le producteur et le tandem gestionnaire/chef de cuisine.

Néanmoins, TORRE [*Op. Cit.*, p. 4] insiste sur la difficulté « *d'activer le potentiel de la proximité géographique par la mise en place de relations efficaces de proximité organisée* ». Les pouvoirs publics locaux peuvent alors intervenir dans l'accompagnement de ces projets collectifs.

b. Alimentation et institutions locales : quelle implication des pouvoirs publics locaux dans l'alimentation de proximité ?

Les collectivités territoriales, et par le biais des communes les intercommunalités, sont de plus en plus impliquées dans le fonctionnement des restaurants collectifs dont elles ont la charge et globalement dans le domaine de l'alimentation. Ce constat vaut principalement pour le domaine de l'enseignement, et se vérifie de plus en plus dans le secteur santé-social. Les entreprises ne sont pas en reste non plus, sollicitées par leurs salariés et par la collectivité pour améliorer la qualité des repas proposés dans leurs restaurants collectifs.

Le PNA préconise ainsi l'implication des collectivités dans le domaine de l'alimentation, que ce soit en termes de nutrition (à destination des enfants notamment) ou en termes de choix d'un approvisionnement largement tourné vers le développement durable, à travers l'achat de produits bio et/ou locaux. Il s'agit donc non seulement d'une question de santé publique et d'éducation à l'alimentation, mais aussi de la structuration des filières bio et locales, l'objectif étant d'assurer la fourniture régulière de produits aux nombreux restaurants collectifs engagés dans la démarche. Ce faisant, dans quelle mesure la filière peut-elle se structurer et, dans ce but, comment peuvent intervenir les autorités locales ?

Hypothèse 9 :

Une forte implication des pouvoirs publics locaux dans le développement de l'approvisionnement local des restaurants collectifs est indispensable à sa pérennisation.

L'élaboration d'hypothèses de travail constitue un préalable indispensable à l'étude de la demande en produits locaux par la restauration collective. Celles-ci portent sur

l'organisation et le fonctionnement des restaurants, les formes d'intégration des produits de proximité en restauration collective, et les moyens de valoriser la proximité géographique existant entre les deux parties. Ces hypothèses devront être testées ; elles seront ainsi confirmées ou infirmées dans la deuxième partie. Néanmoins, ces tests requièrent une méthodologie précise, et l'utilisation d'outils de recueil et d'analyse de données.

SECTION I.III : METHODOLOGIE POUR L'ETUDE DE LA DEMANDE EN PRODUITS DE PROXIMITE PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE

L'identification de la demande en produits locaux par la restauration collective requière l'utilisation d'outils d'analyse précis. Ainsi, après avoir défini le périmètre d'étude (1.) et précisé l'échantillon retenu (2.), il convient de déterminer l'outil méthodologique utilisé pour récolter et analyser les données (3.).

1. Le périmètre de l'étude : le Gâtinais français, un territoire rural sous pression urbaine

L'Etude régionalisée lancée par la Direction régionale et interdépartementale à l'alimentation, l'agriculture et la forêt (DRIAAF) d'Ile-de-France en 2010 s'inscrit dans un cadre plus large d'amélioration de la qualité de l'alimentation des Franciliens. A ce titre, la politique de valorisation des circuits courts et des productions locales menée par le Parc du Gâtinais français a permis sa sélection comme territoire d'étude.

Le Parc naturel régional du Gâtinais français est envisagé comme territoire d'étude dès le début du projet. En effet, il s'agit d'un territoire rural où les acteurs locaux sont déjà très impliqués dans la valorisation des circuits de proximité. Il connaît aussi une assez bonne attractivité [*Cf. Infra*]. Le territoire analysé dans le cadre de ce volet de l'Etude régionalisé comprend toute les communes du Groupe d'Action Locale (GAL), et par voie de conséquence, toutes celles du Parc [*Cf. Annexe 4*]. Y sont ajoutées trois villes extérieures, du fait de la présence d'un restaurant collectif potentiellement intéressant : Fontainebleau et Saint-Pierre-lès-Nemours en Seine-et-Marne, ainsi que Lardy en Essonne [*Cf. Figure I.3*].

Le territoire du Parc, et au-delà celui du périmètre d'étude, reste en grande majorité rural, mais toujours à proximité du cœur de l'agglomération parisienne (trois quarts d'heure en voiture *via* l'autoroute A6 et une heure en train avec le RER D). Seules trois villes

comptent plus de 10 000 habitants¹³, et 10 entre 2 500 et 10 000. Les 82 autres communes ont moins de 2 500 habitants. Ainsi, ces espaces ruraux recouvrent 91,6% du territoire du GAL en 2003¹⁴.

Figure I.3 : Le périmètre d'étude



Le Parc compte 82 000 habitants en 2010¹⁵ ; sa démographie s'est stabilisée après 15 ans d'un accroissement démographique assez soutenu lié à un certain excédent migratoire. Il attire avant tout des Franciliens et se caractérise par une surreprésentation des familles avec enfants et des personnes âgées : ainsi, « *près d'un ménage sur deux est composé de trois personnes ou plus soit dix points de plus que la moyenne francilienne* ». On remarque aussi un vieillissement de la population du Parc. Les nouveaux venus s'y plaisent, et y restent. Plus de 80% des familles sont propriétaires de leur logement. Cet attrait du Parc se traduit aussi par l'arrivée de « *familles franciliennes déjà constituées en quête d'accession à la propriété de*

¹³ Etampes dans le GAL, Saint-Fargeau-Ponthierry dans le Parc et Fontainebleau.

¹⁴ D'après la définition du mode d'occupation du sol (MOS) de l'IAURIF. PNR du Gâtinais français (2006), Programme Leader 2007-2013. Dossier de candidature. Ancrer les savoir-faire locaux pour un nouveau mode de développement à transmettre aux générations futures, Milly-la-Forêt, PNR du Gâtinais français.

¹⁵ Pour rappel, le GAL compte 122 000 habitants en 2007 ; le périmètre d'étude 155 000.

maisons individuelles. [...] Parmi les nouveaux installés, toutes les catégories sociales sont présentes. Toutefois, l'excédent migratoire est trois fois plus élevé pour les professions intermédiaires et deux fois plus élevé pour les cadres ». L'IAURIF [Op. Cit., pp. 122-129] note aussi que « *les habitant du Parc connaissent moins le chômage que le reste de la population francilienne et perçoivent des revenus plus élevés que les moyennes* » essonnienne et seine-et-marnaise.

Cette situation est clairement analysée par PERRIER-CORNET [2004]. En effet, l'espace rural francilien, comme partout en France, se péri-urbanise de plus en plus. Cet espace en perpétuelle transformation depuis les années 1950 est polymorphe dans la mesure où il ne peut être défini de manière universelle. Il se caractérise par la coexistence de plusieurs usages de la campagne. Celle-ci peut ainsi être vue à travers son usage productif : c'est la campagne ressource, très présente en Ile-de-France avec le secteur céréalier. L'utilisation de l'espace rural en tant que cadre de vie ou paysage renvoie à l'idée de la périurbanisation et de la résidentialisation du rural. Le territoire du Parc n'échappe pas à cette tendance [Agreste Ile-de-France, 2005], même si la Charte le protège d'un excès d'urbanisation. Enfin, cet espace est aussi vu comme une campagne nature : c'est la campagne comme un ensemble de ressources (eau, biodiversité, etc.), de fonctions (écosystèmes) et de fonctionnements (cycle de l'eau par exemple) qu'il convient de préserver. Ainsi l'Ile-de-France se caractérise par une urbanisation croissante, se nourrissant d'espaces agricoles et naturels. Le Parc suit cette évolution. Néanmoins, toutes les conditions semblent réunies pour qu'y émergent des attentes sociétales *a priori* plus fortes en termes d'alimentation : une population apparemment plus aisée, avec enfants, et des pouvoirs publics prêts à s'engager dans cette voie.

Le territoire reste ainsi attractif sans pour autant souffrir d'une urbanisation galopante. Ses caractéristiques intrinsèques ainsi que le projet de territoire porté par le Parc en font un terrain d'étude tout à fait pertinent pour une analyse de la demande en produits de proximité par la restauration collective.

2. Caractéristiques et représentativité de l'échantillon

Contrairement aux analyses de la demande en produits de proximité par la restauration collective dans le Hurepoix et dans le PNR du Vexin français, la DRIAAF et ses partenaires scientifiques ont souhaité ne pas cantonner l'étude aux seuls restaurants scolaires du Gâtinais français. Ils veulent privilégier une approche globale, comprenant tous les types de restaurants

collectifs, notamment ceux d'entreprises. Face à cette évolution de la population des restaurants enquêtés, il s'avère impossible d'enquêter les 176 restaurants recensés sur le territoire. Une étude à partir d'un échantillon représentatif de cette population s'impose. D'autant qu'il s'agit d'une étude compréhensive du fonctionnement de la restauration collective qui passe par des rencontres avec les personnels en charge et des élus locaux, induisant l'utilisation d'un guide d'entretien semi-directif (entretiens plus longs, augmentant le temps consacré à chaque personne interrogée). Chaque entretien fait d'ailleurs l'objet d'une synthèse retranscrivant les principaux éléments ressortant de l'entretien [Cf. Annexe 5].

L'échantillon retenu dans le cadre de cette analyse de la demande en produits de proximité dans le Gâtinais français comprend 24 restaurants collectifs principalement répartis sur le territoire du Parc [Cf. Tableau I.4]. 15 restaurants scolaires (écoles, collèges, lycées), quatre restaurants relevant du secteur santé-social (hôpital, maisons de retraite) et cinq restaurants d'entreprises ont été enquêtés entre mars et juin 2011.

Tableau I.4 : L'échantillon sur lequel porte l'étude

NOM DU RESTAURANT	COMMUNE	DEP.	SECTEUR D'INTERVENTION	STATUT
Collège Christine de Pisan	Perthes en Gâtinais	77	Enseignement	Public
Collège François Villon	Saint-Fargeau-Ponthierry	77	Enseignement	Public
Collège Jean Rostand	Milly-la-Forêt	91	Enseignement	Public
Collège Le Roussay	Etrechy	91	Enseignement	Public
Lycée Alexandre Denis	Cerny	91	Enseignement	Public
Lycée Geoffroy Saint-Hilaire	Etampes	91	Enseignement	Public
Lycée François Couperin	Fontainebleau	77	Enseignement	Public
Ecoles maternelle et élémentaire	Boissy-le-Cutté	91	Enseignement	Public
Groupe scolaire Rosa Bonheur	Chailly-en-Bière	77	Enseignement	Public
Ecoles Ch. Perrault et J. de La Fontaine	Pringy	77	Enseignement	Public
Groupe scolaire de la Fontaine	Saint-Sauveur	77	Enseignement	Public
SIVU* du Val d'Essonne	Boigneville/Buno-Bonnevaux/Gironville/Prunay	91	Enseignement	Public
SI* d'intérêt scolaire du Plateau	Amponville/Fromont/Guercheville/Larchant/Rumont	77	Enseignement	Public
RPI* Villiers-Recloses	Villiers-sous-Grez/Recloses	77	Enseignement	Public
BPAL* de Buthiers	Nanteau-sur-Essonne/Buthiers	91	Enseignement	Public
Hôpital Georges Clémenceau	Champcueil	91	Santé-social	Public
Maison de retraite Dégommier	Cerny	91	Santé-social	Public
Résidence Les Heures claires	Saint-Fargeau-Ponthierry	77	Santé-social	Public
Maison de retraite du Gâtinais	Maisse	91	Santé-social	Privé
Arvalis-Institut du Végétal	Boigneville	91	Travail	Privé
Henkel St-Pierre-lès-N.	Saint-Pierre-lès-Nemours	77	Travail	Privé
Darégal	Milly-la-Forêt	91	Travail	Privé
Centre technique Renault	Lardy	91	Travail	Privé
Carrefour Villiers-en-B.	Villiers-en-Bière	77	Travail	Privé

* SI : Syndicat intercommunal, SIVU : Syndicat intercommunal à vocation unique ;
RPI : Regroupement pédagogique intercommunal ; BPAL : Base de plein air et de loisirs.

L'échantillon doit être représentatif du territoire étudié [Cf. Encadré I.1]. En effet, la grande majorité des restaurants collectifs présents sur le territoire est issue du secteur de l'enseignement public, principalement des cantines scolaires (écoles maternelles et élémentaires). Sur les 176 restaurants collectifs recensés sur le périmètre d'étude grâce à la base de TECOMAH, 123 sont des restaurants scolaires gérés par les communes ou par des regroupements pédagogiques intercommunaux. Le secteur de l'enseignement est ainsi surreprésenté puisqu'il faut y ajouter les restaurants des collèges et lycées (publics et privés) ainsi que l'IUT de Fontainebleau, soit 21 établissements. L'échantillon ne respecte pas – volontairement – cette réalité dans le but d'étudier d'autres formes de restauration collective. Cinq entreprises, trois maisons de retraite et un hôpital sont ainsi intégrés au panel.

Encadré I.1 : Les critères de sélection des restaurants à étudier

Au sein de la base de données de TECOMAH recensant (presque) tous les restaurants collectifs franciliens, une recherche est lancée dans le but d'obtenir tous les établissements présents dans le périmètre d'étude. On en retranche ceux déjà étudiés par la même équipe de TECOMAH dans le cadre de l'enquête large, pour ne pas faire doublon. Après une recherche auprès des mairies du Parc, on peut y rajouter six restaurants d'entreprises (dont trois hors GAL). On obtient une population de 176 restaurants.

Il est ensuite prévu de ne retenir qu'un panel d'une vingtaine de restaurant. Cette sélection s'appuie sur quatre critères principaux. Le secteur d'intervention est le critère premier puisqu'il permet de limiter le nombre de restaurant scolaire, déjà très présents sur le territoire (Cf. Tableau). Il est ainsi possible de privilégier les enquêtes à destination des secteurs travail et santé-social. Le deuxième critère est celui du département. Le territoire étant à cheval sur deux départements (Essonne et Seine-et-Marne), il convient de répartir les restaurants de manière équivalente. Le troisième critère, proposé par Ségolène Darly, doit permettre d'évaluer l'impact du fait urbain sur la perception du local. Il est ainsi possible de classer les restaurants retenus en fonction de leur localisation sur une commune rurale, périurbaine ou urbaine telles que définies par la Charte du Parc [dénommées pôle urbain, pôles structurants et communes rurales, p. 26 ; Cf. Annexe 6].

Tableau : La représentativité de l'échantillon par secteur d'activité des restaurants

		Population totale		Echantillon	
		Effectifs	Pourcentage	Effectifs	Pourcentage
Secteur	Enseignement	144	82	15	62
	Santé-social	26	15	4	18
	Travail	6	3	5	20
Total		176	100	24	100

Le quatrième critère n'intervient qu'*a posteriori* mais permet néanmoins d'évaluer la représentativité de l'échantillon par rapport à la population mère. Il s'agit du mode de gestion des établissements, en distinguant de manière générique la gestion directe de la gestion déléguée.

Notons aussi que quatre experts sont sollicités dans le but d'éclaircir certains points importants tels que le fonctionnement des groupements de commande (lycée Jean Perrin de Longjumeau), des centrales d'achat (AP-HP) et des sociétés de restauration collective (RGC Restauration, filiale du groupe Sodexo, et Elicor). Tous les entretiens, sans exception, s'appuient sur un questionnaire adapté à l'interlocuteur rencontré.

3. Guide d'entretien, outil indispensable à la collecte des données

La réalisation d'un guide d'entretien, sous la forme d'un questionnaire semi-directif, s'avère indispensable à la réalisation de l'étude. Il comprend deux types de questions : certaines sont directes et nécessitent une réponse binaire (oui ou non) ou à choix multiples ; d'autres, au contraire, sont des questions ouvertes et font appel à la personne interrogée pour qu'elle définisse elle-même son environnement [Cf. Annexe 7]. L'étude territoriale étant orientée dès le départ vers la recherche de données qualitatives mobilisables dans le cadre d'un éventuel projet d'approvisionnement local de la restauration collective, le guide d'entretien comprend beaucoup plus de questions ouvertes. Il adopte ainsi les deux axes d'analyse de l'étude territoriale. Il est composé de deux parties, la première cherchant à comprendre le fonctionnement des restaurants collectifs (a.), la seconde à évaluer la perception des produits locaux par les personnes interviewées (b.).

a. La compréhension du fonctionnement des restaurants collectifs

Ainsi, outre des renseignements préliminaires concernant le secteur d'intervention, le nombre de repas et leur fréquence, ainsi que le mode de gestion du restaurant – données essentielles à la compréhension de son fonctionnement – une attention particulière est donnée à l'organisation de la cuisine.

Concernant *l'organisation du personnel et la préparation des repas*, le questionnaire insiste sur le nombre d'employés en cuisine et leurs horaires, ainsi que les équipements à disposition. Il s'agit de déterminer le potentiel en main-d'œuvre et en matériel du restaurant en appuyant fortement sur la présence d'une légumerie. Une attention particulière est aussi donnée aux locaux de stockage puisque les produits bruts obéissent à des conditions d'entreposage spécifiques. On s'attarde ensuite à la compréhension des modalités de préparation des repas. Il s'agit d'obtenir en premier lieu les échéances concernant l'élaboration des menus, les commandes et la livraison des produits (ou repas), ensuite en estimant le temps moyen de préparation des repas, par type de plats (entrées, plats en sauce, etc.). La question du volume d'approvisionnement du restaurant en régie directe est ensuite abordée¹⁶ et s'avère capitale puisqu'elle doit permettre d'apprécier « *le potentiel d'absorption*

¹⁶ Question importante, elle n'est évoquée que pour les restaurants en régie directe, puisqu'ils disposent *a priori* des données (les restaurants dont la gestion est déléguée, et qui sont approvisionnés en liaison froide ou chaude n'en disposent pas ; par définition, ils ne connaissent pas la composition exacte des plats). Les personnes interrogées sont invitées à répondre par grands types de produits : viandes, poisson, légumes cuits pour garniture, fruits et légumes crus, féculents sauf pommes de terre, et pain.

de produits [...] locaux par les diverses formes de la restauration collective » [DRIAAF, *Op. Cit.*, p. 1].

A propos *des repas* proprement dits, une série de questions traite de leur élaboration et de leur contenu, puis de certains aspects financiers, importants dans le cadre de l'étude puisqu'ils permettent d'estimer les budgets consacrés à l'achat des matières premières. Le guide d'entretien permet ainsi de recueillir des données telles que le coût des matières premières pour un repas, par personne ou le prix payé par le convive, pour un repas.

Enfin, la première partie du questionnaire se termine par plusieurs questions sur le *choix des fournisseurs* du restaurant. Elles cherchent à déterminer le nombre de fournisseurs du restaurant, ses quatre ou cinq fournisseurs principaux, les critères de sélection les plus importants et les modalités de livraison. Il est ainsi possible d'obtenir des renseignements la localisation de ces fournisseurs et leurs éventuels problèmes ou facilités de livraison.

b. La perception des produits locaux par les acteurs de la restauration collective

La seconde partie du guide d'entretien débute par une série de questions sur la *définition du « local »* par les personnels en charge du restaurant et sur leur perception des produits locaux. Le questionnaire est ici construit de telle sorte que l'interviewé précise au fur et à mesure sa propre définition du « local ». Il permet de mettre en évidence d'éventuelles différenciations entre produit local et produit de proximité, ou entre produit local et produit bio (parfois amalgamés), etc. L'objectif est de réaliser une typologie des différentes formes de « local » décrites par les personnes interrogées. Pour compléter ces définitions, il leur est ensuite demandé de citer des produits locaux et, si possible, leur lieu de production ainsi que le nom de l'exploitant. Une dernière question approche la notion de qualité des produits alimentaires, tentant de la faire définir par les interviewés.

On passe ensuite à des questions portant sur la *diversité de l'offre alimentaire* dans le restaurant enquêté. Elles s'attachent à déterminer s'il existe des habitudes de repas spéciaux (bio, régionaux, etc.), puis si le restaurant a déjà proposé des produits sous signes d'origine ou de qualité¹⁷ et/ou des produits locaux. Pour les deux sortes de produits, les questions permettent de préciser le type de certification et/ou la famille de produits¹⁸, ainsi que leur fréquence d'incorporation dans les menus. Une question cherche aussi à s'assurer des formes de conditionnement des fruits et légumes achetés par le restaurant (frais, 4^{ème} ou 5^{ème} gamme,

¹⁷ Produits de type AOC/AOP, IGP, Agriculture biologique, Label rouge, VBF, etc.

¹⁸ Quatre familles principales : fruits et légumes, viandes, pain et produits laitiers.

conserves, surgelés), l'objectif étant d'appréhender leur utilisation. Puis le questionnaire aborde, pour les restaurants s'étant approvisionnés en produits locaux, la réussite et une potentielle reconduction d'une telle expérience. Il interroge aussi l'interviewé sur une éventuelle communication sur le sujet.

Le guide d'entretien traite ensuite plus frontalement d'un *ressenti sur un projet d'approvisionnement en produits locaux*. Les personnes interrogées sont invitées à s'exprimer sur un intérêt à l'approvisionnement local, puis sur la faisabilité d'un tel projet. Elles peuvent préciser les problèmes qu'elles anticipent, une éventuelle fréquence pour cet approvisionnement et les produits les plus indiqués.

Enfin, le questionnaire se termine par une série de *questions sur l'agriculture francilienne*. Etant utilisé pour l'étude territoriale effectuée dans le 10^{ème} arrondissement de Paris, il semble important de déterminer comment les Franciliens urbains et périurbains (voire ruraux) perçoivent leur environnement. Concernant le Gâtinais français, une attention particulière est portée sur l'influence et le rôle du Parc dans ce domaine.

L'analyse de la demande en produits locaux par la restauration collective s'appuie sur un guide d'entretien et porte sur un échantillon représentatif des restaurants collectifs du territoire. Elle doit mettre en évidence la nature de cette demande, en ce qui concerne notamment le type de produits, leur qualité et une estimation des quantités. Pour ce faire, il convient d'abord de comprendre le fonctionnement de ces restaurants et de définir, à partir des données recueillies lors des entretiens, ce qu'est un produit local.

PARTIE II

RESULTATS DE L'ETUDE :

QUELLE DEMANDE DES RESTAURANTS COLLECTIFS DU GATINAIS FRANÇAIS EN PRODUITS LOCAUX ?

Le guide d'entretien servant de support à la présente étude est orienté selon deux axes. Il vise d'abord à bien comprendre le fonctionnement des restaurants collectifs, et ce dans toute leur diversité : restaurants scolaires ou d'entreprises, publics ou privés. La perception des produits locaux par leurs personnels constitue le second axe. L'analyse de la demande en produits de proximité émanant de la restauration collective du Gâtinais français doit permettre d'en déterminer la nature. Pour ce faire, elle s'appuie sur un échantillon représentatif de la population des restaurants collectifs du périmètre d'étude. La nature de cette demande varie en fonction du type de restaurant collectif et en fonction de ses caractéristiques. Elle est aussi conditionnée par l'existence de déterminants internes et externes, lesquels permettent d'apprécier le degré d'acceptabilité de ces aliments en cuisine. Par ailleurs, même si cette demande est actuellement assez faible, elle croît peu à peu, de plus en plus de restaurants souhaitant s'approvisionner localement.

La présente étude a pour objectif opérationnel de mieux comprendre le fonctionnement des restaurants collectifs (Section II.I) et la perception des produits locaux par les personnes interrogées (Section II.II). Elle doit aussi permettre une première estimation de la nature de la demande, dans le Gâtinais français, de ces restaurants en produits de proximité (Section II.III).

SECTION II.I : LE FONCTIONNEMENT DES RESTAURANTS COLLECTIFS

La connaissance du fonctionnement des restaurants enquêtés constitue un préalable indispensable à l'analyse de leur demande en produits locaux. Leur organisation interne (1.), la préparation des repas (2.) et le choix des fournisseurs (3.) seront successivement abordés.

1. L'organisation interne des restaurants

Le mode de gestion des restaurants est la première chose qu'il convient d'analyser car elle sert de base à toutes les autres réflexions (a.). Le personnel de cuisine (b.) et le matériel à sa disposition (c.) doivent aussi être étudiés en priorité.

a. Les modes de gestion des restaurants enquêtés

Sur 24 restaurants enquêtés, quel que soit son statut, public ou privé, 13 fonctionnent en régie directe, soit 54% de l'échantillon¹. Ce chiffre s'avère inférieur à la moyenne nationale de 68% des restaurants en régie directe, mais peut s'expliquer par le nombre de restaurants scolaires gérés par les communes enquêtés présents dans l'échantillon². Seuls deux de ces restaurants font office de cuisine centrale : le collège d'Etréchy approvisionne celui de Lardy en liaison froide (soit 1050 repas par semaine à eux deux), et le Centre hospitalier Georges Clémenceau à Champcueil (Essonne). Ce dernier confectionne la plupart des plats présentés aux convives, et les distribue dans les différents services en liaison chaude. Les autres restaurants en régie directe produisent des plats qu'ils consomment sur place. Tous gèrent eux-mêmes leur approvisionnement, à l'exception de la Maison de retraite du Gâtinais, à Maisse, qui bénéficie d'un approvisionnement programmé géré par la société Restalliance [Cf. Tableau II.1].

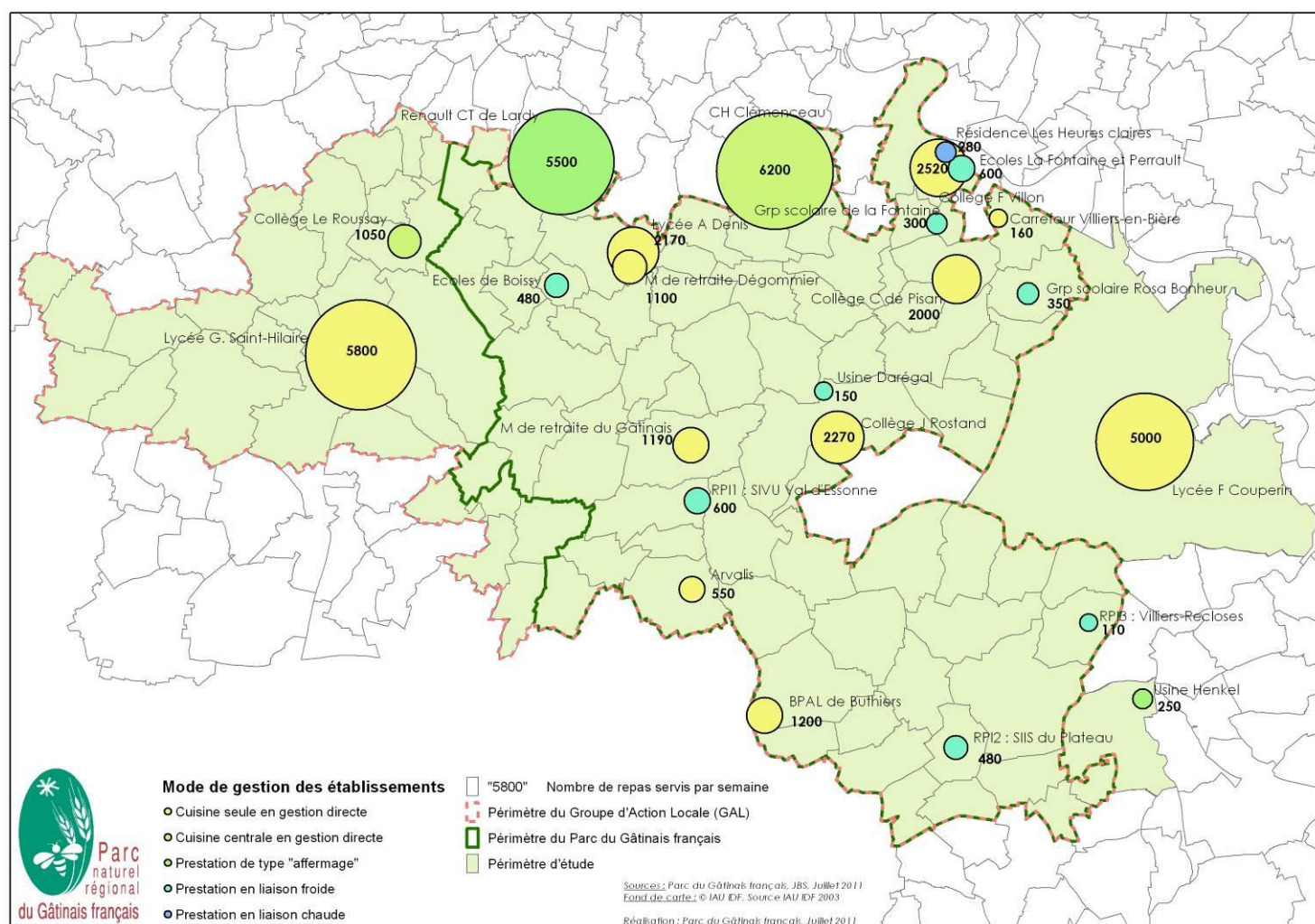
¹ En effet, il s'agit des douze restaurants dont le mode de gestion est direct, auxquels on ajoute un treizième : le seul restaurant de l'échantillon en approvisionnement programmé.

² Tous en gestion déléguée, ils représentent un tiers de l'échantillon.

Tableau II.1 : Mode de gestion et d’approvisionnement des restaurants enquêtés

		MODE D'APPROVISIONNEMENT			
		Direct		Délégué	
MODE DE GESTION	Direct	Régie directe	12	Approvisionnement programmé	1
	Délégué	Régie intéressée « Affermage » Concession	8 2 1

Les restaurants en gestion déléguée apparaissent alors surreprésentés par rapport à la moyenne nationale. Ces restaurants fonctionnent surtout sur le mode de la régie intéressée. Il s’agit de sept « cantines » scolaires et d’un restaurant d’entreprise (Darégal). Deux restaurants d’entreprise ont des modes de gestion de rapprochant du contrat d’affermage : Henkel et Renault-Lardy : un prestataire utilise les installations de son client pour confectionner des repas sur place³. Enfin, la Résidence Les Heures claires à Saint-Fargeau-Ponthierry est approvisionnée en liaison chaude par une cuisine centrale communale gérée en concession (délégation de travaux et de services publics).

Figure II.1 : Mode de gestion et nombre de repas des restaurants enquêtés

Finalement, tous les modes de gestion des restaurants collectifs sont représentés dans cette analyse [Cf. Figure II.1]. En effet, les restaurants enquêtés sont soit directement gérés par l'autorité (entreprise ou collectivité) dont ils dépendent (collèges, lycées), soit par le biais d'un prestataire qui :

- fournit des repas « tout prêt » (écoles, Darégal) ;
- les confectionne sur place (Henkel et Renault-Lardy) ;
- les fabrique dans une cuisine centrale construite pour l'occasion et approvisionne les restaurants en liaison chaude (Résidence Les Heures claires).

Cette surreprésentation peut s'expliquer par l'existence de nombreuses (petites) communes rurales n'ayant pas les moyens d'entretenir leur propre cuisine⁴. Ce mode de gestion est en effet plus facile à mettre en œuvre et s'avère plus souple que la gestion directe (les commandes des repas sont souvent passées la veille, les investissements sont moins conséquents, etc.). D'autant que les clientèles de ce genre de prestations sont souvent les cantines scolaires, la partie « social » du secteur santé-social, et les entreprises.

b. Le personnel de cuisine

L'environnement d'une cuisine collective fait intervenir plusieurs types de métiers. Une distinction doit ici être faite entre les cuisines productrices et les cuisines satellites, ces dernières réceptionnant des plats déjà prêts, quel que soit le mode de gestion du restaurant. Le chef de cuisine dirige la cuisine. Il élabore des menus, et le plus souvent propose au gestionnaire les achats à effectuer. Il peut aussi dans certains cas aider à choisir les fournisseurs du restaurant. Il est accompagné, dans certains cas, d'un second et d'un ou plusieurs autres cuisiniers, en fonction du nombre de repas à préparer. De plus, de nombreux restaurants collectifs emploient des aides de cuisine, chargés de préparer les fruits et légumes, de déconditionner les denrées, etc. Deux restaurants ont embauché un magasinier dans le but de gérer les livraisons de marchandises et les stocks (lycées G. Saint-Hilaire d'Etampes et F. Couperin de Fontainebleau).

Le personnel est en général peu diplômé : niveau VI ou V (sans diplôme ou Brevet des collèges) pour les aides, niveau V (CAP ou BEP) minimum pour les chefs. Ils bénéficient

⁴ D'ailleurs, certaines communes qui ont une école sur leur territoire, n'ont pas de restaurant scolaire, faute de moyens, c'est le cas notamment de Champmotteux et de Mespuits. D'autres se sont regroupés en RPI (regroupements pédagogiques intercommunaux), sous la forme de Syndicats intercommunaux. C'est le cas des communes de Boigneville, Buno-Bonnevaux, Gironville-sur-Essonne et Prunay-sur-Essonne, regroupées au sein du SIVU Val d'Essonne : elles envoient manger les enfants qu'elles scolarisent dans la cantine de Gironville.

néanmoins tous de formations, notamment en ce qui concerne les règles d'hygiène et de sécurité. Les gestionnaires (dans les collèges notamment) soulignent le manque de personnel pour certaines tâches – de lavage et d'épluchage des légumes notamment – de même que l'absentéisme important dans les cuisines. Un certain manque de motivation ou de satisfaction dans le travail semble aussi se faire sentir dans certains de ces restaurants.

Le personnel des cuisines satellites en revanche n'est pas aussi formé. De nombreux interlocuteurs, lors des enquêtes, estiment ainsi que, dans l'éventualité d'une évolution du mode de gestion vers la régie directe, le personnel devrait être formé, voire remplacé, pour assurer un service adéquat. Ceci montre bien la différence de qualification entre les personnels des deux types de restaurants.

c. L'équipement à disposition du personnel

Le matériel utilisé en cuisine diffère suivant que l'on confectionne les repas sur place ou que l'on achète des repas tout prêts. Ainsi, dans le premier cas, la cuisine doit être totalement (ou du moins le plus possible) équipée : les cuisiniers doivent disposer de fours, sauteuses, friteuses, bain-marie, d'armoires chauffantes et de tables chaudes... Les locaux de stockage s'avèrent aussi très importants. La plupart de ces restaurants disposent d'une réserve sèche (pour stocker tubercules, boîtes de conserves, etc.), de trois réserves froides à température positive (en général +3°C, pour le stockage, séparé, de la viande, des légumes et des BOF⁵) et d'une chambre froide à température négative (congélateur). Certains restaurants possèdent aussi des réfrigérateurs de jours, pour l'entreposage des denrées utilisées dans la journée.

De nombreux restaurants collectifs enquêtés disposent encore d'une légumerie : sur les 15 restaurants qui confectionnent des repas sur place, 10 disposent d'une légumerie. Cependant toutes ne servent pas, certaines sont même trop petites. Ce matériel, qui constitue aussi un local à part entière dans la cuisine, permet d'abord, dans une approche intégrée de l'hygiène en restauration collective, de séparer les denrées brutes et « sales », de celles qui ont déjà subi une transformation. Il s'agit principalement de fruits et légumes. Ils y sont lavés, voire désinfectés, et épluchés. La plupart de ces restaurants ont aussi des cellules de refroidissement, très utiles pour la conservation des aliments préparés jusqu'au lendemain, et/ou pour le transport dans le cas des cuisines centrales (pour le collège d'Etréchy, notamment).

⁵ BOF : beurre, œuf, fromage.

Les cuisines satellites aussi doivent être équipées de manière adéquate. Pour la liaison froide, le personnel doit être en mesure de conserver à basse température les repas, puis de les réchauffer rapidement. Le but est d'éviter une rupture de la chaîne de température, que ce soit froid ou en train de réchauffer, ce réchauffage devant être progressif. En liaison chaude, la cuisine doit être équipée d'une armoire permettant le maintien à +63°C des plats cuisinés chauds. Tous les restaurants enquêtés disposent des matériels appropriés.

2. La préparation des repas

La confection des plats (c.) servis en restauration collective constitue l'aboutissement d'un processus dont les piliers sont la maîtrise des coûts (b.) et l'élaboration de menus équilibrés, et si possible, satisfaisant la demande (a.).

a. L'élaboration des menus

Concernant la mise au point des menus, deux distinctions doivent être effectuées. D'abord, il convient de séparer les restaurants collectifs qui sont soumis à des règles nutritionnelles strictes édictées par le GEMRCN, et ceux qui ne le sont pas. Il s'agit des restaurants collectifs publics, principalement scolaires (de l'école maternelle au lycée, certaines préconisations s'appliquant aux restaurants universitaires), et du secteur santé-social (crèches, hôpitaux, etc.). Dans le premier cas, il s'agit de s'assurer que l'équilibre alimentaire de convives en pleine croissance est bien respecté, la montée du surpoids et de l'obésité en France nécessitant l'instauration de règles nutritionnelles applicables à la restauration collective. Dans le second cas, et surtout en ce qui concerne les cliniques, hôpitaux, maisons de retraites, etc., l'objectif est à la fois d'assurer cet équilibre alimentaire et de faire en sorte que des personnes fragilisées (malades, personnes âgées dépendantes) ne souffrent pas de déséquilibre alimentaire voire de dénutrition [OEAP/GEMRCN, 2007]. Ces règles nutritionnelles s'imposent aux personnes chargées d'élaborer et de valider les menus dans les restaurants publics. Ils sont obligés d'en tenir compte.

La seconde distinction tient au mode de fonctionnement des restaurants. En effet, la possibilité d'élaborer les menus diffère selon que la cuisine est effectuée sur place sans passer par un prestataire, ou pas. Dans le cas d'une cuisine sur place, réalisée par le personnel de la collectivité, la proposition de menu, qui émane le plus souvent du chef de cuisine, doit être validée par une commission des menus (collège d'Etréchy, lycée G. Saint-Hilaire d'Etampes)

ou par les seuls gestionnaires et chefs d'établissement (lycée de Cerny)⁶. Outre la réglementation, les seules contraintes sont celles émanant de la collectivité. En effet, certaines d'entre elles peuvent imposer aux chefs de cuisine des repas sans porc.

La réglementation en matière nutritionnelle s'impose aux restaurants collectifs. Elle prescrit les structures des repas (nombre de repas quotidiens et de composantes pour chaque repas, etc.), et le grammage précis pour (presque) tous les aliments, en fonction du type de population concerné par le repas [Cf. Annexe 8]. La composition des menus s'avère ainsi difficile et, faute de nutritionniste sur place, de nombreux restaurants collectifs se tournent vers des prestataires qui élaborent ou contrôlent l'élaboration des menus pour s'assurer du respect des règles nutritionnelles (collège de Perthes-en-Gâtinais, lycée de Cerny). Ainsi la société Davigel, une filiale du groupe Nestlé, propose un tel service à travers la démarche Nutriservices, et propose même un logiciel de création de menus respectant le GEMRCN. Restalliance, à travers sa marque Restappro, dispose aussi d'un tel service.

Dans le cas des restaurants dont la production n'est pas effectuée sur place, ou qui dépendent d'un prestataire (cas de l'affermage notamment), l'élaboration des menus est difficilement vérifiable par le client. Ainsi, dans le cas de la restauration différée, en liaison froide ou chaude, l'élaboration des menus relève de la compétence du prestataire et n'est pas toujours soumise à une validation de la part du client. C'est notamment le cas de la commune de Chailly-en-Bière. D'autres clients obtiennent la création d'une commission des menus (commune de Saint-Sauveur-sur-Ecole) ou peuvent choisir entre plusieurs menus (Syndicat intercommunal d'intérêt scolaire du Plateau). Ces conditions varient d'un prestataire à l'autre et d'un client à l'autre. Il en va de même pour les restaurants privés approvisionnés par un prestataire. Les règles nutritionnelles édictées par le GEMRCN sont d'ailleurs appliquées par les SRC le cas échéant. Ce faisant, l'élaboration des menus est fortement contrainte par une certaine maîtrise des coûts.

b. Coûts et prix des repas

Concernant les aspects financiers des repas, il convient aussi de distinguer les restaurants constitués d'une cuisine satellite et ceux dont la cuisine est effectuée sur place. Les

⁶ Les commissions des menus comprennent :

- Pour un établissement scolaire : le chef de cuisine, le gestionnaire, le chef d'établissement et des représentants des parents d'élèves, éventuellement un(e) diététicien(ne). Certaines comprennent aussi des représentants des élèves.
- Pour un établissement hospitalier ou une maison de retraite : le chef de cuisine, une infirmière et un médecin coordonnateur.

restaurants scolaires en liaison froide se caractérisent par des coûts facturés par le prestataire relativement faibles et surtout homogènes entre eux. En effet, ils sont compris entre 2,15€ et 2,70€ le repas [Cf. Tableau II.2]. Les prix moyens payés par les familles varient de 2,70€ le repas pour l'établissement 19 à 4,33€ pour l'établissement 14. Le très faible prix payé par les familles du premier s'explique par le fait que le Syndicat intercommunal ne rajoute pas de charges de personnel à ce que facture le prestataire. Mais l'existence de quotients familiaux dans certaines communes et la relative richesse de certaines d'entre elles par rapport à d'autres justifient les variations de prix observées.

Tableau II.2 : Prix et coût prestataire des repas des cuisines satellites

RESTAURANT	MODE DE GESTION	NOMBRE DE REPAS SEMAINE	PRIX MOYEN DU REPAS	COUT PRESTATAIRE	RAPPORT COUT/PRIX
Secteur Enseignement					
Etablissement 6	Régie intéressée	350	4,12 €	2,33 €	57%
Etablissement 9	Régie intéressée	600	3,17 €	2,37 €	75%
Etablissement 11	Régie intéressée	600	3,90 €	2,62 €	67%
Etablissement 13	Régie intéressée	480	3,68 €	2,38 €	65%
Etablissement 14	Régie intéressée	300	4,33 €	2,61 €	60%
Etablissement 18	Régie intéressée	480	3,20 €	2,15 €	67%
Etablissement 19	Régie intéressée	110	2,70 €	2,70 €	100%
Secteur Travail					
Etablissement 17	Prestation de type "régie intéressée"	150	3,50 €	n.d.	..
Secteur Santé-social					
Etablissement 21	DSP en liaison chaude	280	5,85 €	4,50 €	77%

* Tel que facturé aux différents établissements.

Concernant le prix de la prestation facturée à l'établissement 17, une entreprise, elle semble tout à fait correcte, comparée aux prix pratiqués dans l'enseignement. L'établissement 21, quant à lui, paie le prix de la liaison chaude, beaucoup plus contraignante, et plus chère à entretenir. Il faut aussi noter que les repas sont directement facturés aux convives.

Les restaurants du secteur de l'enseignement produisant sur place connaissent des prix et des coûts de repas assez variables [Cf. Tableau II.3]. Cette moindre homogénéité peut s'expliquer, pour les prix des repas, par l'incorporation de charges de personnel plus élevées que pour les restaurants fonctionnant en régie intéressée. Ces restaurants nécessitent en effet

plus de personnel, notamment en cuisine. D'autant qu'une redevance est par exemple versée par les collèges aux Conseils généraux sur la mise à disposition de matériel notamment. L'observation des données semble aussi indiquer une plus grande indépendance des collèges seine-et-marnais quant à l'achat des denrées et à la fixation des prix, par rapport à leurs homologues essonniers. Ces prix sont en effet fixés par le Conseil général en Essonne, pas en Seine-et-Marne. Cette faible liberté d'action peut peser sur le choix des fournisseurs. Enfin, le rapport coût/prix est homogène, les matières premières représentant 55% à 63% du prix payé par les familles. Seuls deux lycées ont un ratio plus élevé, consacrant relativement plus de moyens à l'achat des produits bruts.

Tableau II.3 : Prix et coût matière des repas des restaurants produisant sur place

RESTAURANT	MODE DE GESTION	NOMBRE DE REPAS SEMAINE	PRIX MOYEN DU REPAS	COUT MATIERE	RAPPORT COUT/PRIX
Secteur Enseignement					
Etablissement 1	Régie directe	2000	3,72 €	2,04 €	55%
Etablissement 2	Régie directe	2270	3,00 €	1,81 €	60%
Etablissement 4	Régie directe	2170	3,60 €	2,81 €	78%
Etablissement 5	Régie directe	5800	3,45 €	1,90 €	55%
Etablissement 7	Régie directe*	1050	3,00 €	1,90 €	63%
Etablissement 8	Régie directe	2520	2,92 €	1,80 €	62%
Etablissement 12	Régie directe	5000	3,31 €	2,34 €	71%
Etablissement 24	Régie directe	1200	9,20 €	1,82 €	20%
Secteur Travail					
Etablissement 3	Régie directe	550	4,00 €	2,76 €	69%
Etablissement 16	Prestation de type "affermage"	250	n.d.	3,40 €	..
Etablissement 22	Prestation de type "affermage"	5500	4,00 €	2,65 €	66%
Etablissement 23	Régie directe	160	2,82 €	2,60 €	92%
Secteur Santé-social					
Etablissement 10	Régie directe	6200	n.d.	1,90 €	..
Etablissement 15	Régie directe	1100	n.d.	4,90 €	..
Etablissement 20	Régie directe	1190e	n.d.	4,20 €	..

* Cuisine centrale qui approvisionne aussi le collège de Lardy.

Dans le secteur Travail, le coût matière est homogène à l'exception du restaurant de l'établissement 16. Son prestataire lui facture des frais liés à l'achat des matières premières assez élevés. Par ailleurs, le prix payé par les convives de l'établissement 23 est très inférieur à ceux des établissements 3 et 22. Le restaurant de l'établissement 16 s'auto-provisionne partiellement dans le magasin. Concernant le secteur Santé-social, il faut tout d'abord noter que les coûts matière des maisons de retraite valent pour la journée, soit deux repas. Les prix des repas ne sont pas connus, puisqu'ils sont intégrés dans un forfait journalier comprenant des frais d'hospitalisation et d'hébergement. On remarque enfin que l'établissement 10, au fonctionnement particulier et qui produit 6200 repas par semaine, maîtrise parfaitement son coût matière.

c. La production des repas

La préparation des repas sur place diffère de celle effectuée dans des cuisines satellites. Dans le premier cas, de nombreux chefs de cuisine ont défini des plages horaires pour chaque catégorie de plats (entrées, plats principaux, desserts). Par exemple, au collège de Milly-la-Forêt, l'assemblage des plats a lieu avant 9h, leur dressage dans les plats, entre 9h et 10h15. En général, les entrées sont souvent produites en début de journée, dès 7h du matin. Les viandes en sauce ou les plats qui demandent une longue préparation sont aussi produits très tôt. Les tâches ne sont pas forcément réparties entre employés : dans certaines cuisines, les uns font les entrées et desserts pendant que les autres s'attèlent au plat principal ; dans d'autres, tous travaillent indifféremment tel ou tel plat. Le temps est la principale contrainte soulignée par les personnes interrogées. D'autant que certains restaurants spécifiques subissent plus cette contrainte que d'autres : le collège d'Etréchy, qui produit aussi pour Lardy, doit finir la production à 10h pour commencer le refroidissement des plats et les expédier en liaison froide avant 11h. Le nettoyage est le plus souvent effectué par des aides.

En restauration différée, la préparation des repas est tout autre. Elle nécessite moins de main-d'œuvre et consiste en la réception des plats, complétée par un contrôle de l'arrivage, la conservation en chambre froide avec prise de température, la préparation d'éventuels fruits et crudités, le réchauffage des plats, la coupe du pain, le service et le nettoyage. En général deux à trois personnes s'en chargent (SIVU Val d'Essonne, écoles de Pringy et de Saint-Sauveur).

La préparation des repas nécessite une sélection drastique des fournisseurs, sur la base de critères établis à l'avance par les chefs de cuisine et gestionnaires responsables de restaurants.

3. Le choix des fournisseurs

L'analyse du choix des fournisseurs par les chefs de cuisines et gestionnaire s'appuie sur leur capacité à choisir et à changer de fournisseurs, ce qui semble plus facile en régie directe qu'en gestion déléguée (a.). Ce faisant, les acteurs de la restauration collective doivent établir des critères de sélection (b.), dans le but de déterminer les grossistes et producteurs les plus à même de répondre à ces critères (c.).

a. Le degré de liberté dans le choix des fournisseurs

Ce degré de liberté varie en fonction du mode de fonctionnement des restaurants. Ceux en régie directe « pure » ne souffrent a priori d'aucune restriction dans le choix des fournisseurs. Les restaurants collectifs de statut public doivent cependant se conformer au Code des marchés publics. De plus, l'appartenance à un groupement de commande⁷ – tel que défini à l'article 8 de ce même Code – peut aussi limiter les possibilités de choix. Le coordinateur de la structure lance des appels d'offres européens, reçoit des offres de la part de fournisseurs potentiels et sélectionne ceux qui répondent le mieux aux critères prédéfinis. Il établit ainsi une liste de professionnels auprès desquels les membres du groupement peuvent s'approvisionner. Il existe un tel groupement en Essonne, dont sont membres tous les collèges du département, et plusieurs lycées (dont ceux de Cerny et d'Etampes).

Dans le cas d'un approvisionnement programmé, dont la maison de retraite du Gâtinais à Maise est un exemple, la production faite sur place est le fruit du travail d'employés de la collectivité, mais l'achat des denrées est effectué par un prestataire extérieur. Les types de produits à acheter (et toutes leurs caractéristiques) sont définis à l'avance par le client, et un contrat engage les deux parties. Le prestataire choisit les fournisseurs, au meilleur rapport qualité/prix pour un groupe de produits (fruits et légumes, surgelé, etc.). Mais le client, obligé d'acheter chez fournisseurs présélectionnés, passe lui-même les commandes. Ce système permet un gain de temps, surtout pour les petites structures, mais limite leur liberté de choix.

Il en va de même lorsque la structure produit sur place par le biais d'un prestataire, sur le mode de l'affermage. En effet, comme le montrent les exemples des restaurants d'Henkel et de Renault-Lardy, le client laisse à son prestataire le soin de choisir les fournisseurs et se prive d'une certaine marge de manœuvre. D'autant que ce prestataire peut

⁷ Dont le fonctionnement ressemble aux centrales d'achats mais qui n'obéissent pas aux mêmes règles.

lui-même se voir imposer ses fournisseurs s'il appartient à un groupe disposant d'une centrale d'achats⁸. Enfin, en ce qui concerne les restaurants en régie intéressée ou en délégation de service public, ce choix n'appartient qu'au prestataire. Le client n'a, a priori, aucune visibilité quant au choix des fournisseurs et des produits.

b. Les critères de sélection : coût vs. qualité ?

Le coût d'un produit ou d'une prestation et sa qualité sont les critères les plus utilisés pour sélectionner des fournisseurs potentiels. Or, il s'avère que même s'ils sont prépondérants, d'autres critères peuvent intervenir dans ce choix. Les entretiens menés dans le cadre de l'analyse de la demande en produits de proximité par la restauration collective semblent assez formels. En effet, la qualité gustative est citée 12 fois en premier choix par les personnes interrogées⁹. Elle est souvent assimilée à la qualité nutritionnelle des denrées, les personnes enquêtées faisant rarement la distinction.

Le coût de ces produits est aussi cité de nombreuses fois comme critère de sélection : 14 fois, dont 7 en troisième choix. Ceci montre bien la prépondérance accordée à la qualité du produit, quelque soit sa forme, par rapport à son coût. En effet, le personnel, comme les responsables politiques et les parents d'élèves, suite à de nombreuses crises alimentaires dans les années 1990 et 2000, sont de plus en plus attentifs à la provenance, à la traçabilité – identifiée comme partie intégrante de la qualité par les sondés – et au goût des aliments. Ceci peut d'ailleurs expliquer un retour à certaines formes d'approvisionnements et ou d'achats tant par les consommateurs que par les collectivités [DELFOSSÉ, 2011].

Ces deux seuls critères ne suffisent pas pour sélectionner des fournisseurs. Plusieurs personnes interrogées ont insistées sur le fait que coût et qualité ne peuvent être dissociés l'un de l'autre. Il parle d'un rapport qualité/prix des produits leur permettant de choisir un bon fournisseur. La qualité ou l'existence d'un service client est aussi un moyen de sélection. Ce service client peut prendre diverses formes, notamment la disponibilité, des délais de livraison courts, la livraison par tout temps, etc. Il revient 6 fois au cours des entretiens. Les personnes qui passent et réceptionnent les commandes (magasiniers) y attachent une grande importance. Enfin, il faut noter que le critère environnemental est très peu cité, seulement deux fois, et jamais en premier choix.

⁸ Elior Restauration (ex-Avenance), qui gère le restaurant de Renault-Lardy, ne peut pas choisir ses fournisseurs et doit s'approvisionner auprès de ceux sélectionnés par la centrale du groupe, Careasa.

⁹ Le guide d'entretien figure en annexe 7.

c. Les principaux fournisseurs et SRC des restaurants enquêtés

Les enquêtes montrent une forte présence de grands groupes de l'agro-alimentaire dans l'approvisionnement des restaurants en régie directe. Ainsi, sur les fruits et légumes, sur les 15 grossistes cités, trois approvisionnent trois ou quatre restaurants. Il s'agit de MagPrim/MagFruit, Pomona, et Goetz. sur le surgelé, Davigel et Pomona se partagent le marché, avec respectivement 6 et 5 restaurants approvisionnés, sur les 17 fournisseurs désignés. Le principal vendeur de viande des restaurants enquêtés reste Bourdicaud, alimentant 6 restaurants, sur les 18 références citées. Enfin, en matière de boulangerie, 8 restaurants sur 10 se prononçant, disent acheter du pain local, élaboré de manière artisanale. Les deux autres achetant leur pain à France Pain.

Concernant les SRC actives parmi les restaurants en gestion déléguée enquêtés, 5 font appel à RGC Restauration, filiale de Sodexo. Deux ont pour prestataire OCRS, une PME seine-et-marnaise. Cogerest et Sogepare ont chacune un client au sein des restaurants enquêtés. Par ailleurs, Elior Restauration est aussi présent sur le territoire d'étude à travers le restaurant d'entreprise de Renault-Lardy. Une dernière SRC est active sur le territoire, Les Repas saveurs, jeune PME seine-et-marnaise. Ces deux dernières sociétés sont des prestataires produisant sur place, dans des cuisines construites par leurs clients.

Le fonctionnement des restaurants collectifs s'avèrent ainsi complexe, et leurs pratiques assez hétérogènes. Avant d'analyser les possibilités d'intégration des produits locaux, il faut déterminer la façon dont les acteurs interrogés perçoivent les produits locaux.

SECTION II.II : LA PERCEPTION DES PRODUITS LOCAUX PAR LES ACTEURS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Outre le fonctionnement de ces restaurants, l'étude menée sur le territoire vise aussi à déterminer la perception des produits locaux par les gestionnaires et chefs de cuisine enquêtés. Il s'avère ainsi que les produits locaux sont définis de manière très différente d'une personne à l'autre. On observe ainsi une pluralité de définitions possible. Les personnes interrogées utilisent cinq critères principaux (1.), mobilisables dans la détermination des produits locaux, et ce dans toute leur diversité (2.). Cette multiplicité des définitions n'est pourtant pas sans conséquences sur l'approvisionnement local de la restauration collective (3.).

1. Les cinq critères principaux de définition des produits locaux

Les produits de proximité, dont certains sont valorisés à travers des circuits courts, peuvent être définis selon différents critères complémentaires et non exclusifs. Ce faisant, certains de ces critères peuvent être utilisés dans la définition des circuits courts. Les enquêtes menées dans le cadre de l'étude sur le territoire du Parc du Gâtinais français élargi permettent d'identifier cinq critères principaux.

a. La distance au lieu de production

Ce critère semble le plus évident. Il est d'ailleurs cité en premier choix 22 fois sur 24 entretiens. Pratique, il permet de déterminer, de circonscrire même, l'espace physique dans lequel peut être cultivé, élevé ou élaboré un produit alimentaire pour être considéré comme local. Les enquêtes montrent une assez grande variabilité dans la définition même de cette distance. En effet, celle-ci peut être exprimée de différentes manières : soit en termes de distances kilométriques, soit en termes de circonscriptions administratives [Cf. Tableau II.4].

Tableau II.4 : Les différentes formes de distance au producteur citées durant les entretiens

FORME DE DISTANCE AU PRODUCTEUR	NOMBRE DE REPONSES EN TANT QUE PREMIER CHOIX
La commune	2
Jusqu'à 50 km autour du lieu de consommation	9
Le département	3
Jusqu'à 100 km autour du lieu de consommation	3
Jusqu'à 150 km autour du lieu de consommation	1
La région Ile-de-France, y.c. départements limitrophes	4
La distance n'est pas un critère pertinent pour définir un produit local	2
Total des réponses	24

La distance au producteur peut aussi varier en fonction du type de restaurant collectif et de son implantation. Un chef de cuisine dans un collège ne définit pas ce critère de la même façon que son homologue dans le secteur hospitalier. Pour le premier, le périmètre en question s'établit soit au niveau du département soit dans un rayon de 50 km autour du lieu de consommation. Pour l'hôpital, le périmètre est plus vaste (la région). Ceci peut peut-être s'expliquer par le fait que le second est moins intégré dans la vie locale et s'approvisionne dans des quantités très nettement supérieures. L'implantation du restaurant joue aussi un rôle dans la détermination de ce critère. En effet, installée près d'une limite départementale ou régionale, la personne a tendance à utiliser un critère de distance kilométrique et, de ce fait, à déborder des limites administratives du territoire. C'est le cas par exemple du responsable du

restaurant d'entreprise d'Arvalis, situé tout au sud de l'Essonne qui considère ses fournisseurs du Val de Loire et de Bourgogne comme locaux.

b. Le terroir

Il permet à la fois de définir ce qu'est (ce que peut être) un produit local, et d'établir une distinction entre deux types de produits locaux : le produit régional, la spécialité, et le produit banalisé, pouvant être produit « n'importe où », et étant produit précisément où il sera valorisé. Concernant le dernier, il s'agit d'un aliment quelconque mis en valeur par sa seule présence sur le territoire. Les spécialités, au contraire, ont une histoire. Elles sont assises sur des savoir-faire locaux, des façons de les préparer. Ceci implique un aspect culturel et social très important, élément de valorisation du produit, plus que ne l'est le produit lui-même.

Ce critère est très utilisé par les personnes interrogées. Il ressort très souvent en deuxième choix, après la distance par rapport au lieu de production. Il est en effet cité 8 fois sur 20 deuxièmes choix, dans un but de précision ou de distinction du précédent critère. Certaines personnes définissent ainsi un produit local uniquement par rapport au lieu de production et à la distance physique (et au temps de transport) entre le lieu de production et celui de consommation, l'existence d'une spécificité local n'ayant aucun rapport. D'autres au contraire estiment que l'un et l'autre sont liés : un produit régional peut être en plus local s'il est consommé à proximité de son lieu de fabrication.

c. La relation au producteur

Ce critère est aussi présent dans le discours des personnes interrogées. En effet, cherchant à définir ce qu'est un produit local, la relation au producteur est parfois admise de façon implicite lorsqu'elles soutiennent un retour à une agriculture de proximité, dans laquelle le rôle des agriculteurs-fermiers reprenne sa place. Elle renvoie aussi un peu à une certaine nostalgie des « potagers de grands-mères ». Il renvoie à deux idées principales. Le critère inclut une certaine idée de réduction du nombre d'intermédiaires. Elle sous-entend ainsi, au sens strict, l'établissement de liens directs (échanges sur un marché par exemple ou lors de la livraison de denrées avant la préparation de repas) entre acheteur et vendeur.

Il permet ensuite de signifier l'existence et l'entretien d'une dynamique de confiance entre le producteur et le consommateur. En effet, les différentes crises sanitaires des années 1990 et 2000 ont eu pour conséquence une demande de plus en plus forte des consommateurs, et donc des personnels de restaurants collectifs, pour des produits sains et de qualité. Or

comment mieux s'assurer de (ou se rassurer sur) la qualité des aliments qu'en établissant une relation de confiance avec un ou des producteurs que l'on peut rencontrer et avec qui le consommateur peut discuter du produit qu'il va acheter ? La relation au producteur doit donc se comprendre selon ces deux acceptions du nombre d'intermédiaires entre offre et demande, et de la confiance entre acteurs.

d. Le mode de production

Le mode de production des aliments est un critère assez souvent utilisé dans la définition des produits locaux. Il renvoie à deux modes de production utilisés par les personnes interrogées pour définir ce qu'est un produit local : la production biologique et la production artisanale. Le premier est très encadré par la législation française et européenne. Il est aussi très bien connu du grand public, et des personnes interrogées. Lorsque des exploitants le souhaitent, à condition de respecter les cahiers de charges de production en bio, la marque AB peut être apposée sur des produits, bruts ou élaborés. Ce mode de production est ainsi très contrôlé et permet la valorisation de productions agricoles utilisant un mode de production écologique (pas d'intrants chimiques, ni de produits phytosanitaires, etc.). Les producteurs en agriculture biologique obéissent à des règles strictes, et sont soumis à une certification. Les personnes interrogées amalgament souvent produits bio et produits locaux. Or même si de nombreux produits locaux sont bio, tous ne le sont pas¹⁰.

Le concept de production artisanale est au contraire beaucoup plus intangible. Il relève plutôt de la perception d'une certaine qualité de la nourriture due à son mode de fabrication lié à des méthodes et techniques ancestrales, ancrées dans des régions ou des localités bien spécifiques. Il entre en opposition avec la production de masse des industriels de l'agroalimentaire. Ce critère est fortement lié à celui du terroir, du fait notamment de sa dimension des savoir-faire. Les enquêtes montrent un assez fort intérêt des personnes interrogées pour ce mode de production, plutôt que pour le bio qui est assez souvent perçu comme du marketing de la part d'industriels et des grandes marques.

e. Le degré de transformation

Ce critère est rarement cité par les personnes sondées et doit être introduit lors de l'entretien. En effet, il semble très important, dès le début de la mission, de déterminer si un

¹⁰ En effet, avec seulement 1,2% de la SAU francilienne en production biologique, il y a peu de chance pour que tous les produits locaux de la région le soient [Agence Bio, 2011].

produit élaboré peut être perçu comme local. Ainsi, lorsque la question leur est posée, la quasi-totalité des participants estiment que tous les produits bruts peuvent être locaux, à condition d'être achetés sur le lieu ou à proximité du lieu de culture ou d'élevage.

Les produits élaborés quant à eux, sont plus difficilement acceptés en tant que produits locaux, même si la plupart des sondés pensent qu'un produit transformé peut être local. La qualité de production locale d'une denrée tient ici au fait qu'il doit être fabriqué sur les lieux ou à proximité des lieux de production, et le plus souvent, selon des méthodes artisanales, selon des savoir-faire locaux. En revanche, le pain constitue une exception en ce sens que la farine d'un pain boulangé de manière artisanale n'est pas forcément locale ; cet aliment est pourtant considéré comme un produit local.

2. Les différentes notions du local

En combinant ces cinq critères, il est possible d'établir quatre notions différentes du local, notions implicitement développées par les personnes interrogées durant les enquêtes.

a. Le local défini en fonction du type de produits

Cette définition du « local » est celle qui ressort le plus durant les entretiens. Elle fait intervenir trois des critères précédemment cités : celui du terroir, celui du degré de transformation, et celui de la distance au lieu de production. Elle permet de déterminer deux types de produit : le produit régional ou la spécialité régionale, et le produit local commun, sans particularité spécifique, mis à part celle d'être fabriqué « à proximité ». Pour les premiers, il peut s'agir de produits bruts ou élaborés (poule gâtinaise, bière du Gâtinais, etc.), pour les seconds, il s'agit principalement d'aliments bruts : la salade cultivée dans la plaine de Bière n'est fondamentalement pas différente de celle du sud de la France, si n'est son lieu de production.

b. Le local en fonction du degré de transformation

Cette notion ne fait intervenir qu'un critère, celui du degré de transformation du produit. On observe ainsi une différence entre un produit local brut (la courge rouge d'Etampes) et un produit élaboré : le miel du Gâtinais. Les entretiens montrent bien que bruts ou élaborés, des productions peuvent être considérées comme locales.

c. Le produit local différent du produit de proximité

La distinction entre produit local et produit de proximité ressort aussi très bien lors des entretiens menés dans le cadre de l'étude. En effet, de nombreux participants estiment que les deux notions ne recouvrent pas les mêmes périmètres. Un produit local est défini comme un aliment cultivé, élevé ou élaboré dans une zone géographique proche du lieu de consommation. Tous les types de produits peuvent être ainsi qualifiés de locaux, à condition de respecter le critère de la distance au lieu de production.

Par contre, le produit de proximité fait intervenir une dimension supplémentaire, celle de la relation au producteur. C'est, en effet, le « produit d'à côté » ; par exemple, dans le cas du restaurant d'entreprise d'Arvalis, la « cressonnière d'à côté ». Ici, la relation au producteur est très importante car elle offre une dimension sociale au produit local. Le fait de rencontrer le maraîcher sur le marché du village ou l'arboriculteur qui livre ses fruits à la cantine rapproche le producteur local du cuisinier. Ainsi, à l'inverse du produit local qui peut être un produit régional, le produit de proximité, tel que cité par les personnes interrogées, est perçu comme un aliment, le plus souvent brut, dont la seule caractéristique est d'être produit à une très faible distance du lieu de consommation, « ici ». Il s'accompagne aussi d'une relation sociale avec le vendeur, qui se trouve être, le plus souvent, un producteur).

d. Le local en fonction du mode de production ou d'élaboration

Une dernière notion du « local » apparaît lors des entretiens. Elle s'appuie sur un seul critère : le mode d'élaboration du produit. En effet, les personnes enquêtées distinguent trois modes de production. Les aliments peuvent être produits selon un mode de production industriel, artisanal ou biologique.

Le mode de production artisanal est très largement plébiscité : la nostalgie de l'ancien temps intervient beaucoup en ce sens et renvoie à une sensation de produits proches de valeurs traditionnelles. Ils sont très largement assimilés à des produits locaux, surtout s'ils sont fabriqués selon des techniques spécifiques. Certaines appellations ou labels entrent dans cette catégorie : AOP, IGP, etc. Les produits issus de l'agriculture biologique sont loin d'être aussi appréciés que les précédents. En effet, même si la majorité des participants estime qu'ils semblent meilleurs pour la santé, ils sont perçus comme des produits marketing et trop chers pour la plupart des gens et pour les restaurants collectifs. Tous les produits bio ne sont pas forcément locaux : malgré leurs défauts, l'amalgame entre produits bio et locaux est souvent

fait par les personnes interrogées. Enfin, le produit fabriqué par les industries agro-alimentaires n'est jamais considéré comme un produit local, car il n'y a aucun moyen de s'assurer de la provenance des produits, ni des techniques de transformation adoptées.

3. Implications concernant l'approvisionnement des restaurants

On observe ainsi une multiplicité des définitions, à la fois du « local » et des produits locaux. En effet, les personnes interrogées caractérisent ces deux concepts de manières différentes. Par exemple, la plupart des personnes utilisent le critère de la distance au producteur pour cette définition, alors qu'elles sont moins nombreuses à estimer qu'un produit local doit ou peut être élaboré suivant un mode de production particulier (artisanal ou biologique). Il en va de même pour la définition du local : quatre notions sont tirées des entretiens réalisés, notions renvoyant à différentes acceptions du local, faisant intervenir plusieurs critères.

La profusion des définitions n'est pas sans conséquences sur l'approvisionnement local des restaurants collectifs. Trois obstacles majeurs peuvent se présenter. Elle peut ainsi impliquer des difficultés dans le choix des produits. Les personnes en charge de l'approvisionnement du restaurant, gestionnaire et chefs de cuisine en premier lieu, peuvent se trouver face à une gamme de produits trop large, ou au contraire face à des aliments ne correspondant pas à leurs critères de sélection des produits locaux. Il en découle aussi des complications pour s'assurer de la qualité des produits achetés. En effet, la plupart des participants à l'étude estime ne pas être qualifiés pour contrôler et vérifier la provenance exacte – ou tout autre critère de sélection – des aliments livrés. Enfin, il peut être difficile de trouver des fournisseurs répondant à tous les critères des produits locaux, tels que définis par les participants.

Cependant, cette multiplicité des définitions des produits locaux, si elle est avérée, peut permettre d'élargir ce marché. Ainsi, les produits locaux, dans toute leur diversité, peuvent mieux correspondre à la variété des attentes des consommateurs (attentes exprimées par des critères différents). Le marché touche alors des acheteurs différents, donc différents types de restaurants collectifs (en gestion directe ou déléguée, avec de faibles ou d'importants moyens financiers, etc.). Il est alors important de caractériser la demande en produits de proximité émanant de ces restaurants.

SECTION II.III : LA NATURE DE LA DEMANDE EN PRODUITS LOCAUX PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE DU GATINAIS FRANÇAIS

La nature de cette demande varie en fonction du type de restaurant collectif et en fonction de ses caractéristiques. Elle reste ainsi relativement faible sur le périmètre étudié (1.). Leur approvisionnement en produits locaux reste cependant conditionné par l'existence de déterminants internes et externes (2.), lesquels peuvent permettre d'apprécier le degré d'acceptabilité de ces aliments en cuisine (3.). Les résultats des enquêtes nous renseignent ainsi sur le potentiel d'achat de produits de proximité par les restaurants sondés (4.).

1. L'approvisionnement actuel des restaurants collectifs en produits locaux

Les volumes d'achats de produits – tous produits confondus - par la restauration collective sont très importants. Par exemple, ils représentent, pour les seuls établissements enquêtés, des centaines de kilogrammes de légumes (a). Ces aliments sont en grande majorité achetés à des grossistes et autres distributeurs franciliens (b.), peu d'entre eux étant le fruit du travail de producteurs locaux (c.).

a. Les volumes d'approvisionnement actuels : ordres de grandeur

La présente analyse n'a pas pour vocation de donner une estimation exhaustive de la demande en produits locaux par la restauration collective, en termes de volumes. Elle cherche plutôt à estimer un ordre de grandeur des quantités d'aliments consommés. Ces derniers sont regroupés en six grands types de produits : viande, poisson, féculents, légumes garniture, fruits et crudités et pain. Cette étude a permis de réaliser une première quantification des volumes d'approvisionnement des restaurants enquêtés. De plus, grâce au concours du chef de cuisine du collège Christine de Pisan de Perthes-en-Gâtinais, qui a établi une grille de comparaison entre produits bruts et préparés [Cf. Annexe 9], il est possible d'évaluer ces mêmes volumes pour les restaurants en gestion déléguée.

Les quantités de produits achetés sont globalement constantes d'un repas sur l'autre. On observe d'importants achats de viande pour les restaurants, tous secteurs d'activité confondus. Les restaurants s'approvisionnent plus en viande qu'en poisson. Les fruits et légumes sont eux aussi des produits très consommés. En effet, pour les seuls restaurants dont la production s'effectue sur place, ils représentent plus de 1600 kg de marchandises, par repas, soit près de 14 tonnes par semaine [Cf. Annexe 10].

Ces résultats doivent cependant être analysés avec soin puisqu'il s'agit d'estimations. En effet, les personnes enquêtées durant les entretiens ont éprouvé certaines difficultés, notamment pour quantifier leurs achats en fruits frais. Il leur est difficile d'estimer et d'en différencier toutes les utilisations (fruits bruts, en salades, utilisation cuits, etc.). D'autant que certains restaurants laissent les fruits bruts en libre service. Il en va de même pour les légumes crudités. La diversité de leur utilisation rend difficile leur quantification (nombre des entrées proposées en self, multiplicité des conditionnements des produits : frais, conserves, etc.).

b. La provenance de ces aliments

Les circuits de commercialisation longs dominent. En effet, la plupart des fournisseurs cités par les personnes interrogées durant les entretiens sont des distributeurs et des grossistes. Rares sont les producteurs locaux cités comme fournisseurs. On retrouve ainsi de grands groupes présents dans toute la France, comme Pomona et Davigel. Cette dernière est une filiale de Nestlé. Ces deux firmes approvisionnent des restaurants collectifs et des SRC présents sur le territoire. Elles proposent tous types de produits, surtout des fruits et légumes, de la viande et des produits de la mer, tous frais ou surgelés. Quatre autres groupes sont bien implantés auprès des restaurants enquêtés : Goetz et Mag-Prim¹¹ spécialisés dans les fruits et légumes et tous deux implantés en Essonne, Bourdicaud dans la volaille (Esternay, Marne) et FrancePain, basée à Melun.

Outre l'achat de produits locaux, les enquêtes menées auprès des restaurants de l'échantillon permettent de déterminer trois zones d'achats¹². La première est constituée par la région Ile-de-France : les bases logistiques de ces distributeurs sont situées dans la petite couronne francilienne, notamment au MIN de Rungis (Val-de-Marne). La seconde zone est plus large et constituée de PME spécialisées implantées en grande couronne et dans les départements limitrophes de la région. La dernière zone d'achats comprend des fournisseurs situés dans toute la France (cas assez rare, sauf dans le milieu hospitalier).

c. Les produits locaux employés par les restaurants enquêtés

Actuellement, parmi ceux enquêtés dans le cadre de l'étude, très peu de restaurants collectifs emploient des produits locaux dans le cadre de leur activité. En effet, sur 15 restaurants en cuisine sur place, seuls 10 achètent des produits locaux. Sur ces 10, cinq

¹¹ Mag-Prim fait aussi des produits de la mer surgelés.

¹² Qui ne sont pas les zones de production de ces mêmes produits.

déclarent n'acheter que du pain, et aucun autre produit local. Il s'agit de pain élaboré par des boulangers locaux, mais dont l'origine de la farine reste méconnue. Il est cependant possible de connaître le moulin où la farine est moulue. Par exemple, le collège Jean Rostand de Milly-la-Forêt s'approvisionne en pain local, pain dont la farine provient de moulins est-seine-et-marnais, dont la plupart des grains provient de Brie et de Beauce¹³. Les chefs de cuisine et gestionnaire estiment qu'il est trop difficile, en dehors du pain, de chercher puis gérer ces approvisionnements locaux.

Tableau II.5 : Les restaurants enquêtés s'approvisionnant en produits locaux
(à l'exception de ceux n'achetant que du pain local)

RESTAURANT	LEGUMERIE	TYPES DE PRODUITS					FREQUENCE
		FRUITS et LEGUMES	PRODUITS LAITIERS	VIANDE	PAIN	AUTRES*	
1 Collège Ch. de Pisan	Non	X	X	X	X	X	Régulièrement
3 Arvalis	Non	X	X	X	X	X	Régulièrement
8 Collège F. Villon	Oui	X	X				Occasionnellement
12 Lycée F. Couperin	Oui	X		X	X		Occasionnellement
24 BPAL de Buthiers	Oui	X	X	X	X	X	Régulièrement

* Pommes de terre, miel, safran, etc.

Parmi les cinq restaurants restants, deux n'achètent des produits locaux qu'occasionnellement, pour des repas spéciaux, de type « Semaine du Goût ». Ces restaurants s'approvisionnent une à deux fois par an en viande, fruits et légumes et produits laitiers locaux. Il s'agit d'un collège et d'un lycée de Seine-et-Marne [Cf. Tableau II.5]. Enfin, trois restaurants s'approvisionnent régulièrement en produits locaux, tous produits confondus, même des produits assez peu courants en restauration collective, comme le safran. Leurs chefs de cuisine sont très impliqués dans ces achats locaux. Ils achètent plus de produits locaux bruts que de produits locaux élaborés (comme le miel) ; pourtant deux des trois ne disposent pas de légumerie¹⁴.

Résultat 1 :

Une demande en produits locaux, même faible, émane déjà des restaurants collectifs au sein du périmètre d'étude.

¹³ Il s'agit des moulins Bourgeois : <<http://www.moulinsbourgeois.com>>.

¹⁴ Notons qu'ils disent acheter des produits locaux bruts, mais n'achètent pas que ça : des produits locaux ayant subi une première transformation (volaille) ou des produits non locaux, achetés *via* des circuits de commercialisation conventionnels.

Certes une demande en produits de proximité existe déjà sur le territoire étudié, mais elle reste peu développée pour l'instant. Il convient donc de déterminer les facteurs d'approvisionnement en produits locaux des restaurants collectifs.

2. Les déterminants de l'approvisionnement en produits locaux

Les entretiens menés dans le cadre de cette permettent de mettre en avant deux types de facteurs influençant les choix d'approvisionnement en produits locaux des restaurants collectifs. Les facteurs internes sont liés à l'organisation même ou au mode de fonctionnement des restaurants (a.). Les déterminants externes de cet approvisionnement perçus par les personnes interrogées sont surtout relatifs à l'offre de produits (b.). Il est ensuite possible de les replacer dans leur contexte pour essayer d'en déterminer la portée.

a. Les facteurs internes

Six facteurs internes principaux peuvent être retenus. La *qualité de la main-d'œuvre* est primordiale et influence grandement le fonctionnement des restaurants collectifs. L'activité de production de repas, que ce soit sous statut public ou privé, nécessite une main-d'œuvre relativement nombreuse et qualifiée. L'intégration de produits locaux en dépend aussi. Par exemple, le surcroît de travail engendré par l'incorporation de produits locaux bruts nécessite l'embauche de salariés supplémentaires ou l'accroissement du temps de travail des employés actuels. Le lavage et l'épluchage de produits bruts demande en effet beaucoup de temps. Il en va de même dans le cas du passage d'un mode de gestion délégué à une régie directe : le personnel en gestion déléguée ne connaît pas les règles de fonctionnement d'un restaurant en autogestion et n'est pas qualifié pour travailler dans ce nouvel environnement. Ainsi, les personnes interrogées expriment leur scepticisme quant à un approvisionnement local à travers le temps que prennent lavage et épluchage des fruits et légumes bruts, le manque de personnel (absentéisme, etc.) et la nécessité de disposer d'une équipe formée aux techniques de la restauration collective. Or la formation du personnel est un problème soulevé dans les enquêtes, notamment dans les restaurants en gestion déléguée.

Résultat 2 :

Un approvisionnement local implique l'existence au sein du restaurant d'une main-d'œuvre suffisante et bien formée.

Ce facteur est l'un des plus cités par les personnes interrogées. Il peut être complété par un autre déterminant du choix des modalités d'approvisionnement des restaurants collectifs : *l'implication du personnel*. Celle-ci s'avère en effet un élément clé de l'introduction des produits locaux dans le Gâtinais français. En effet, sur les deux restaurants qui emploient le plus de ces aliments, leurs deux chefs de cuisine sont très concernés par la problématique. Leurs convictions personnelles et expériences respectives les motivent en ce sens. Ils arrivent d'ailleurs à manager une petite équipe. De plus, l'expérience de Nemours [Cf. Encadré II.1] montre bien cet aspect : l'introduction de produits locaux, qui doivent être travaillés de manière différente, crée une rupture dans la monotonie du travail. Les employés se sont beaucoup impliqués dans ce projet, à Nemours, qui a atteint ses objectifs.

Encadré II.1 : L'expérience de Nemours

En janvier 2009, le Maire de Nemours propose la préparation de repas entièrement bio dans les restaurants scolaires relevant de sa compétence. Or après avoir consulté la Chambre d'agriculture de Seine-et-Marne, il s'avère que la production bio francilienne est insuffisante et qu'il est très difficile de s'approvisionner localement en bio. La Chambre propose alors à la Mairie un approvisionnement en produits de proximité. Nemours est une ville de 12 500 habitants ; elle dispose d'une cuisine centrale avec légumerie, de quatre satellites et produit 600 repas par jour en moyenne.

Elle réalise ainsi, en partenariat avec la Chambre d'Agriculture et l'association de communes Val de Loing, une étude de faisabilité et contacte de nombreux producteurs locaux. Le but est de connaître leurs possibilités d'approvisionnement en produits fermiers, pour 600 convives, entre septembre 2009 et juin 2010. 15 producteurs répondent favorablement. Les menus sont élaborés ; les agriculteurs accompagnés par la Chambre pour répondre aux spécifications de la cuisine centrale.

L'opération débute en septembre 2009 ; un menu « Repas du Terroir » est offert aux demi-pensionnaires une fois par mois. Les producteurs locaux fournissent ainsi des produits frais, de proximité et de qualité. Ces menus tiennent compte de la saisonnalité des aliments. Les commandes sont effectuées par le chef de cuisine et les livraisons par les producteurs eux-mêmes. Le surcoût engendré, de l'ordre de 1€ par repas, est totalement pris en charge par la Mairie, ce qui représente un budget supplémentaire de 6000€ par an. Une animation sur le métier d'agriculteur et sur les productions locales, menée par les producteurs, a lieu à chaque « Repas du Terroir ».

Avant la fin de l'année scolaire 2010, la Mairie s'est engagée à reconduire l'opération pour 2010-2011. La cuisine centrale devant être détruite fin 2010, elle a dû faire en sorte de la conserver car l'opération ne peut être menée à bien sans cet équipement. Dans ce but, la Mairie a passé des appels d'offres ; les producteurs ont à ce titre reçu une formation sur les modalités de la commande publique et ses obligations, de la part de la Chambre. En 2011, la Mairie ne souhaite pas augmenter la fréquence de ces Repas, n'en voyant pas l'intérêt politique, alors que les producteurs, eux, souhaitent disposer de revenus stables sur de plus longues périodes.

Autre facteur interne souvent cité lors des entretiens, le *mode de gestion des restaurants*. Il est souvent admis que la régie directe facilite l'introduction de produits locaux. Ceci est particulièrement vrai dans le cas des produits bruts. Aucune cuisine satellite ne peut se permettre d'accommoder des produits dits « sales », sans le matériel adéquat, juste avant de préparer les repas livrés par le prestataire. Elle n'en a ni le matériel, ni le droit. En effet, les SRC interdisent aux personnels de ces cantines, du personnel souvent communal, d'entreposer des aliments avec ceux qu'elles leur ont livrés. Or il existe d'autres moyens d'introduire des produits locaux en gestion déléguée, par le biais de cahiers des charges clairement établis

notamment. GUILLEMOT [2010] montre déjà que même la régie directe n'est pas le seul mode de gestion permettant l'intégration des produits locaux en restauration collective. L'échantillon choisi pour la présente étude ne permet pas de se prononcer définitivement sur le sujet. Nous pensons néanmoins, du fait de sources différentes, qu'il est possible pour des restaurants en gestion déléguée d'introduire des produits locaux dans leurs menus. Ainsi, la commune de Lardy, en Essonne, a imposé à son prestataire, Avenance Enseignement, l'introduction de produits bio locaux dans les plats servis. Des communes du Parc ou des Syndicats gestionnaires de restaurants scolaires pourraient faire de même. Cela suppose néanmoins un travail approfondi des cahiers des charges, surtout lorsque le restaurant est soumis au Code des marchés publics, qui exclut toute référence au caractère « local » d'un produit.

Résultat 3 :

La régie directe n'est pas le seul mode de gestion de la restauration collective autorisant un approvisionnement local.

Ainsi, il n'y a pas de dichotomie claire entre modes de gestion quant à la possibilité d'intégrer des produits locaux. De même que tous les restaurants en régie directe ne s'approvisionnent pas tous en produits locaux, la gestion déléguée n'interdit pas l'introduction de produits locaux en restauration collective.

Résultat 3 bis :

La régie directe n'implique pas pour autant que cette introduction de produits locaux soit facile.

Par ailleurs, ce n'est pas parce qu'un restaurant fonctionne en régie directe qu'il va faire le choix d'un approvisionnement local. D'autres facteurs, tout aussi décisifs que le mode de gestion, interviennent dans la décision de l'achat local.

La présence d'un équipement approprié à l'environnement de travail est aussi un élément essentiel dans l'introduction de produits locaux. C'est particulièrement le cas des légumeries dans les restaurants en régie directe. En effet, cet équipement, utilisé dans la préparation des fruits et légumes avant qu'ils ne soient introduits dans la zone « propre » de la cuisine, serait indispensable à un approvisionnement des restaurants en produits locaux. Notons d'ores et déjà que sur 15 restaurants dont la production est effectuée sur place, 9 disposent d'une légumerie. Parmi ces derniers, hormis le pain, aucun n'a introduit de

productions locales. A l'inverse, les deux restaurants déjà impliqués dans cette démarche n'ont pas de légumerie et emploient pourtant des produits bruts. Ainsi, le collège de Perthes-en-Gâtinais et le restaurant d'entreprise d'Arvalis n'ont pas de légumerie et emploient des produits locaux bruts. Ils ne forment certes pas la majeure partie des denrées, mais sont néanmoins bien utilisés¹⁵.

Résultat 4 :

La présence d'une légumerie n'est pas indispensable à l'introduction de produits locaux dans un restaurant collectif.

Les règles d'hygiène peuvent être aussi une contrainte portant sur un approvisionnement local des restaurants collectifs. En effet, la restauration collective est soumise à une réglementation drastique sur l'hygiène et l'introduction de produits locaux, potentiellement moins bien contrôlés, fait craindre à certains chefs de cuisine, des problèmes en la matière. La méthode HACCP, adoptée par tous les restaurants, doit permettre de limiter tout risque de contamination de la cuisine en agents infectieux. Elle préconise d'ailleurs de n'introduire en cuisine que les aliments dont l'origine et la traçabilité sont sûres et qui ne présentent absolument aucun risque de contamination. Ce déterminant de l'approvisionnement local reste néanmoins peu mis en avant lors des entretiens menés.

Dernier facteur interne, le *Code des marchés publics* apparaît lui aussi comme une contrainte limitant l'introduction de produits locaux. En effet, toute référence à l'origine d'un produit, toute utilisation d'un critère de proximité ou de localisation est proscrit par ledit Code. Leur utilisation constitue ainsi une distorsion de concurrence, privant une partie des acteurs économiques de part de marchés. Ce facteur reste cependant assez peu cité durant les enquêtes. Il s'avère pourtant l'une des contraintes majeure de l'approvisionnement local. Face à l'interdiction de critères de proximité ou de localisation, les rédacteurs des cahiers des charges précisent de plus en plus leurs attentes de telle sorte que cette proximité, qui n'est pas nommée, soit présente dans les contrats qui lient restaurants et fournisseurs/prestataires.

b. Les facteurs externes

Quatre facteurs externes influencent le choix d'un approvisionnement local. Le premier d'entre eux est la *capacité de production des fournisseurs*. En effet, de nombreux

¹⁵ D'un point de vue pratique, soit ils ne les transforment que peu (fruits à croquer), soit ils font le travail bien en amont. Le chef de cuisine du collège de Perthes-en-Gâtinais indique, par exemple, laver et éplucher les pommes de terre la veille du repas et laisser couler l'eau toute la nuit pour qu'elles ne s'oxydent pas.

interlocuteurs font part de leur scepticisme quant au potentiel des producteurs locaux à les approvisionner. Ce scepticisme s'applique tant aux volumes à produire qu'à la qualité des aliments. La restauration collective est perçue, de l'aveu-même des acteurs du secteur (chefs de cuisines, gestionnaires), comme une cliente hors norme, dont les seuls fournisseurs possibles ne peuvent être que des distributeurs et des grossistes basés au MIN de Rungis. Ainsi des producteurs locaux, tous secteurs confondus, n'auraient pas les capacités de produire pour l'approvisionner. Ces acteurs insistent aussi sur le fait que les producteurs locaux ne peuvent pas assurer une qualité constante, sur d'aussi grands volumes, pour assurer un approvisionnement des restaurants scolaires. Ce sentiment développé chez les personnes interrogées apparaît donc comme un frein à l'approvisionnement local, alors même que certains projets, comme l'expérience de Nemours, montrent qu'il est tout à fait possible à des producteurs locaux de fournir des restaurants collectifs. Certains souhaitent même s'engager de façon beaucoup plus fréquente dans cette voie.

L'existence d'*informations pertinentes sur les productions existantes* est aussi déterminante quant au choix d'un tel mode d'approvisionnement pour un restaurant collectif. En effet, de nombreux participants à l'étude ont affirmé ne disposer d'aucune information sur le sujet, ni en ce qui concerne les producteurs ou leurs productions commercialisées en circuits courts, ni en ce qui concerne les quantités produites. Très peu de personnes interrogées connaissent des producteurs locaux, sans parler de producteurs locaux pouvant approvisionner la restauration collective.

Résultat 5 :

La méconnaissance des filières locales d'approvisionnement participe à la faible utilisation des produits de proximité en restauration collective.

Outre la méconnaissance des filières, certaines idées reçues – à tort ou à raison – notamment sur le prix des produits locaux, influencent leur achat. Il en est ainsi du *coût des produits locaux*. Ces derniers sont souvent perçus comme étant plus chers que les aliments vendus par des distributeurs ou des grossistes. Les gros volumes achetés par ces acteurs permettent de réaliser des économies d'échelle, et de réduire les coûts unitaires des produits, alors même que certaines de ces produits viennent de très loin. Les produits locaux seraient plus chers du fait même de cette proximité, valorisée par des prix plus élevés. Les restaurants collectifs ne peuvent pas se permettre d'accroître leurs coûts d'approvisionnement, puisqu'ils n'ont pas des budgets extensibles.

Résultat 6 :

Le sentiment de prix plus élevés pour l'achat de produits de proximité est un frein à l'approvisionnement local.

La présente étude ne permet cependant pas de déterminer dans quelle mesure cette perception s'avère exacte ni si elle est exagérée. Certains interlocuteurs affirment pourtant que l'achat local, lorsqu'il est de saison, permet de faire des économies. En effet, la commande locale permet de réduire les coûts de transport tout en assurant, dans le cas des fruits et légumes, une maturation suffisante au produit. Le chef de cuisine du collège Christine de Pisan estime que les produits locaux, achetés à la bonne saison – on n'a pas de haricots verts hors saison en Ile-de-France – sont moins chers que des produits achetés à des grossistes.

La *volonté politique perçue par les personnes enquêtées* constitue le dernier déterminant de l'achat local. Cette volonté politique est assez souvent à la source d'une décision d'approvisionnement de proximité. En effet, de nombreuses municipalités, par la voix de leurs élus, incitent l'achat local. Il en va ainsi de la commune de Nemours qui a mis en place un « repas du terroir », une fois par mois, constitué d'aliments produits sur le territoire de la Seine-et-Marne. Il en va de même certains restaurants étudiés qui ont été plus ou moins influencés par la volonté d'un élu local. Ces critères permettent d'élaborer une typologie de « l'acceptabilité » des produits de proximité par les restaurants collectifs.

3. L'acceptabilité des produits locaux dans la restauration collective

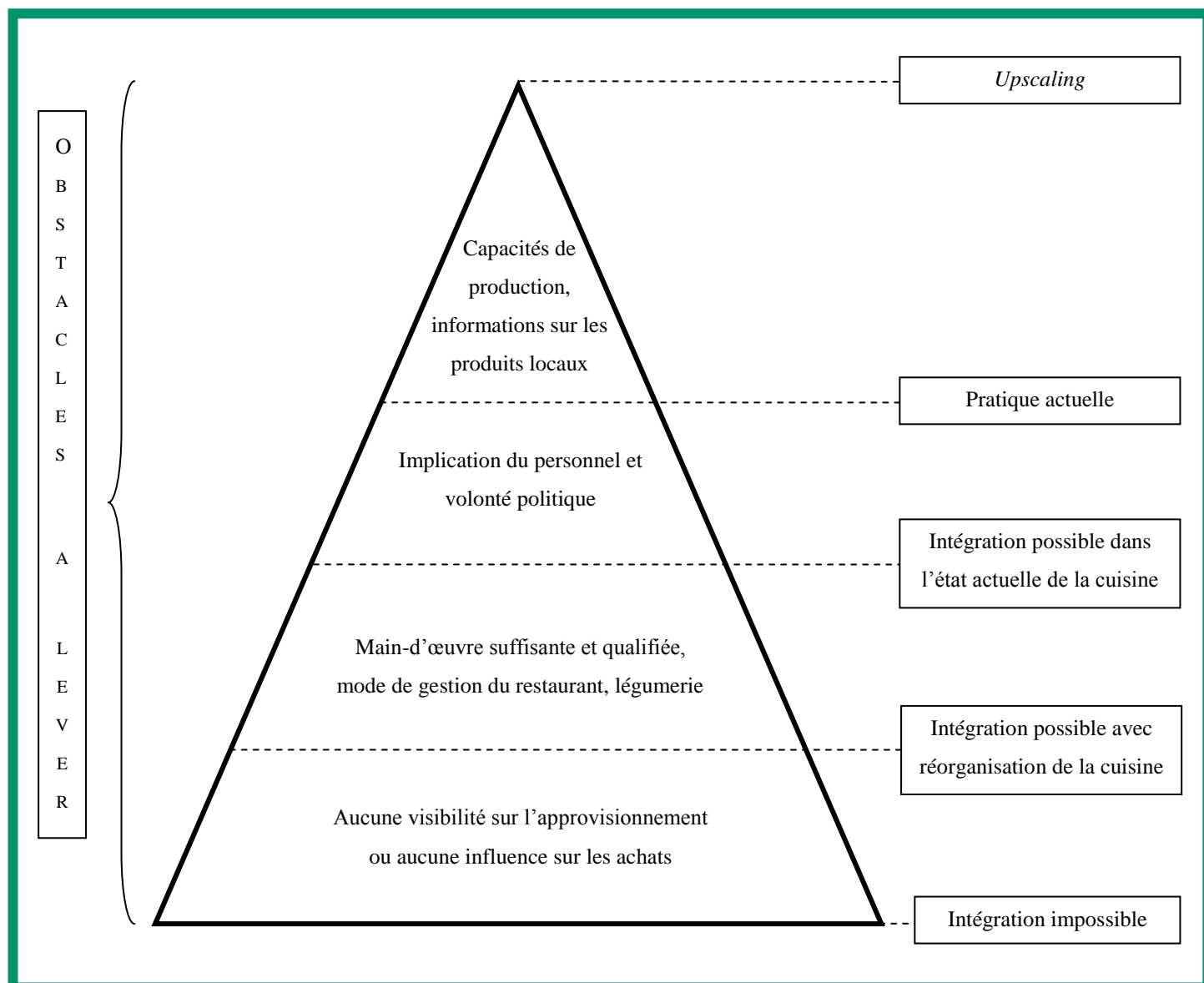
L'existence de facteurs d'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux permet de comprendre pourquoi certains restaurants choisissent des producteurs locaux comme fournisseurs, et d'autres pas. Elle permet aussi d'anticiper les évolutions possibles de la filière et de déterminer dans quelle mesure ces aliments peuvent être acceptés par les personnels de cuisine des restaurants collectifs. Après avoir écarté deux facteurs qui s'imposent d'eux-mêmes (les règles d'hygiène, et celles du Code des marchés publics), il est possible de distinguer cinq degrés d'intégration des produits locaux, applicables aux établissements enquêtés [Cf. Figure II.2].

a. Intégration impossible

Le premier degré concerne les restaurants pour lesquels l'intégration de produits de proximité s'avère impossible. Il concerne des établissements n'ayant aucune visibilité ou

aucune influence sur les choix d’approvisionnement. De plus, certains modes de fonctionnement ne semblent pas permettre des achats locaux de matières premières brutes : constituer une cuisine centrale en fait partie, car les temps de préparation sont raccourcis au maximum pour assurer un transport en cuisine satellite dans les délais.

Figure II.2 : Facteurs d’approvisionnement en produits de proximité et degré d’acceptabilité des produits locaux



Le CH Georges Clémenceau et le collège d’Etréchy sont dans ce cas. En effet, leur mode de fonctionnement en tant que cuisine centrale rend impossible l’introduction de produits locaux. De plus les choix organisationnels qui ont prévalu lors de la construction de l’hôpital l’en empêchent, de même que le manque de temps dû au transport en liaison froide pour le collège. Les restaurants en régie intéressée (six écoles et une entreprise) relèvent aussi de ce degré car les choix d’approvisionnement ne leur appartiennent pas. Il en va de même

pour Renault-Lardy où toutes les denrées doivent être commandées *via* la centrale d'achat du groupe Sodexo. Enfin, la Résidence enquêtées à Saint-Fargeau-Ponthierry connaît le même problème : il ne lui est pas possible de peser sur les décisions d'achats.

b. Intégration possible avec une réorganisation de la cuisine

D'autres restaurants peuvent intégrer des produits de proximité à condition de réorganiser tout ou partie de la cuisine. Les facteurs tels que la main-d'œuvre, le mode de gestion (dans certains cas) et l'existence de matériel adéquat influencent grandement les possibilités d'achat des produits locaux. Six restaurants enquêtés sont dans ce cas. Cinq fonctionnent en régie directe. Le septième est un restaurant géré en régie intéressée mais dont le Syndicat intercommunal envisage de créer un nouveau réfectoire avec une cuisine permettant la production sur place.

c. Intégration possible en l'état actuel de la cuisine

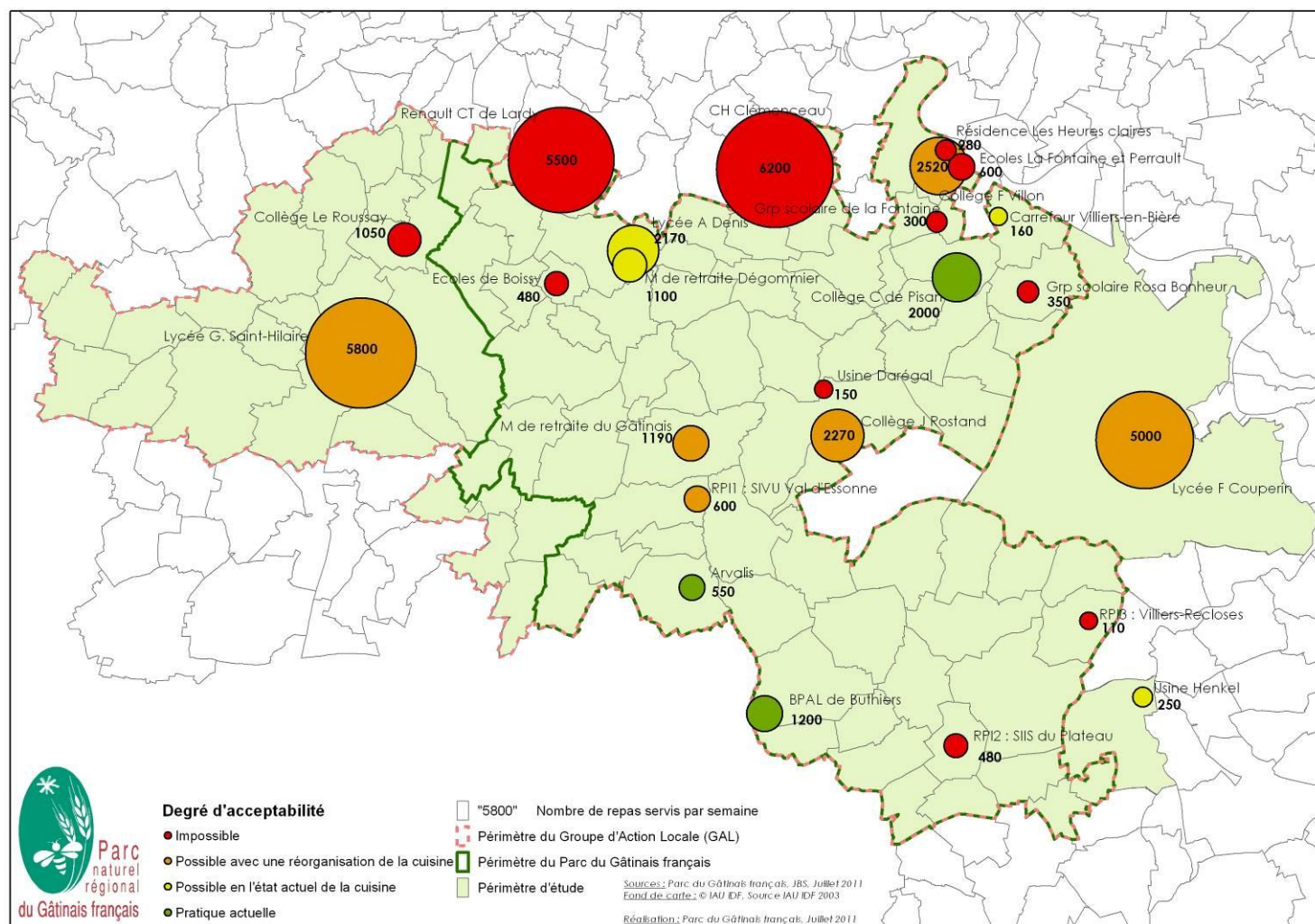
Quatre autres restaurants peuvent d'ores et déjà utiliser des produits locaux, dans l'état actuel de la cuisine. Ils disposent en effet d'une main-d'œuvre suffisante et qualifiée, mais pas forcément de l'équipement adéquat (à savoir une légumerie). Tous produisent sur place. Deux n'ont pas de légumerie, les deux autres en ont une mais ne l'utilisent pas toujours. Ces restaurants manquent d'une dynamique relationnelle favorable à l'intégration des produits de proximité. L'implication du personnel et/ou une volonté politique ou du donneur d'ordre permettrait de dépasser ce degré d'acceptabilité des produits locaux basé sur le *statu quo*.

d. Pratique actuelle

Seulement trois établissements intègrent actuellement, de manière régulière, des produits locaux dans leurs menus. Ils fonctionnent tous trois en régie directe mais ne disposent pas tous d'une légumerie. L'implication des personnels et une dynamique politique locale en faveur des productions locales constituent leurs principales caractéristiques. Seules des contraintes liées à la production (méconnaissance de la filière, manque d'information, mauvaise organisation supposée des producteurs) les freinent pour atteindre un degré supérieur d'approvisionnement en produits locaux : l'*upscaling*. Cet ultime degré consiste à intégrer le plus possible de ces aliments mais suppose une très bonne connaissance des producteurs locaux sur le territoire. Il nécessite aussi des informations sur les capacités de production des agriculteurs et leur mode de livraisons.

Les quatre premiers degrés d'intégration des produits locaux sont présents sur le territoire [Cf. Figure II.3]. On observe ainsi les trois restaurants pratiquant déjà un approvisionnement local. S'y ajoutent les quatre établissements dont le passage à un approvisionnement local doit pouvoir se faire sans difficultés. Le restaurant d'Henkel, par exemple, a déjà, par le passé, travaillé avec des producteurs locaux...

Figure II.3 : Degré d'acceptabilité des produits locaux et nombre de repas (par semaine) des restaurants enquêtés



On remarque ainsi que le degré « intégration impossible des produits locaux », outre les restaurants en gestion déléguée, concerne deux des plus gros restaurants enquêtés : le Centre hospitalier Clémenceau et le Centre technique de Renault à Lardy. En effet, le Centre hospitalier n'a pas les équipements nécessaires pour s'approvisionner en produits locaux¹⁶ et Renault-Lardy ne peut pas acheter des produits en dehors de ceux référencés par la centrale d'achats d'Elilor. Ce constat peut s'analyser de deux manières. Il constitue à la fois une perte de marché potentiel pour les producteurs locaux et peut être vu comme une pérennisation des

¹⁶ D'autant que l'établissement doit fermer en 2015.

capacités locales de production (ces deux restaurants ne peuvent pas s'accaparer les produits locaux s'ils ne participent pas à ce projet).

4. Perspectives d'achats de produits locaux par la restauration collective dans le Gâtinais français

Les restaurants produisant sur place sont les plus concernés et intéressés par un approvisionnement local, dans un avenir proche. Ceux dont la cuisine est différée peuvent aussi mettre en place une telle politique d'achats, mais dans un horizon plus éloigné (a.). Les achats de produits locaux exprimés par les personnes rencontrées porteraient d'ailleurs principalement sur des fruits et légumes (b.). Cette nouvelle demande est surtout portée par des collèges-lycées, des maisons de retraite et des restaurants d'entreprises (c.).

a. L'approvisionnement futur par mode de gestion du restaurant

Les restaurants en régie intéressée n'ont pas la possibilité d'acheter des produits locaux pour les repas assurés le midi, à moins de modifier les cahiers de charges lors de la passation des marchés publics de services, ou d'en passer de nouveaux à échéance des anciens. Mais cela soulève de nombreux problèmes, notamment parce que les marchés publics sont très difficiles à conduire pour des petites structures, que les critères de localisation et de proximité sont interdits et qu'elles n'ont pas les moyens de vérifier si les produits de base sont bien locaux. Il en va de même dans le cas de la DSP de la Résidence Les Heures claires. Néanmoins la Mairie de Saint-Fargeau-Ponthierry compte lancer un appel d'offre à échéance du présent contrat, à savoir en 2015, avec de nouveaux critères environnementaux. Mais toutes ces modifications ne servent qu'à condition qu'il existe une demande claire qui s'exprime sur le sujet de la part des gestionnaires, des élus, des parents d'élèves et salariés. Sans ce préalable, toute modification du mode d'approvisionnement reste inutile.

En ce qui concerne les restaurants dont la cuisine est effectuée sur place, 10 sur 15 pensent un projet d'approvisionnement local réalisable [Cf. Tableau II.6]. Ce résultat interroge sur une possible corrélation entre le sentiment de ne pas pouvoir s'approvisionner en produits de proximité et les choix de certains restaurants de ne pas acheter localement. Or, après analyse, il s'avère qu'il n'y a pas de lien entre les deux données. En effet, sur les cinq restaurants qui estiment ce projet non réalisable, seuls trois ne s'approvisionnent pas déjà localement (le lycée d'Etampes, le Centre hospitalier et Carrefour). Un quatrième doute du réalisme d'un tel projet alors même qu'il s'approvisionne déjà en pain local, c'est le collège

d'Etréchy. Mais cet établissement souffre d'être une cuisine centrale pour un autre collège, ce qui ne lui permet pas de s'approvisionner localement, faute de temps pour sélectionner de nouveaux fournisseurs¹⁷. Enfin, un dernier restaurant se refuse à envisager un approvisionnement local alors même qu'il se procure déjà des produits locaux de manière occasionnelle. Peut-être lui est-il envisageable d'en acheter plus et de manière régulière...

Tableau II.6 : Ressentis d'un projet d'approvisionnement local par les restaurants produisant sur place enquêtés

RESTAURANT	LEGUMERIE	UTILISE DES PRODUITS LOCAUX		PROJET D'APPROVISIONNEMENT LOCAL	
			FREQUENCE*	Réalisable	Fréquence*
1 Collège Ch. de Pisan	Non	Oui	Régulièrement	Pratique actuelle	Régulièrement
2 Collège Jean Rostand	Oui	Oui	Régulièrement	Oui	Une fois par mois
3 Arvalis	Non	Oui	Régulièrement	Pratique actuelle	Régulièrement
4 Lycée A. Denis	Oui	Oui	Régulièrement	Oui	Régulièrement
5 Lycée G. Saint-Hilaire	Oui	Non	..	Non	..
7 Collège Le Roussay	Oui	Oui	Régulièrement	Non	..
8 Collège F. Villon	Oui	Oui	Occasionnellement	Non	..
10 CH Clémenceau	Non	Non	..	Non	..
12 Lycée F. Couperin	Oui	Oui	Occasionnellement	Oui	Régulièrement
15 M. de retraite Dégommier	Oui	Oui	Régulièrement	Oui	Régulièrement
16 Usine Henkel	Non	Oui	Régulièrement	Oui	Régulièrement
20 M. de retraite du Gâtinais	Oui	Non	..	Oui	Une fois par mois
22 Renault-Lardy	Oui	Non	..	Oui	Régulièrement
23 Carrefour Villiers	Non	Non	..	Non	..
24 BPAL de Buthiers	Oui	Oui	Régulièrement	Pratique actuelle	Régulièrement

* Régulièrement signifie une fois par mois pour l'utilisation des produits locaux. Peut aussi exprimer la volonté de remplacer son fournisseur conventionnel par des producteurs locaux.

Sur les dix autres restaurants produisant sur place, 8 sont prêts à s'approvisionner régulièrement, ou s'approvisionnent déjà, en produits locaux. Le chef de cuisine du restaurant scolaire du lycée de Cerny estime d'ailleurs, moyennant finances, pouvoir remplacer son

¹⁷ Le collège d'Etréchy produit les repas pour le collège de Lardy. Ce dernier doit être livré au plus tard à 11h, pour réchauffer les plats, plats qui ont été refroidis à 3°C à Etréchy. Cette opération dure une heure.

fournisseur de fruits et légumes par des producteurs locaux. Les deux restaurants restants n'envisagent qu'un approvisionnement local ponctuel, à hauteur d'une fois par mois.

b. Les achats potentiels des restaurants favorables au projet

Parmi les dix restaurants intéressés par un approvisionnement de proximité, tous pensent que les produits les plus indiqués sont les fruits et légumes car ils sont fortement présents sur le territoire, et leur transformation peut être facilement effectuée au sein d'une cuisine. De plus, six de ces restaurants estiment un approvisionnement réalisable en viande et cinq en produits laitiers. Par ailleurs, tous s'approvisionnent déjà en pain local, sauf deux : la maison de retraite du Gâtinais et Renault-Lardy.

Ce faisant, quand on connaît les volumes de fruits et légumes, de viande et de produits laitiers nécessaires à la préparation des repas de ces restaurants, on peut penser qu'une politique en faveur d'un approvisionnement local peut permettre l'essor des productions locales [Cf. Annexe 10]. Par exemple, le collège Christine de Pisan à Perthes-en-Gâtinais achète, pour un seul repas, 85kg de viande, 40kg de fruits et légumes crudités et 80kg de légumes garniture.

c. Les collèges-lycées, maisons de retraite et restaurants d'entreprises, principaux acteurs de l'approvisionnement local de la restauration collective dans le Gâtinais français

Ces trois types de restaurants semblent plus particulièrement intéressés par un projet d'approvisionnement en produits de proximité et les plus à même de le réaliser. En effet, outre les trois restaurants qui achètent déjà des produits locaux¹⁸, sept autres semblent prêts à faire de même. Un collège et deux lycées sont intéressés, ainsi que deux entreprises et deux maisons de retraite. D'autant que les rencontres avec les acteurs ont déjà accru l'intérêt de certains chefs de cuisine¹⁹. Cette demande supplémentaire représenterait, pour les 7 restaurants intéressés, près de 17 500 repas par semaine.

Résultat 7 :

La demande en produits de proximité par la restauration collective se renforce peu à peu.

¹⁸ Le collège de Perthes-en-Gâtinais, Arvalis et la BPAL de Buthiers.

¹⁹ Notamment celui du restaurant d'Arvalis qui a accru ses achats de produits locaux après l'entretien réalisé fin mars.

Leur intérêt pour un approvisionnement local est grandement influencé par les facilités dont ils disposent. En effet, tous fonctionnent en régie directe, et 6 sur 7 disposent d'une légumerie. Par ailleurs, en dehors du lycée de Fontainebleau, tous les restaurants sont de taille moyenne : le cas échéant, ils peuvent s'accommoder de passations de marchés publics potentiellement plus complexes et disposent de plus de main-d'œuvre en cuisine. Enfin, les restaurants d'entreprises n'étant pas soumis aux marchés publics, il leur est plus facile d'introduire des produits locaux (pas de contrainte du critère de proximité).

LA MATRICE SWOT

ATOUS ET CONTRAINTES QUANT A LA POSSIBILITE D'INTRODUIRE DES PRODUITS LOCAUX EN RESTAURATION COLLECTIVE

L'étude, qui se base sur un guide d'entretien comprenant à la fois des questions fermées et des questions ouvertes, ne permet pas un jugement manichéen sur l'existence d'une demande de la restauration collective du territoire d'étude en produits locaux. En effet, il s'avère qu'une telle demande émane actuellement et qu'elle est amenée à se renforcer dans les années à venir. Mais elle est conditionnée par de nombreux facteurs.

La construction d'une matrice SWOT permet de présenter les forces et faiblesses de la restauration collective et de son environnement, reprenant les principaux résultats de l'étude [Cf. Tableau II.7]. Par exemple, l'hétérogénéité des modes de fonctionnement des restaurants collectifs constitue à la fois une force et une faiblesse. Il existe en effet de nombreux modes de fonctionnement différents, que ce soit en termes de modes de gestion, d'approvisionnement, d'organisation des tâches au sein de la cuisine ou de liberté de choix des fournisseurs. Cette diversité peut être vue comme une richesse dans le sens où la filière n'est pas constituée d'un seul tenant, comme un bloc ; mais elle peut aussi poser problème dans le cas d'un approvisionnement local. Il en va de même pour la représentation des produits locaux par les acteurs de la restauration collective et la nature de cette demande.

Tableau II.7 : La matrice SWOT

Forces	Faiblesses
<p>Hétérogénéité des modes de fonctionnement de la restauration collective</p> <ul style="list-style-type: none"> - La régie directe n'est pas le seul mode de fonctionnement des restaurants collectifs permettant l'achat local, - La présence d'une légumerie dans la cuisine n'est pas un prérequis indispensable à l'approvisionnement local, - La main-d'œuvre est formée pour les tâches qu'elle a à accomplir. <p>Multiplicité des définitions des produits locaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suppose l'existence d'un plus grand nombre de produits susceptibles d'élargir le marché, - Suppose l'existence de qualités ou niveaux de qualité différents, synonyme de différenciation par les prix, - Provenance variée des produits. <p>Un potentiel d'achat variable d'un restaurant à l'autre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une forte sensibilité à la problématique de l'approvisionnement local, - Existence d'une demande en produits de proximité. 	<p>Hétérogénéité des modes de fonctionnement de la restauration collective</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une majorité de restaurants ne produisent pas sur place et ne disposent pas du choix des matières premières, - Des SRC et des grossistes/distributeurs très présents sur le territoire, - Une organisation fortement variable d'une cuisine sur place à l'autre, - Des compétences de la main-d'œuvre assez variables, - La régie directe et la cuisine sur place n'impliquent pas forcément l'utilisation de produits locaux. <p>Multiplicité des définitions des produits locaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une méconnaissance des filières locales, - Un sentiment de prix plus élevés pour des produits de proximité, - Des difficultés pour choisir le bon produit, celui qui correspond aux attentes du convive, - Des fournisseurs peu visibles. <p>Un potentiel d'achat variable d'un restaurant à l'autre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sur les volumes, difficultés à s'adapter à l'offre des producteurs, - Faibles capacités financières des petites communes rurales pour l'approvisionnement des restaurants scolaires.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Une demande présente et qui prend de l'ampleur, - Réformer le Code des marchés publics en faveur des productions locales, - Impliquer les personnels des cuisines et les convives (élèves, enseignants, salariés), - S'assurer de l'existence de soutiens politiques (et administratifs, dans les entreprises). 	<ul style="list-style-type: none"> - Un manque d'informations sur l'offre et les prix des productions locales, - L'insuffisance de données disponibles sur les capacités de productions des agriculteurs pratiquant la vente en circuit court et pouvant potentiellement fournir la restauration collective, - Le <i>statu quo</i> sur le Code des marchés publics.

La matrice fait aussi ressortir les opportunités à saisir pour favoriser l'approvisionnement des restaurants collectifs en produits locaux, ainsi que les menaces pesant sur la filière. Outre le développement d'une demande déjà présente, la principale opportunité – et sans doute la plus facile à mettre en œuvre – consiste en l'implication de tous les acteurs dans un tel projet. La menace la plus sérieuse reste la méconnaissance des filières locales d'approvisionnement par les responsables des restaurants.

L'analyse du fonctionnement de la restauration collective, que ce soit en termes d'approvisionnement, de gestion, et d'organisation, combinée à celle de la perception des produits locaux permet de déterminer la nature de la demande émanant des restaurants. Il s'avère ainsi qu'une demande émane bien de ces restaurants, même si elle reste limitée, pour l'instant. L'étude révèle ainsi de nombreux points forts des restaurants collectifs et des opportunités à saisir pour augmenter leur approvisionnement local. En effet, des éléments qui paraissaient auparavant déterminants dans le choix d'un approvisionnement local des restaurants, ne le semblent plus. Il en est ainsi de la présence d'une légumerie ou de la gestion directe qui ne sont pas des facteurs indispensables à l'achat local. Par ailleurs des faiblesses et menaces pèsent sur la filière, telles qu'une méconnaissance des filières par exemple, faiblesses auxquelles il convient d'apporter des solutions.

PARTIE III

PROXIMITE ORGANISEE

ET ROLE DU PARC DANS LA VALORISATION

DES PRODUCTIONS LOCALES

Les résultats des entretiens montrent qu'il existe actuellement une demande en produits locaux émanant de la restauration collective du périmètre d'étude, dans le Gâtinais français. Les restaurants en question suivent des modes de fonctionnement hétérogènes qui influencent de manière différente cette demande. Ainsi la présence d'une légumerie en cuisine et un mode de gestion directe ne sont pas indispensables à l'achat de produits locaux. Cette hétérogénéité constitue aussi une faiblesse pour la filière, notamment en ce qui concerne l'absence de liberté de choix des fournisseurs de certains restaurants et le poids très important des SRC. La diversité de perception des produits locaux peut aussi constituer à la fois une force et une faiblesse. La différenciation des produits de proximité, qui sous-entend l'existence de prix et de qualités différents pour chacun de ces produits, peut permettre d'élargir ce marché. Elle se caractérise aussi par une méconnaissance de la filière, un sentiment de prix plus élevés pour ces produits et des fournisseurs peu visibles. Cette demande se définit par des volumes relativement faibles, et variables d'un restaurant à l'autre, mais qui sont susceptibles de s'accroître dans les années à venir, sous certaines conditions.

Les économistes de la Proximité ont élaboré une grille de lecture des interactions entre individus et/ou organisations. Il en existe ainsi différentes formes [BOUBA-OLGA et GROSSETTI, 2008]. Partant de la différenciation proximité spatiale/non-spatiale, il est possible d'en dénombrer cinq¹. Mais au sein de cette typologie, les formes de proximité peuvent se combiner pour donner naissance à d'autres proximités, plus complexes et mieux à même d'appréhender certains phénomènes socio-économiques.

BOSCHMA [2004] montre ainsi l'existence d'une proximité sociale entre individus lorsque des liens d'amitié ou d'expérience se développent. Ces liens permettent un rapprochement des acteurs économiques, tant sur le plan personnel que professionnel. En ce sens, l'amélioration des connaissances réciproques et des relations entre agriculteurs locaux et gestionnaires/chefs de cuisine peut favoriser l'essor d'un approvisionnement local de la restauration collective (Section III.I). BERTRAND et MOCQUAY [2004] insistent aussi sur le rôle des institutions, en tant que combinaison de proximité géographique et organisée, dans le développement des territoires. Les formes de gouvernance locale qui en émergent peuvent permettre l'essor des circuits courts et un approvisionnement local des restaurants collectifs dans le Gâtinais français. C'est à ce titre que le Parc doit jouer son rôle de porteur de projets, notamment en ce qui concerne le développement des produits de proximité (Section III.II).

SECTION III.I : L'ETABLISSEMENT DE RELATIONS PERSONNELLES COMME STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS VIA LA RESTAURATION COLLECTIVE

Le développement de l'approvisionnement local de la restauration collective souffre actuellement de nombreuses faiblesses, notamment d'une méconnaissance de la filière du côté des restaurants (1.), et de difficultés pour répondre à la commande publique du côté des producteurs (2.). Favoriser les échanges entre les deux parties, en organisant des rencontres et en faisant en sorte qu'elles comprennent chacune les problématiques de l'autre, permettra de favoriser l'essor de l'approvisionnement local de la restauration collective (3.).

¹ Il s'agit des proximités géographique, matérielle, cognitive, relationnelle et de médiation [Cf. Partie I].

1. Résoudre le frein du manque d'informations sur les productions locales et impliquer les restaurants dans leur politique d'achats

La méconnaissance des filières locales est un frein à l'approvisionnement en produits de proximité par la restauration collective. Ainsi, presque toutes les personnes interrogées dans le cadre de l'étude, gestionnaires ou chefs de cuisine, connaissent des produits locaux. Mais ils doutent en revanche des possibilités d'introduction de ces produits en restauration collective. Ce constat s'accompagne souvent d'un sentiment de prix plus élevés pour des produits locaux, sentiment qui ne se vérifie pas forcément. En effet, la qualité supplémentaire perçue par des acheteurs potentiels leur fait craindre des coûts plus élevés alors que leurs budgets restent limités. Cet aspect financier constitue un facteur limitatif très prégnant de l'utilisation des produits locaux en restauration collective. Souvent associé à un manque de visibilité des producteurs, il ne pousse pas à l'achat de produits de proximité par la filière.

Pour lutter contre ces deux facteurs restreignant l'approvisionnement local, il convient de mettre en place des actions de communication. Les restaurants collectifs doivent être informés des possibilités d'achats locaux, du potentiel de vente des agriculteurs présents sur le territoire et des prix. Ainsi, une liste ou un annuaire regroupant des données telles que les quantités et prix de vente de chaque produit, par agriculteur volontaire pour la vente directe à la restauration collective constitue un outil important.

Mais cette action ne peut porter ses fruits sans une implication des restaurants collectifs dans leur politique d'achats et sans la volonté des gestionnaires et chefs de cuisine en faveur de ce type d'approvisionnement. En effet, de nombreuses expériences fonctionnent grâce au soutien des élus locaux et à l'engagement des équipes de cuisine. Ainsi, l'expérience de Nemours, qui ne porte que sur un seul repas « du terroir » par mois, est un franc succès. La motivation des employées de la cuisine centrale, pour lesquelles ce repas mensuel représente un surcroît de travail (entre autres en épluchage de légumes) et demande une rigoureuse préparation en amont (notamment en matière de logistique), est la clé de cette réussite. Ces personnes sont largement favorables au projet car il constitue une rupture dans la routine de la préparation des repas quotidiens et qu'elles sont fières de travailler des produits « du terroir ». L'implication des équipes de cuisine dans un projet d'approvisionnement local constitue un gage de sa réussite, même si un accompagnement des producteurs doit se faire en parallèle.

2. Valoriser le travail des producteurs locaux et leur donner les moyens de répondre aux commandes publiques

La vente à la restauration collective, qu'elle soit directe ou pas, est un moyen de valoriser le travail des agriculteurs locaux. Elle peut permettre l'établissement de meilleurs prix pour le producteur, et peut limiter le nombre d'intermédiaires entre l'agriculteur et le restaurant². Le travail local devient ainsi un argument commercial de taille en faveur de ces productions. Ce type de vente peut aussi mettre en valeur l'image de l'agriculteur en sensibilisant le personnel de cuisine et les convives au travail agricole.

Mais l'accès aux restaurants collectifs n'est pas aisé pour les producteurs locaux. En effet, de nombreuses barrières peuvent empêcher ces producteurs de vendre leurs aliments à cette clientèle. Les règles d'hygiène et de sécurité sanitaire par exemple sont très strictes. Une autre difficulté pénalise aussi les producteurs locaux : les règles de la commande publique. La majorité des restaurants collectifs sont publics et sont ainsi gérés par des collectivités locales (écoles, collèges, lycées représente la plupart des restaurants). Ils sont ainsi soumis au Code des marchés publics. Celui-ci prévoit des procédures de sélection des fournisseurs drastiques, dans le but d'assurer une concurrence égale entre fournisseurs des entités publiques : il s'agit d'appliquer le principe de parfaite liberté d'accès à la commande publique selon lequel tous les offreurs doivent être traités de la même façon. Il s'impose donc à ce titre aux restaurants collectifs publics. Les agriculteurs connaissent ces difficultés et ne sont pas préparés, individuellement, à élaborer des réponses à des appels d'offres, procédures complexes obéissant à des règles juridiques strictes. Leur capacité de réponse à ces marchés en est amoindrie, de même que le potentiel de développement de leur activité. Il est ainsi important de bien former les agriculteurs à la commande publique et aussi de les inciter à se regrouper pour surmonter ces difficultés. La Chambre d'agriculture de Seine-et-Marne, par exemple, a accompagné des producteurs lors de la nouvelle saison des Repas du Terroir lancés par la Ville de Nemours pour approvisionner ses restaurants scolaires.

Par ailleurs, le Code interdit l'utilisation directe de critères de proximité ou de localisation de produits ou de producteurs dans la définition du marché, lors du lancement de l'appel d'offre par l'organisme public. Les producteurs locaux ne peuvent donc pas *a priori* fournir la restauration collective publique sur le seul argument de la localisation. Cependant, une réforme du Code intervenue en août 2011 introduit un nouveau critère de sélection

² Cette question du nombre d'intermédiaires présents entre la production et la cuisine du restaurant collectif revient souvent lors des entretiens menés dans le cadre de cette étude.

[Localtis, 2011]. Il ne s'agit pas d'un critère de définition du produit ou de sa provenance, tel que « salades produites dans la plaine de Bière » ou « Cantal »³ ; ceci reste toujours interdit. Ce nouveau critère introduit à l'article 53.I.1°, dit de « performance en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture », doit permettre l'attribution du marché lors de l'analyse des offres en commission, et se veut non discriminatoire au même titre, par exemple, que le « le caractère esthétique et fonctionnel » du produit⁴. Ce nouveau critère peut ainsi permettre de départager deux produits de qualité identique, le caractère « local » ou de vente directe permettant sa sélection en toute légalité.

3. Compréhension et (re)connaissance mutuelles des acteurs de la filière : favoriser les échanges entre le champ et la cuisine

Les filières de produits locaux souffrent ainsi d'une certaine méconnaissance de la part des restaurants collectifs, d'un sentiment de prix élevés et de difficultés concernant l'accès aux restaurants publics. Elles disposent dans le même temps de certains atouts, comme par exemple une certaine motivation et implication des équipes de cuisine ou l'existence de produits de qualité. La restauration collective peut par exemple permettre de valoriser les productions locales, à travers la vente directe notamment. D'autant que la demande en produits locaux existe et s'accroît d'une année à l'autre. L'analyse montre bien que les restaurants collectifs, quelque soit leur mode de fonctionnement, souhaitent de plus en plus acheter des produits de proximité.

La compréhension du fonctionnement de la restauration collective par les agriculteurs, notamment en matière d'hygiène et de préparation des produits bruts, et des problématiques de l'exploitant agricole par le chef de cuisine (délais de production, saisonnalité des produits, contraintes logistiques, modes de première transformation, etc.) peut permettre un rapprochement des deux parties. De ce rapprochement peut naître de meilleures relations, des échanges et une reconnaissance mutuelle. Ainsi l'organisation de rencontres et l'établissement de contacts entre eux est un bon moyen d'assurer que des produits locaux soient introduits

³ En toute rigueur, un appel d'offre sur du Cantal doit être intitulé « fromage de type Cantal ».

⁴ Préalable à l'attribution du marché, l'analyse des offres s'appuie sur différents critères. Le pouvoir adjudicateur peut choisir de se baser :

1° « soit sur une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché, notamment la qualité, le prix, la valeur technique, le caractère esthétique et fonctionnel, les performances en matières de protection de l'environnement, les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture, (...). D'autres critères peuvent être pris en compte s'ils sont justifiés par l'objet du marché ;

2° soit, compte tenu de l'objet du marché, sur un seul critère, qui est celui du prix ».

dans les restaurants collectifs, créant un nouveau marché, et des revenus réguliers, pour ces producteurs.

Il en va ainsi de certaines réunions organisées par le Conseil général de l'Essonne entre agriculteurs et chefs de cuisine dans le cadre d'un projet d'introduction de produits bio locaux en restauration scolaire. Les premiers ont visité des cuisines, comprenant les déterminants d'un approvisionnement « non conventionnel », c'est-à-dire ne passant pas par des grossistes ou fournisseurs nationaux. De même, les seconds ont rencontré des agriculteurs et ont compris les enjeux d'une exploitation agricole. Ce projet, pour lequel les acteurs semblaient sceptiques au départ, a permis une meilleure compréhension des problématiques s'imposant à l'autre. Ainsi l'instauration de réunions entre acteurs permet de créer des liens entre eux, et potentiellement des liens non seulement professionnels mais aussi personnels. Le chef de cuisine qui va, suite à ces rencontres, acheter ses fruits et légumes, pour sa propre cuisine personnelle, auprès du même producteur en est un exemple.

Cependant, même si l'existence de telles relations personnelles entre acteurs constitue une avancée, l'engagement des pouvoirs publics locaux en faveur d'un approvisionnement local des restaurants collectifs semble indispensable. Ainsi, le Parc du Gâtinais français a toute sa place en tant qu'intermédiaire entre agriculteurs et restaurants.

SECTION III.II : LE PARC, INSTRUMENT D'INTERMEDIATION ENTRE PRODUCTEURS ET RESTAURANTS COLLECTIFS DANS LE GATINAIS FRANÇAIS

Le Parc du Gâtinais français joue un rôle important dans l'aménagement du territoire et le développement de ses activités économiques, en particulier en ce qui concerne les filières locales d'approvisionnement (1.). Il est aussi un acteur de premier plan dans la structuration de la filière (2.) et dans la mise en œuvre d'actions nouvelles en la matière (3.).

1. Les actions de promotion des circuits courts menées par le Parc

La promotion des circuits courts, que la vente soit dirigée vers la restauration collective ou pas, est inscrite dans la Charte du Parc, et ce dès 1999. En effet, de par son fonctionnement, le Parc poursuit des objectifs de développement local, notamment dans le domaine agro-alimentaire [Cf. Encadré III.1]. La première Charte précise déjà, à l'article 20, que « *la Maison du Parc est une vitrine privilégiée des productions locales* ». Le renouvellement de la Charte en 2011 confirme cette ambition aux mesures 18 et 19. En

effet, le texte insiste sur la nécessité de « *soutenir (...) l'installation sur le territoire de jeunes agriculteurs, porteurs de projets visant la qualité et l'originalité des produits (productions en circuits courts, productions fermières, agriculture biologique, ...)* ». Le Parc s'attache à « *appuyer les filières agricoles typiques (...) et contribuer au développement de circuits courts (en explorant également la possibilité d'approvisionnement des cantines scolaires)* ». Pour ce faire, l'institution s'appuie sur la marque « produit du Parc naturel régional du Gâtinais français ». Celle-ci peut être attribuée à des produits locaux de qualité, en fonction d'un cahier des charges établi en partenariat avec des producteurs et d'autres organismes comme les Chambres d'agriculture.

Encadré III.1 : Le Parc naturel régional du Gâtinais français, acteur du développement local

« *Un Parc naturel régional (PNR) est un dispositif régional de protection et de gestion du patrimoine remarquable des espaces ruraux habités. Il est conçu par un ensemble de communes contiguës qui définissent un projet collectif de développement territorial, et son fonctionnement est régi par une charte, mise en œuvre dans le parc par un syndicat mixte de gestion. Sa création nécessite une labellisation par l'Etat qui évalue le caractère à la fois remarquable et fragilisé du patrimoine local* » [DARLY, 2010, p. 103].

La gestion du Parc du Gâtinais français, comme pour la plupart des Parcs, est confiée à un Syndicat mixte doté d'une personnalité morale. Ce Syndicat mixte met en œuvre la Charte. Il est composé du Conseil régional d'Ile-de-France, des Conseils généraux de l'Essonne et de la Seine-et-Marne, de 69 communes et de Communautés de communes. Les décisions stratégiques sont prises en Comité syndical, organe décisionnaire du Syndicat, qui se réunit au moins deux fois par an. Il élit en son sein un Président qui représente le Parc et un Bureau qui prépare les réunions du Comité syndical.

8 Commissions de travail, un comité « éducation » et un conseil scientifique préparent en amont les actions du Parc. Elles rassemblent des élus et de techniciens des partenaires du Parc (notamment des services de l'Etat). Les agents du Parc animent les réunions qui ont lieu au moins une fois par trimestre. Celles-ci font aussi intervenir tous les acteurs nécessaires à la bonne compréhension des problématiques locales. Elles permettent d'étudier les dossiers qui seront présentés en Comité syndical (demandes de subventions, mise en place de cahier des charges, mise en place d'une nouvelle action, définition de conventions).

Ce mode de fonctionnement, qui fait intervenir tous les acteurs locaux, sous la forme d'une gouvernance locale, permet au Parc d'être un acteur du développement local de premier plan. A l'écoute des élus comme des citoyens, il met en œuvre des actions. Conformément à la Charte, il assure l'accueil et l'accompagnement des entreprises, notamment des producteurs locaux, et organise une offre de tourisme durable.

La valorisation des productions locales *via* la restauration collective est menée par le Parc depuis plusieurs années, à travers notamment la réalisation d'enquêtes et la participation à des réunions avec des représentants de collèges pour un approvisionnement en circuit court. En effet, le Parc cherche depuis le premier trimestre 2010 à favoriser un partenariat entre les restaurants scolaires des collèges présents sur le territoire et les producteurs locaux. Cette forme de valorisation des productions locales, basée sur le volontariat, à la fois des agriculteurs et des restaurants, prend la forme d'achats directs aux producteurs. Elle capitalise les expériences menées en Seine-et-Marne (notamment celle de Nemours sur les produits locaux) et en Essonne (qui concerne l'approvisionnement de collèges en produits bio).

Ce travail se poursuit par la réalisation d'un annuaire des producteurs locaux susceptibles de fournir la restauration collective. Le document, à disposition des restaurants, indique les disponibilités des produits, les quantités livrables, le délai de commande, les jours de livraison et le prix. Etabli sur la base d'un volontariat des producteurs, il permet un recensement de ceux-ci et est à disposition des restaurants collectifs qui en font la demande. Il doit permettre de lutter contre la méconnaissance des producteurs locaux sur le territoire du Parc. Ce document a déjà permis à certains chefs de cuisine de s'approvisionner, de manière ponctuelle, en produits locaux.

Enfin, même si le projet ne concerne pas directement la vente à la restauration collective, le Parc et la commune d'Achères-la-Forêt organisent un Marché des Saveurs du Gâtinais le 18 septembre 2011. Le but de l'opération, dans le cadre du renouvellement de la Charte du Parc, est de mettre en avant des productions emblématiques du territoire (cresson, miel du Gâtinais) et des productions locales (fromages de chèvre, fruits et légumes, volailles). Cette action s'inscrit dans la politique du Parc ; il s'agit de « favoriser le développement économique du territoire et de valoriser notre patrimoine alimentaire et gustatif »⁵. Ce faisant, tous les participants doivent être localisés sur le territoire du Parc, le critère de sélection des exposants étant celui de la distance au lieu de production.

2. Structurer la filière, un moyen de rapprocher l'offre de la demande

Les politiques de structuration des filières agricoles visent à fédérer les acteurs pour permettre de meilleures interactions et à assurer une meilleure visibilité. Elles peuvent s'inscrire dans une dynamique de valorisation des productions locales. En Ile-de-France, une filière est déjà en pleine structuration, notamment grâce au soutien du Conseil régional, des Chambres d'agriculture et du GAB Ile-de-France. Il s'agit de la filière pain « bio d'Ile-de-France »[®], et ce depuis 2004. Elle poursuit quatre objectifs : une meilleure valorisation des productions franciliennes de blés bio, la promotion de l'image agricole de la région, un pain de haute qualité et boulangé de manière traditionnelle et un pain répondant aux objectifs du Plan National Nutrition Santé, permettant son introduction en restauration scolaire. Ainsi, le GAB assure l'animation de la filière en favorisant les échanges entre acteurs ; les céréaliers s'engagent à fournir des variétés de blés de qualité ; et les boulangers à travailler le pain de manière artisanale.

⁵ Préambule du Règlement intérieur du Marché.

Ainsi, en 2007, le réseau comprend 30 céréaliers, deux meuniers, 13 boulangers, 24 magasins bio, près de 300 restaurants scolaires et quatre restaurants d'entreprises. La restauration scolaire peut donc contribuer à structurer une filière : entre 2004 et 2007, le volume de pain bio fabriqué est multiplié par 8 (passant de 11,5 à 91 tonnes). Celui de pain bio servi en restauration scolaire a suivi la même tendance (multiplié par 8) [GAB Ile-de-France, 2007].

Le projet de création d'une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) initié par le Parc début 2011 s'inscrit dans cette démarche. Son objectif général est de rapprocher l'offre de la demande en créant un outil de transformation des produits végétaux bruts. Outre un volet lié à la valorisation des ressources en bois du territoire (exploitation en filière courte de bois-énergie), la SCIC, sous la forme d'une légumerie, aurait vocation à transformer des produits agricoles locaux, cultivés de manière conventionnelle⁶. Cette idée d'atelier collectif émane à la fois de l'entité politique qu'est le Parc et des producteurs locaux, en particulier des maraîchers. En effet, ces derniers souffrent d'un manque de débouchés en été, période durant laquelle ils produisent le plus.

L'étude d'opportunité et de faisabilité d'une telle structure, lancée dès juin 2011, vise à déterminer dans quelles mesures un tel projet peut voir le jour et selon quelles modalités. L'idée de départ est de permettre aux producteurs locaux d'élaborer des produits locaux en soupes, jus de fruits, pâtés, ou produits surgelés. La vente directe aux particuliers, et idéalement aux restaurants collectifs, leur permettra de mieux valoriser leur production. Cet outil sera géré par les agriculteurs locaux eux-mêmes. Mais cela suppose des produits similaires de manière à limiter les coûts d'investissement par la mutualisation des moyens de production. Ce projet vise aussi à combler un manque d'ateliers de transformation en Ile-de-France. En effet, les ateliers les plus proches sont situés à Sens dans l'Yonne et à Saint-Ouen-l'Aumône (Val-d'Oise).

La présence d'un atelier de transformation de produits végétaux bruts sur le territoire du Parc pourrait faciliter l'approvisionnement local des restaurants collectifs en régie directe. En effet, la volonté d'acheter des produits locaux existe ; mais certains de ces restaurants ne disposent pas de suffisamment de personnel ou de place pour acheter des produits de proximité régulièrement et les laver, les éplucher eux-mêmes. Un atelier permettrait une

⁶ La transformation de produits végétaux bio n'est en effet pas prévue puisqu'elle implique l'utilisation de matériel distinct et/ou bien lavé, suivant un protocole assez strict, après transformation de produits conventionnels. Par ailleurs, la faible présence de maraîchers bio sur le territoire limiterait la portée d'un tel investissement.

première transformation des aliments (carottes lavées et éboutées, pommes de terre lavées et épluchées, etc.). Ceci faciliterait grandement l’insertion des produits locaux en restauration collective. D’autant que cette pratique existe déjà : Avenance, par exemple, qui travaille avec certains producteurs locaux seine-et-marnais, se fait livrer des aliments prêts à cuisiner (haricots équeutés, carottes lavées et éboutées, etc.).

Or, l’une des conditions de réussite d’un tel projet est la mutualisation des outils, à la fois entre différentes productions (soupes, conserves, etc.) et entre débouchés (particuliers, restauration collective). Mettre en commun ces outils ne semble donc pas chose aisée et il n’est pas dit qu’un tel atelier le permette. D’autant que l’étude doit aussi prendre en compte trois autres projets d’ateliers collectifs en cours d’élaboration en Essonne. Ils se situeraient à Dourdan, à Soisy-sur-Ecole (atelier de transformation de produits biologiques) et à Marcoussis, projet mené par les Jardins de Cocagne.

Face à ces limites, il convient de soutenir différemment des restaurants dont les modes de fonctionnement sont assez hétérogènes.

3. Mobiliser des leviers différents en fonction du type de restaurant collectif

Il existe de nombreuses formes de restauration collective, suivant des modes de fonctionnement différents. Ce faisant, outre une distinction régie directe/gestion déléguée (assez classique), on observe une dichotomie entre cuisine sur place et restauration différée, et entre formes d’approvisionnement. L’échantillon sur lequel s’appuie cette analyse est d’ailleurs représentatif de la diversité des formes de restauration collective [Cf. Tableau III.1].

Tableau III.1 : Répartition des restaurants enquêtés par mode de gestion et d’approvisionnement

		MODE D'APPROVISIONNEMENT			
		Direct		Délégué	
MODE DE GESTION	Direct	Régie directe	12	Approvisionnement programmé	1
	Délégué	Régie intéressée « Affermage » Concession	8 2 1

Cette hétérogénéité des modes de fonctionnement se combine à une diversité de perception des produits locaux et des notions du local. En effet, les personnes interrogées estiment qu’il existe plusieurs notions du local, et ce faisant, plusieurs types de produits locaux : la spécialité régionale, le produit local qui n’a pour seule caractéristique que d’être

produit à proximité du consommateur, le produit bio local, ou encore le produit artisanal local. Cette grande différenciation des produits locaux ne facilite pas, *a priori*, leur intégration en restauration collective.

Par ailleurs, la filière est complexe et la présente analyse ne prend pas en compte tous les acteurs en présence. Elle ne porte en effet que sur les restaurants collectifs et sur leurs échanges avec certains producteurs locaux du Parc. Or pour une bonne compréhension de la filière dans son ensemble, il faudrait améliorer notre connaissance de tous les acteurs : restaurants, grossistes et distributeurs, SRC, etc.

Proposition 1 :

Améliorer la connaissance de l'ensemble de la filière, des producteurs locaux aux restaurants, en passant par les grossistes et SRC.

Il convient ensuite de distinguer les restaurants collectifs disposant de la liberté de choix des fournisseurs, de ceux qui ne l'ont pas. Ces derniers sont les restaurants bénéficiant d'un approvisionnement programmé, ceux fonctionnant en différé et ceux dépendant d'une centrale d'achats.

Dans le cas de ces derniers, l'action des pouvoirs publics doit porter sur les fournisseurs des restaurants et sur les cuisines centrales des SRC, plus que sur les restaurants eux-mêmes.

Proposition 2 :

Dans le cas de la gestion déléguée, cibler les grossistes, distributeurs et SRC plutôt que les restaurants.

Ces grossistes et distributeurs, comme Pomona et Davigel par exemple, ont des politiques d'achats importantes. Ce faisant, comme les SRC, leurs volumes d'achats sont très importants. Ils peuvent donc jouer un rôle non négligeable dans l'essor des produits locaux, à condition d'établir au préalable une définition de ces produits locaux. Faute de quoi, les spécialistes de l'approvisionnement des restaurants en gestion déléguée pourraient prétendre en proposer à leurs clients sans aucune vérification possible. D'autant que la grande diversité des définitions des produits locaux (périmètre de production, spécialités régionales, etc.) ne facilite pas la transparence dans ce domaine.

Proposition 2 bis :

Définir clairement les produits locaux en établissant des critères stricts, que devront suivre les acteurs du secteur.

En ce qui concerne les restaurants disposant d'une liberté de choix des fournisseurs, les actions doivent porter sur l'amélioration de la compréhension et la (re)connaissance des différents acteurs et notamment en ce qui concerne l'information des restaurants sur les productions locales.

Proposition 3 :

Informers les restaurants collectifs sur les producteurs locaux prêts à les approvisionner.

Il convient aussi d'agir sur la mise en relation des restaurants et des producteurs. De nombreuses expériences montrent clairement cette nécessité. Une telle expérience en Essonne, initiée par le Conseil général, et qui vise l'introduction de produits bio locaux en restauration scolaire, dans des collèges pilotes, s'avère ainsi probante.

Proposition 4 :

Faire se rencontrer la cuisine et le champ et favoriser les relations entre eux.

Enfin, la structuration des filières, à travers notamment la création d'atelier de transformation, ne peut qu'aller dans le bon sens. En effet, la restauration collective souffre souvent d'un manque de personnel et de place limitant l'utilisation de produits locaux. Une première transformation de ces aliments faciliterait leur utilisation dans des restaurants collectifs, limitant le travail du personnel sur place.

Proposition 5 :

Mettre à disposition des agriculteurs locaux un atelier de transformation leur permettant d'accéder au débouché de la restauration collective.

Il s'avère ainsi indispensable, pour accroître l'approvisionnement local des restaurants collectifs, quelque soit leur mode de fonctionnement, d'améliorer les relations entre producteurs et restaurants. Les institutions locales, et notamment les intercommunalités de projet telles que le Parc, doivent y participer en menant des actions en ce sens. On observe aussi une possible répartition dans l'intervention des institutions dans ce domaine. Les autorités publiques telles que la DRIAAF et les Conseils généraux peut intervenir plus facilement auprès des intermédiaires (grossistes, distributeurs) et des SRC. Les territoires de projets comme le Parc mènent alors des actions plus proches des acteurs de terrain⁷.

Il faut par ailleurs s'assurer de l'existence même d'une demande en produits locaux et qu'elle émane bien des chefs de cuisine qui utilisent au quotidien les aliments en question. En effet, si le personnel de cuisine n'est pas demandeur du produit, il ne l'utilisera pas, alors même qu'il est à leur disposition. L'introduction des produits bio dans les restaurants hospitaliers du groupe AP-HP en est un exemple. Décidée par la direction, ces produits figurent dans le catalogue fourni aux chefs de cuisine par la centrale d'achat du groupe et ne sont (presque) jamais choisis.

Enfin, l'étude porte sur un territoire particulier, le Gâtinais français, un territoire rural, sous influence urbaine. A ce titre, toutes les pistes proposées peuvent ne pas être transposables à d'autres territoires franciliens, notamment dans des zones plus urbanisées comme le 10^{ème} arrondissement de Paris où une étude similaire est menée. D'autant que ce territoire ne dispose pas de l'outil qu'est le Parc, institution capable d'insuffler un certain dynamisme pour faciliter l'établissement de relations entre acteurs ou pour monter des projets concrets.

⁷ Ce qui n'empêche nullement la DRIAAF d'intervenir sur le terrain, auprès de producteurs locaux ou de restaurants collectifs.

CONCLUSION

Cette analyse de la demande en produits de proximité par la restauration collective a permis d'en déterminer la nature. Actuellement, cette demande émane principalement de cinq restaurants dont la cuisine est effectuée sur place, et qui disposent donc de la liberté de choix des fournisseurs. Ils peuvent ainsi décider remplacer une partie de leurs approvisionnements conventionnels par l'achat de produits locaux. Les aliments les plus demandés, outre le pain (dont la farine n'est pas souvent locale), sont les fruits et légumes, les produits laitiers et la viande de volaille. Ces achats actuels en produits locaux sont réguliers pour trois de ces restaurants : ils se fournissent en produits locaux au moins une fois par mois ; deux autres restaurants n'en achètent qu'occasionnellement, pour la Semaine du goût par exemple. Ces cinq restaurants représentent 11 270 repas par semaine, et achètent pour plus d'une tonne de fruits et légumes par repas. Cette demande va se renforcer dans les années à venir. En effet, cinq autres restaurants de l'échantillon se disent prêts à s'approvisionner en produits locaux en se passant de certains de leurs fournisseurs conventionnels. Ils représentent 7000 repas par semaine.

Ces données ne prennent pas en compte les restaurants dont la production n'est pas faite sur place. En effet, ces derniers ne disposent pas de la liberté de choix des fournisseurs et ne peuvent donc pas s'engager à acheter des produits locaux. Il est néanmoins envisageable d'approvisionner ces restaurants en produits locaux par le biais de leurs fournisseurs. Mais ce ne sera possible qu'à condition que les restaurants en fassent la demande (par exemple, dans les cahiers de charges pour les commandes publiques) et que les fournisseurs soient en mesure de s'en procurer.

La diversité des restaurants collectifs, et la différenciation dont font l'objet les produits locaux (spécialités, modes de production, etc.) ne facilitent pas leur introduction en restauration collective. Même si une demande existe, l'essor de l'approvisionnement local de ces restaurants sur le territoire d'étude ne peut cependant prendre son essor qu'à condition

d'être reconnu et soutenu. En effet, les filières locales d'approvisionnement souffrent actuellement de plusieurs faiblesses, parmi lesquelles une méconnaissance de la part de la restauration collective et un poids important des SRC (qui gèrent de nombreuses cantines scolaires en liaison froide). La reconnaissance de ces filières peut être assurée grâce à l'organisation de rencontres entre acteurs de la restauration collective (notamment des chefs de cuisine) et agriculteurs locaux. Elle peut permettre une meilleure compréhension mutuelle des problématiques de l'approvisionnement, de l'organisation d'un restaurant d'un côté, et celles de l'exploitation agricole de l'autre. Ces rencontres, en multipliant les échanges entre acteurs, est un moyen d'assurer le développement des productions locales. Un autre moyen pour atteindre cet objectif est d'impliquer les pouvoirs publics locaux. Il s'agit là de mettre en place des actions globales et de terrain. Les actions globales peuvent porter sur l'amélioration de la connaissance de la filière et la définition de ce qu'est un produit local. Les actions de terrain, plus proches des acteurs, portent sur la visibilité des producteurs locaux (grâce à des actions de communication, par exemple) ou la création d'ateliers de transformation, permettant de valoriser ces productions.

Cette analyse comporte cependant au moins trois limites importantes. Les deux premières tiennent à la portée de l'étude. D'abord, seul un échantillon, certes représentatif, des restaurants présents sur le territoire est étudié. L'étude ne peut donc être exhaustive. La deuxième limite importante tient à la faible prise en compte des autres acteurs de la filière : grossistes, distributeurs, logisticiens, SRC, mais aussi les convives et les élus locaux. Il semble donc important d'approfondir la connaissance de l'ensemble de la filière pour en comprendre le fonctionnement et faire des choix de politique publique en conséquence. Enfin, et comme la demande en produits locaux porte plutôt sur les fruits et légumes, il conviendrait d'analyser plus en profondeur l'utilisation qui est faite des légumeries dans les restaurants collectifs. En effet, toutes ne sont pas utilisées en tant que légumerie. Certaines servent juste d'entrepôt ou de réserve, alors que d'autres sont effectivement le lieu de première transformation de produits bruts (lavage et d'épluchage des fruits et légumes). Très peu d'informations sont disponibles sur le sujet, approfondir la compréhension de cette diversité d'utilisation des légumeries est une piste de réflexion à développer.

Le développement de l'approvisionnement local des restaurants collectifs, notamment dans le secteur public, a de beaux jours devant lui. En effet, l'actualité y est favorable : la

demande des citoyens-consommateurs (et convives) augmente fortement et la récente réforme du Code des marchés publics introduit un critère de sélection en ce sens. Il requiert cependant un travail de longue haleine, nécessitant la mobilisation de tous les acteurs, et leur organisation en réseaux. Il constitue un véritable travail de terrain s'appuyant sur une communication efficace.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

OUVRAGES

DELFOSSÉ, Claire (Dir.) (2011), *La Mode du terroir et les produits alimentaires*, Paris, Les Indes savantes, Coll. « Mondes ruraux contemporains ».

MARECHAL, Gilles (Coord.) (2008), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri Editions, Coll. « Références ».

TORRE, André et Maryline FILIPPI (Coord.) (2005), *Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux*, Paris, INRA Editions, Coll. « Un point sur... ».

ARTICLES

Agreste Ile-de-France (2005), « Des campagnes franciliennes variées sous influence urbaine », n°80, novembre.

AUBRY, Christine et Leïla KEBIR (2011), « Shortening of the food supply chains: a mean for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan region of Paris », *Food Policy*, à paraître.

BERTRAND, Nathalie et Patrick MOQUAY (2004), « La gouvernance locale, un retour à la proximité », *Economie rurale*, n° 280, mars-avril, pp. 77-95.

BESSON, Danielle (2008), « Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés », *INSEE Première*, n° 1208, septembre.

BOSCHMA, Ron (2004), « Proximité et innovation », *Economie rurale*, n° 280, mars-avril, pp. 8-24.

BOUBA-OLGA, Olivier et Michel GROSSETTI (2008), « Sociologie de Proximité », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, pp. 311-328.

CAPT, Danièle et Anne-Marie DUSSOL (2004), « Exploitations diversifiées : un contenu en emploi plus élevé », *Agreste Cahiers*, n°2, mars, pp. 11-18.

DARLY, Ségolène (2011), « Agriculture et patrimoine identitaire des parcs naturels régionaux en Ile-de-France : des situations contrastées », *POUR. La revue du groupe de recherche pour l'éducation et la prospective*, n°205-206, pp. 195-204.

DEVERRE, Christian et Claire LAMINE (2010), « Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales », *Economie rurale*, n° 317, mai-juin, pp. 57-73.

HINRICHS, C. Clare (2000), « Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market », *Journal of Rural Studies*, Vol. 16, n° 3, pp. 295-303.

LEBEL, Antoine (2010), « Utopie et réalité de l'approvisionnement de masse en produits locaux », *POUR. La revue du groupe de recherche pour l'éducation et la prospective*, n°205-206, pp. 195-204.

MUCHNIK, José, Javier SANZ CAÑADA et Gerardo TORRES SALCIDO (2008), « Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives », *Cahiers Agricultures*, Vol. 17, n° 6, novembre-décembre, pp. 513-519.

PERRIET-CORNET, Philippe (2004), « L'avenir des espaces ruraux français. Dynamiques et prospective des espaces ruraux français à l'horizon 2020 », *Futuribles*, n° 299, juillet-août, pp. 77-95.

POUZENC, Michael, Eve-Anne BUHLER, Dominique COQUART, Stéphane GIROU, Jean-Pascal FONTORBES, Bernard MONDY, Valérie OLIVIER, Jean PILLEBOUE et Jean-Louis VINCQ (2008), *Les relations de proximité producteurs-consommateurs : points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, UMR Dynamiques Rurales, Toulouse, 30 avril.

PRALY, Cécile, Carole CHAZOULE, Claire DELFOSSE, Nicolas BON et Moïse CORNEE (2009), « La notion de "proximité" pour analyser les circuits courts », *XLVI^{ème} Colloque de l'ASRDLF*, Clermont-Ferrand, ASRDLF, 6 au 8 juillet.

RALLET, Alain et André TORRE (2004), « Proximité et localisation », *Economie rurale*, n° 280, mars-avril, pp. 25-41.

RENTING, Henk, Terry K. MARSDEN et Jo BANKS (2003), « Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development », *Environment and Planning A*, Vol. 35, n°3, pp. 393-411.

TORRE, André (2004), « Introduction. Proximité et territoires », *Economie rurale*, n° 280, mars-avril, pp. 2-7.

TORRE, André (2009), « Retour sur la notion de Proximité Géographique », *Géographie, économie, Société*, n° 11, pp. 63-75.

RAPPORTS et ARTICLES DE PRESSE

Agence Bio (2011), *L'agriculture biologique française en chiffres (2010)*, Paris, Agence Bio, disponible en ligne sur le site de l'Agence Bio.

Collectif (2007), *Etude de la consommation des produits fermiers en Ile-de-France*, Chambres d'agriculture d'Ile-de-France et Maison de l'élevage, novembre.

DRIAAF (2010), *Proposition d'étude sur la restauration collective en Ile-de-France : évolution de la demande et positionnement des produits agricoles et agroalimentaires franciliens*, Cachan, DRIAAF.

FORESTIER, Emilie (2002), *Le service public de la restauration collective à l'échelon communal*, Mémoire de DESS, Institut d'Etudes Politiques de Lyon.

GAB Ile-de-France, Filière Pain « Bio d'Ile-de-France »®

GP/DA (Groupement permanent d'étude des marchés de denrées alimentaires) (2005), *Guide des contrats publics de la restauration collective*, n° J4-05, Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, 31 mars.

GUILLEMOT, Fabien (2010), *Analyse de la demande et des filières d'approvisionnement dans la restauration collective. Rapport de stage*, Université Paris-Sud 11 – Faculté Jean Monnet, septembre.

IAURIF (2007), *Diagnostic territorial du Parc naturel régional du Gâtinais français. Révision de la Charte, sur un périmètre élargi à 84 communes*, Paris et Milly-la-Forêt, IAURIF et PNR du Gâtinais français, novembre.

LOCALTIS (2011), *Le Code des marchés publics se refait une beauté*, 26 août.

de MAGNITOT, Octavia (2010), *Quelles sont les possibilités d'approvisionnement des cantines scolaires du Vexin en produits locaux. Mémoire de fin d'études présenté en vue de l'obtention du diplôme d'ingénieur de l'ISA de Lille*, Lille, ISA, septembre.

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (MAP) (2009), *Rapport du groupe de travail « Circuits courts de commercialisation »*, Paris, MAP, mars.

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (MAP) (2011), *Le Plan national pour l'alimentation (PNA)*, Paris, MAP, février.

OEPA/GEMRCN (2007), *Recommandations relatives à la nutrition. Approuvé par la décision n° 2007-17 du Comité exécutif de l'OEAP*, Paris, Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, 4 mai.

PNR du Gâtinais français (2006), *Programme Leader 2007-2013. Dossier de candidature. Ancrer les savoir-faire locaux pour un nouveau mode de développement à transmettre aux générations futures*, Milly-la-Forêt, PNR du Gâtinais français.

PNR du Gâtinais français (2010), *Charte du Parc : Objectif 2011-2023*, Milly-la-Forêt, PNR du Gâtinais français, octobre.

PNR du Gâtinais français (2011), *Etude d'opportunité et faisabilité de création d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) sur le territoire du Parc naturel régional du Gâtinais français pour une filière courte d'exploitation et d'approvisionnement en bois-énergie et pour la gestion d'un atelier collectif de transformation de produits végétaux. Cahier des Clauses Techniques Particulières*, Milly-la-Forêt, PNR du Gâtinais français, avril.

RONEY, Bruno et Laurence MOUQUET (2009), « La RHD aiguise les appétits », *La Revue laitière française*, n° 692, juin, pp. 12-13.

SITES WEB

Site web de CCF Technologies : <<http://www.chainedufroid-haccp.com>>.

Site web de CCC France : <<http://www.ccc-france.fr>>.

ANNEXES

Listes des annexes :

ANNEXE 1 : Les critères de différenciation des circuits de proximité

ANNEXE 2 : Les différents circuits de proximité implantés en Ile-de-France

ANNEXE 3 : Liaison froide, liaison chaude : différences et ressemblances

ANNEXE 4 : Liste des communes membres du périmètre d'étude

ANNEXE 5 : Trois exemples de synthèses rendant compte de résultats pour chaque restaurant enquêté

ANNEXE 6 : Pôle urbain et pôles structurants du Parc

ANNEXE 7 : Le guide d'entretien

ANNEXE 8 : Exemples de grammages recommandés par le GEMRCN

ANNEXE 9 : Tableau des grammages usuels

ANNEXE 10 : Volumes d'approvisionnement des restaurants enquêtés

ANNEXE 1 : Les critères de différenciation des circuits de proximité

Le Ministère de l'Agriculture définit le circuit court comme « *un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire* ». Cette définition n'est guère satisfaisante car elle ne prend pas en compte toute la diversité des formes de commercialisation des produits agro-alimentaires. D'autres critères doivent y être ajoutés pour établir un cadre plus complet, ce cadre devant s'appuyer à la fois sur la réglementation mais aussi sur des critères socio-économiques. Les différentes formes de circuits de proximité sont bien implantées en Ile-de-France et plus ou moins également réparties sur le territoire.

Les critères issus de la réglementation

La commercialisation de produits agricoles et agro-alimentaires obéit à des règles strictes¹. Outre les règlements (CE) applicables dans toute l'Union européenne, CHAFFOTTE et CHIFFOLEAU [2007] recensent deux textes réglementant ces ventes. La note de service DGAL/SDHA/N95/N°8311 du 18 décembre 1995, émise par le Ministère de l'agriculture, distingue remise directe au consommateur et mise sur le marché. La notion de remise directe est ainsi précisée par les trois conditions suivantes :

- une unicité des sites de production et de vente. MOEVI [2003] estime d'ailleurs que cela constitue une condition sine qua non à la remise directe ;
- la vente par le producteur lui-même et l'absence d'intermédiaire entre producteur et consommateur ;
- le produit doit rester la propriété du producteur jusqu'à sa cession au consommateur. Dans le même temps, au moins un des producteurs concernés doit être présent en permanence sur le lieu de vente dans les points de vente collectifs, quelle que soit leur structure juridique.

Deuxième texte, le décret n°2002-1468 du 12 décembre 2002, relatif aux conditions de contrôle de la qualité des produits issus de producteurs ou artisans commercialisant leur production « en petite quantité » sur le marché local, est lui aussi important. Il précise que « *toute personne ayant une activité de production agricole et cédant*

¹ Notons d'ores-et-déjà une modification du Code rural. Ce dernier n'opère plus la distinction entre les différentes formes de vente (directe ou indirecte) par les établissements préparant, traitant, transformant, manipulant ou entreposant des denrées animales ou d'origine animale destinées à la consommation humaine.

en petite quantité sa production de denrées alimentaires, de manière collective ou individuelle, peut bénéficier de modalités particulières de contrôle s'il commercialise :

- soit directement, au niveau du consommateur final, sur le site de production ou dans un rayon de 80 km, sur les marchés, foires ou points de vente qu'elle exploite ;
- soit, dans un rayon de 80 km également, au niveau d'une entreprise du commerce de détail ou d'un établissement de restauration » [CHAFFOTE et CHIFFOLEAU, *Idem.*].

La typologie que ces auteures proposent reste basée sur la réglementation. En effet, elles définissent la vente directe à partir même de cette réglementation, comme étant la cession d'un produit directement au consommateur sans passer par un intermédiaire. La réglementation intègre bien les besoins spécifiques des producteurs locaux. Mais cette définition trop restrictive ne nous renseigne pas sur les circuits courts. Dès lors, d'autres critères doivent être mis en avant [HERAULT-FOURNIER, 2010].

Les critères socio-économiques

La distance physique au producteur et le nombre d'intermédiaires. Ces deux premiers critères doivent permettre de distinguer les circuits longs des circuits de proximité. Ici, la distance diffère de la seule distance physique entre producteur et consommateur. En effet, « *la notion de circuits longs ou de circuits courts ne renvoie pas à la distance physique entre producteurs et consommateurs, mais au nombre d'intermédiaires entre la production et la consommation* » [FRANCOIS et alii, 2000]. Néanmoins, cette notion de distance physique reste un critère utile parce qu'elle est inscrite dans la réglementation (distribution dans un rayon de 80 km autour du lieu de production), et dans la mesure où, par définition, le producteur qui vend en circuit de proximité ne peut pas s'établir loin de son lieu de commercialisation et/ou de ses clients.

La relation au producteur. Ce critère permet de distinguer la vente directe des circuits courts. Ayant défini un circuit de proximité comme un mode de commercialisation dans lequel intervient au maximum un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur, il est clair que la vente directe n'admet aucun intermédiaire. La vente en circuit court peut au contraire inclure cet unique intermédiaire dans la chaîne de distribution. Cette distinction se voit renforcée par la réglementation en vigueur qui différencie clairement ces deux modes de commercialisation.

La dimension individuelle ou collective du mode de vente. Trois modes de commercialisation sont identifiés [ANDA, 2001 ; cité dans Transrural Initiatives, 2006, p. III]. Ils peuvent être individuel (le producteur vend seul sa production), collectif (des producteurs se regroupent pour écouler leur production) ou collectif mixte (un ou des producteurs et des consommateurs s'associent). Dans ce dernier cas, l'engagement des participants est clairement mis en avant. La distribution des produits est organisée conjointement par les producteurs et par les consommateurs. L'initiative de se constituer en groupement/association peut émaner des deux parties, soit des consommateurs, soit des producteurs. Les systèmes de paniers (groupement d'achat, AMAP, etc.) relèvent clairement de ce troisième mode de vente.

Le lieu et les modalités de vente. La commercialisation des produits locaux peut s'effectuer de diverses manières : sur le lieu de production ou de transformation (à la ferme), dans des lieux où se sont regroupés les producteurs mais sans être organisés ensemble dans un même circuit de distribution (marchés, foires), à distance (tournées, Internet, VPC), etc. Elle peut aussi ne viser qu'une catégorie de consommateurs (restauration, collectivités).

ANNEXE 2 : Les différents circuits de proximité implantés en Ile-de-France

Sur 6500 exploitations agricoles franciliennes recensées en 2000 (recensement agricole de 2000), 1400 déclarent pratiquer une démarche de circuit court, sous une forme ou une autre [Agreste Ile-de-France, 2005]. La production de ces exploitations est souvent orientée de telle manière qu'elles consomment peu d'espace : fruits et légumes, volailles, œufs, lait, fromage. Ce sont en général des produits sans particularité (sauf les bries de Meaux et de Melun qui sont sous AOC). Leur « signe » distinctif est qu'ils sont produits localement.

Caractéristiques des exploitations pratiquant la vente de proximité

On observe ainsi deux catégories d'exploitations : (1.) des *exploitations spécialisées* (maraîchage, arboriculture, apiculture, petits élevages) pour 46%, qui sont assez fragiles : des prix de vente trop bas ne permettent pas d'assurer la pérennité de l'activité, surtout lors des reprises. Elles sont de faible taille et emploient peu de main-d'œuvre. (2.) des *exploitations mixtes* (34%) à base céréalière avec un atelier de production spécialisé, du petit élevage et/ou du maraîchage. Les surfaces moyennes sont beaucoup plus grandes mais restent deux fois plus petites que les céréaliers « purs ». Elles recourent plus à la main-d'œuvre salariée.

Le nombre d'exploitations mixtes semble augmenter tandis que les exploitations spécialisées poursuivent leur déclin. Selon les enquêtes menées par l'INRA, la présence de ces deux types d'exploitations s'accompagne du développement de circuits courts, prenant des formes très variées. On dénombre, par exemple, huit types de circuits courts différents pour 26 exploitations en vente de proximité dans la Plaine de Versailles [VASSOR, 2007].

Les exploitations maraîchères spécialisées de la Plaine de Bière – dont une partie est sur le territoire du Parc – ont été repoussées depuis la petite couronne parisienne, à cause de l'urbanisation dès les années 1970. Elles s'appuient sur un modèle de production-commercialisation fondé sur la spécialisation et la vente en gros au Marché d'Intérêt National (MIN) de Rungis. Mais de plus en plus de maraîchers spécialisés de la Plaine souhaitent se diversifier et montent des projets de circuits courts [AUBRY et CHIFFOLEAU, 2009]. Dans le cas du maraîchage sur la Plaine de Bière, les exploitations spécialisées sont très grosses et

écoulent leur production au MIN². Celles dont la production est diversifiée sont de taille beaucoup plus restreinte et écoulent la majorité de leur stock en circuit court.

Concernant les productions animales (volailles, lapins et œufs), la structure de l'élevage influence beaucoup le mode de commercialisation. Ainsi dans le cas d'une production artisanale, la vente directe est presque exclusivement utilisée par les exploitants, « car la quantité de marchandises à écouler est peu abondante ». Dans le cas d'une production industrielle, où les volumes sont plus conséquents mais qui reste marginale en Ile-de-France, les éleveurs s'adressent à des grossistes ou à des négociants [Agreste Ile-de-France, *Op. Cit.*].

Géographie des formes de circuits de proximité en Ile-de-France

En Ile-de-France, les formes traditionnelles de circuits courts perdurent (marchés forains, ventes à la ferme, cueillettes, etc.), et de nouvelles apparaissent (ventes par Internet, AMAP, ventes dans les gares RER, etc.). Trois faits saillants caractéristiques cependant les circuits de proximité franciliens :

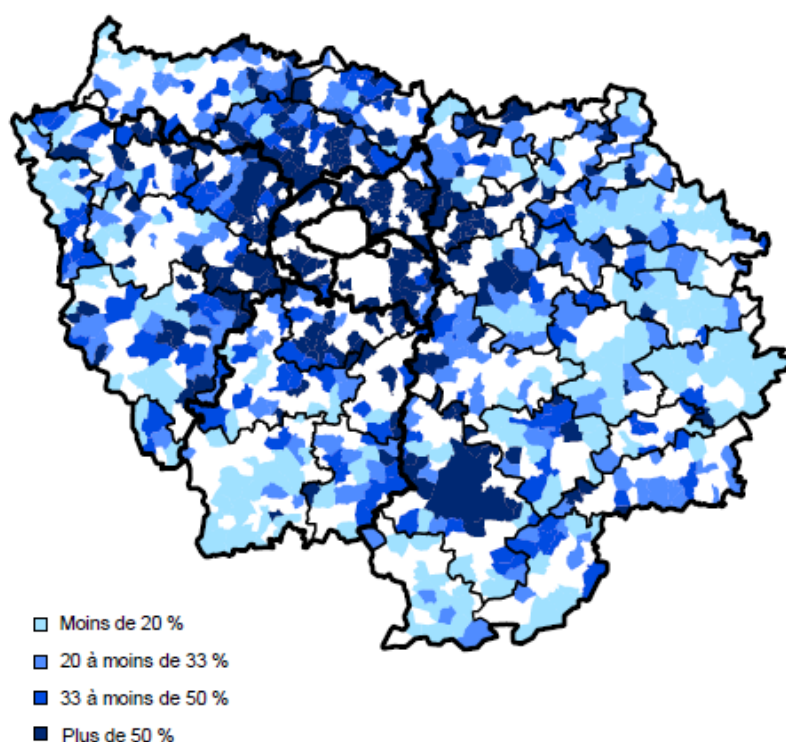
- la rareté des points de vente collectifs,
- le lien avec le MIN de Rungis fréquemment conservé par les producteurs,
- la coexistence de plusieurs formes de vente de proximité par exploitation.

Il est possible d'interpréter ces spécificités des modes de commercialisation des produits agricoles franciliens comme un moyen d'adéquation entre l'offre (quantitative, temporelle et en diversité) et les demandes des consommateurs. Ceci démontre une certaine complémentarité entre circuits de proximité et entre ceux-ci et circuits longs.

Ces exploitations impliquées dans la vente de proximité apparaissent concentrées sur le pourtour du cœur urbanisé de l'agglomération parisienne, la Ceinture verte, mais aussi dans les vallées franciliennes : Seine Aval, Vallée de Chevreuse, Fontainebleau et plaine de Bière, etc. [*Cf. Figure*].

² Entretien avec Madame Chanclud, Animatrice Territoire, Sud Seine-et-Marne, Chambre d'Agriculture de Seine-et-Marne, 28 mars 2011.

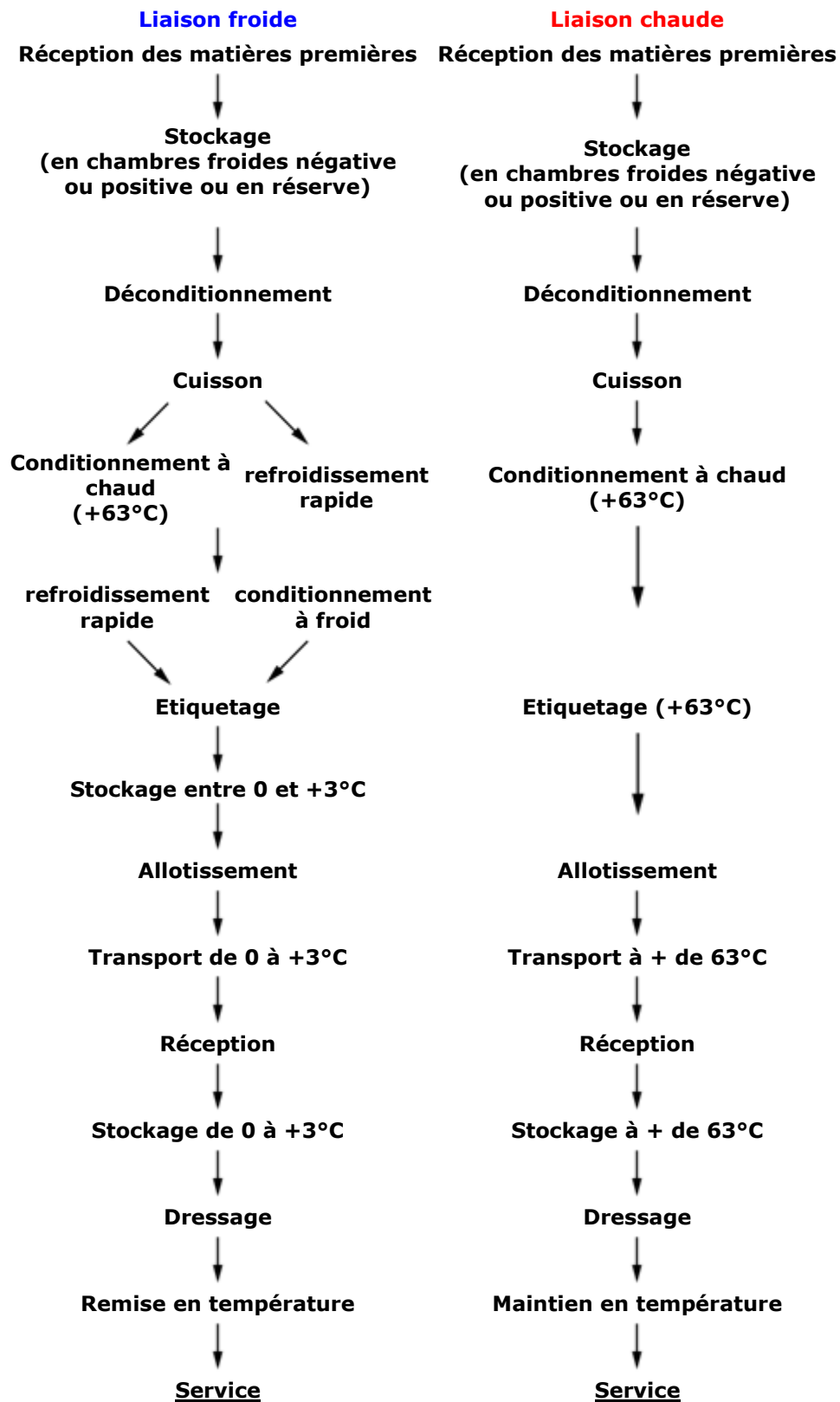
Figure : La part des exploitations agricoles pratiquant la vente directe en Ile-de-France, par commune



Source : Agreste – Recensement agricole 2000 ; cité dans Agreste Ile-de-France (2005), « La vente directe, pilier de la commercialisation agricole en Ile-de-France », *Agreste Ile-de-France – Synthèse sur la commercialisation*, n° 78, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, octobre, p. 4.

On observe aussi une spécialisation géographique en fonction des contraintes géo-économiques du territoire. Ainsi les zones urbaines voient s'établir des systèmes de vente permanents et/ou réguliers, comme les marchés, des points de vente collectifs ou les AMAP. Dans les zones moins densément peuplées, péri-urbaines ou rurales, des formes de vente plus irrégulières et/ou incertaines sont mis en place (elles peuvent dépendre de la saison, du tourisme, etc.) : ventes à la ferme, sur le bord des routes, etc. Deux facteurs permettent d'expliquer cette répartition géographique : le potentiel de vente pour les produits de consommation courante (qui est plus important en ville) et la présence de revenus captifs (touristes, etc.) qui permet une vente à la ferme plus facile [CHAFFOTTE et CHIFFOLEAU, *Op. Cit.*]. Ainsi en Ile-de-France, les trois quarts des AMAP locales (associations qui distribuent dans un rayon de 30 km autour du producteur) se situent à Paris et dans la petite couronne. La relation au consommateur y est facilitée : les clients sont plus nombreux, avec des revenus plus élevés. Mais on remarque de plus en plus l'implantation de ces AMAP en zones péri-urbaines voire rurbaines, les agriculteurs se rapprochant des lieux de production [BOIVIN, 2008 ; in MARECHAL, 2008].

ANNEXE 3 : Liaison froide, liaison chaude : différences et ressemblances



Source : site web de CCF Technologies : <http://www.chainedufroid-haccp.com/liaison-froide_liaison-chaude.php>, consulté le 10/03/2011.

ANNEXE 4 : Liste des communes membres du périmètre d'étude

77001	Achères-la-Forêt	77520	Villiers-sous-Grez	91273	Gironville-sur-Essonne
77003	Amponville	91035	Authon-la-Plaine	91293	Guigneville-sur-Essonne
77006	Arbonne-la-Forêt (Ex)	91038	Auvers-Saint-Georges	91318	Janville-sur-Juine
77022	Barbizon	91047	Baulne	91359	Maisse
77041	Boissy-aux-Cailles (Ex)	91067	Blandy	91374	Marolles-en-Beauce
77046	Boulancourt	91069	Boigneville	91378	Mauchamps
77056	Burcy	91075	Bois-Herpin	91393	Mérobert
77060	Buthiers	91080	Boissy-le-Cutté	91399	Mespuits
77065	Cély-en-Bière	91081	Boissy-le-Sec	91405	Milly-la-Forêt
77069	Chailly-en-Bière	91095	Bouray-sur-Juine	91408	Moigny-sur-Ecole
77088	La Chapelle-la-Reine	91098	Boutervilliers	91412	Mondeville
77102	Châtenoy (Ex)	91099	Boutigny-sur-Essonne	91433	Morigny-Champigny
77112	Chevrainvilliers (Ex)	91100	Bouville (Ex)	91463	Oncy-sur-Ecole
77185	Fleury-en-Bière	91109	Brières-les-Scellés	91469	Ormoy-la-Rivière
77198	Fromont	91112	Brouy (Ex)	91473	Orveau
77200	Garentreville (Ex)	91121	Buno-Bonnevaux	91495	Plessis-Saint-Benoist
77220	Guercheville	91129	Cerny	91507	Prunay-sur-Essonne (Ex)
77244	Larchant	91130	Chalo-Saint-Mars	91508	Puisselet-le-Marais (Ex)
77328	Nanteau-sur-Essonne (Ex)	91132	Chamarande	91526	Roinvilliers
77348	Ormesson (Ex)	91135	Champcueil	91547	Saint-Escobille
77359	Perthes-en-Gâtinais	91137	Champmotteux (Ex)	91556	Saint-Hilaire
77378	Pringy	91145	Chatignonville	91578	Saint-Sulpice-de-Falvière
77386	Recloses	91148	Chauffour-lès-Etréchy	91599	Soisy-sur-Ecole
77395	Rumont	91159	Chevannes (Ex)	91602	Souzy-la-Briche
77407	Saint-Fargeau-Ponthierry	91180	Courances	91619	Torfou
77412	Saint-Germain-sur-Ecole	91184	Courdimanche-sur-Essonne	91629	Valpuiseaux (Ex)
77425	Saint-Martin-en-Bière	91195	Dannemois	91639	Vayres-sur-Essonne
77435	Saint-Sauveur-sur-Ecole	91198	D'huison-Longueville	91654	Videlles
77471	Tousson	91223	Etampes	91662	Villeconin
77477	Ury	91226	Etréchy	91671	Villeneuves-sur-Auvers
77485	Le Vaudoué	91232	La Ferté-Alais	77186	Fontainebleau
77518	Villiers-en-Bière	91248	La Forêt-Sainte-Croix (Ex)	77431	Saint-Pierre-lès-Nemours
				91330	Lardy

	Territoire d'étude
	Membres du GAL
	Membres du PNR

Note 1 : Toutes les communes du Parc font partie du GAL. Toutes celles du GAL sont incluses dans le périmètre d'étude.

Note 2 : Les communes notées « Ex » ont été intégrées suite à l'élargissement du Parc en 2011 (elles font partie du périmètre d'extension).

ANNEXE 5 : Trois exemples de synthèses rendant compte de résultats
pour chaque restaurant enquêté



Identification de la demande en produits de proximité

par la restauration collective

Parc du Gâtinais français

Synthèse de l'entretien n° 3 – 31 mars 2011

Restaurant d'entreprise d'Arvalis – Institut du Végétal – Boigneville

Renseignements préalables

Monsieur [REDACTED] cuisinier responsable du restaurant, est en charge de son organisation, de son approvisionnement et de son fonctionnement. Le restaurant, construit il y a plus de 35 ans, est remis aux normes au début des années 2000. Il dispose de tous les équipements nécessaires, ces équipements étant considérés comme très performants. La cuisine fonctionne en régie directe. 550 repas sont servis par semaine, répartis sur cinq jours, le midi.

Fonctionnement du restaurant

La cuisine est totalement équipée. Le personnel ne dispose pas d'une léguerie, mais est capable d'en improviser une puisque les repas sont préparés en grande partie à partir de produits frais. Les locaux de stockage semblent suffisants puisque l'équipe dispose d'une réserve sèche d'une chambre froide positive et d'une autre négative d'une superficie adéquate.

Cinq employés travaillent en cuisine (quatre CDI et un apprenti), entre 8h et 16h30. Ces mêmes personnes font le service. Les repas sont préparés dès le matin. Les deux cuisiniers, aidés de l'apprenti, se partagent le travail (entrées, plats, garniture, etc.). Le premier qui a fini aide l'autre. Les plats sont donc préparés concomitamment.

Tableau 1 : Volumes moyens d'approvisionnement du restaurant pour un repas

Quantités (en kg)	
Viande	25
Poisson	20
Féculeux	15
Légumes garniture	55
Fruits et crudités	25
Pain	35 pains

Globalement, les volumes d'approvisionnement sont constants d'un repas sur l'autre (Cf. tableau 1). Les féculents sont intégrés dans le poste fruits et légumes ; Monsieur [REDACTED] propose d'ailleurs des pommes de terre cultivées dans les champs d'Arvalis.

Le chef de cuisine élabore les menus. Ceux-ci sont clairement établis en fonction de la demande (végétariens, sans porc, sans fibres, sans sel, anti-allergies, etc.). Monsieur [REDACTED] estime qu'il doit faire son possible pour satisfaire ses clients, comme dans la restauration commerciale. Il reçoit les avis et attentes des convives par e-mail. Il propose des repas équilibrés, avec du goût et si possible issus de l'agriculture biologique. Tous les plats sont élaborés sur place (sauf le pain).

Les repas, payés en moyenne 4,00€ par le personnel, sont en partie pris en charge par l'entreprise (environ 60% - le coût de revient d'un repas étant de plus de 10€). La main-d'œuvre représente la majeure partie du coût total (environ 70%) et les matières premières en moyenne 25%, soit 2,76€ par repas. Notons que les laitages et fruits sont à volonté dans le restaurant.

Monsieur [REDACTED] se fournit auprès de sept spécialistes et grossistes, rarement auprès de producteurs locaux. Quand il s'agit de les choisir, le critère premier reste la qualité gustative du produit ; la facilité de préparation des plats n'entre pas en ligne de compte, les cuisiniers étant

présents pour satisfaire les clients. Les fournisseurs sont tirés sur le volet et signent une charte, s'engageant sur la qualité des aliments.

Perception des produits locaux

La personne interrogée connaît assez bien la problématique des circuits courts et des produits locaux. Monsieur [REDACTED] estime qu'un produit est local lorsqu'il a été cultivé, élevé ou élaboré dans la région (au sens de terroir), voire à moins de 50 km du lieu de consommation. Il considère son approvisionnement en fruits et légumes du Val de Loire et en viande de Bourgogne comme local. Quant au produit de proximité, il est situé à côté du lieu de consommation : c'est « la cressonnière d'à côté ». Il opère aussi une distinction entre produits bruts et transformés, estimant que tous les produits bruts peuvent être locaux, mais pas tous les produits transformés. D'autres critères que la distance permettent de définir un produit local : le terroir et le mode de culture/élevage/élaboration sont deux éléments essentiels pour Monsieur [REDACTED]. Un aliment directement acheté au producteur peut aussi être un produit local. De même, il considère un circuit de commercialisation comme court lorsque la vente s'effectue directement entre le producteur et le consommateur. Il connaît assez bien les producteurs locaux, sans disposer d'une liste importante d'agriculteurs implantés sur le territoire du Parc.

La distinction entre local et bio est assez bien comprise. Monsieur [REDACTED] dispose d'un budget conséquent qui lui permet de s'approvisionner en produits bio, mais il ne se soucie pas de leur provenance. Il tente néanmoins d'intégrer quelques produits locaux (du terroir) dans ses menus. Les produits saisonniers en font partie intégrante, ce qu'il estime être du simple bon sens. Il essaie d'ailleurs d'éduquer ses clients, par exemple en ne leur servant pas de fraises en hiver. Quant aux produits sous signe de qualité ou d'origine, il en utilise régulièrement (AB, AOC, etc.).

En termes de produits locaux, Monsieur [REDACTED] propose de tout (fruits et légumes, pain, produits laitiers, viandes, pommes de terre des champs d'Arvalis), et ce, de manière régulière (plus d'une fois par mois). Les fruits et légumes sont achetés frais, et en conserve ou surgelés en fonction des prix du frais. Il communique sur le sujet, en cas de menu spécial, par e-mail et sur le tableau à l'entrée du restaurant.

Monsieur [REDACTED] semble intéressé pour s'approvisionner en produits de proximité (cultivés, élevés, élaborés dans le sud de l'Essonne), mais il évoque quatre problèmes :

- il ne dispose d'aucune d'information sur les producteurs du Gâtinais français, ni sur leurs productions ;
- il éprouve aussi des difficultés de livraison lorsqu'il s'approvisionne en Ile-de-France puisque le pont de Boigneville est trop bas pour que les camions y passent, les obligeant à faire un grand détour. Il s'approvisionne donc en produits de Bourgogne et du Loiret ;
- il émet aussi des doutes sur l'hygiène des productions achetées localement ;
- enfin, même s'il en reconnaît les bénéfices (un revenu assuré), il estime qu'un approvisionnement local des restaurants collectifs peut occulter toute la production d'un agriculteur et limiter ses ventes sur les marchés. Il doute aussi de leurs capacités de production.

Éléments complémentaires

Créer un site Internet qui regroupe, par commune, les producteurs locaux lui semble une bonne idée pour faciliter l'approvisionnement local, notamment en ce qui concerne la mise en relation des producteurs et des consommateurs.



Identification de la demande en produits de proximité par la restauration collective
Parc du Gâtinais français

Synthèse de l'entretien n° 6 - 2 mai 2011

Restaurant du groupe scolaire Rosa Bonheur – Chailly-en-Bière

Renseignements préalables

Mesdames [] et [], respectivement secrétaire générale et secrétaire de mairie en charge du restaurant, veillent à l'organisation, à l'approvisionnement et au fonctionnement du restaurant. Le groupe scolaire a été construit en 1991. La cuisine date de cette époque ; la salle a été rénovée il y a quelques années. La cuisine fonctionne en gestion déléguée sur le mode de la régie intéressée (cf. Encadré 1). Elle sert jusqu'à 350 couverts par semaine (enfants et adultes), répartis sur quatre repas, le midi.

Fonctionnement du restaurant

La cuisine, récente, est totalement équipée pour un fonctionnement en liaison froide (Cf. Encadré 2). Le personnel dispose du matériel pour la conservation et le réchauffage des plats. Il prépare de temps en temps les entrées (tomates) et dispose d'un plan de travail prévu à cet effet. Néanmoins, le manque de place empêche la préparation d'entrées ou de desserts plus élaborés. Deux employées travaillent en cuisine, entre 9h et 11h pour préparer le service. Celui-ci est assuré par du personnel communal (6 personnes).

Les menus sont proposés par le prestataire, Les Petits Gastronomes, filiale de Sodexo. La mairie n'a aucun droit de regard sur les repas proposés, elle reçoit simplement les menus un peu à l'avance. Ce prestataire fournit tout, y compris les fruits bruts. Sur ce dernier point, Madame [] estime que cela pose problème dans la mesure où ils sont conservés et transportés en chambre froide, limitant de fait leur qualité gustative. Il est possible de réserver les repas jusqu'à la veille 10 h. Ceci apparaît comme un des avantages de la délégation de service public sur la gestion directe. Les parents y voient une certaine souplesse, qui peut les avantager.

Les repas, payés 4,15€ pour les enfants de maternelle et 4,10€ pour ceux du primaire, ne sont pas subventionnés, la mairie n'ayant pas mis en place de quotient familial. Le coût du repas tel que facturé par le prestataire compte pour presque 60% du prix payé par les familles. La différence de prix entre la maternelle et le primaire s'explique par le besoin d'encadrement dans les petites classes.

Encadré 1 : La délégation de service public

Le pouvoir adjudicateur dispose de plusieurs options concernant l'approvisionnement et la gestion des restaurants collectifs dont il a la charge. On distingue la régie directe et la délégation de service public. Dans le premier cas, le pouvoir adjudicateur (commune, Conseil général, etc.) gère lui-même, via une structure interne, le restaurant.

La gestion d'un restaurant peut aussi être déléguée à une autre structure, de droit public (une autre commune, une SEM) ou de droit privé. Dans ce dernier cas, la délégation fait l'objet d'un marché public. Plusieurs sortes de délégation existent. Les pouvoirs publics recourent principalement à trois modes de gestion : la concession, l'affermage et la régie intéressée. Dans le cas de la concession, l'entreprise retenue dans le cadre de la procédure de marché public achète le matériel et en assure le fonctionnement en même temps que la prestation elle-même (en l'occurrence, la préparation ou la fourniture de repas). L'affermage se distingue de la précédente formule par le fait que le matériel utilisé pour la réalisation du contrat reste la propriété du pouvoir adjudicateur. Le prestataire est directement rémunéré par les usagers. Enfin, la régie intéressée ressemble beaucoup au précédent contrat, sauf que le prestataire est rémunéré par le pouvoir adjudicateur selon une formule d'intéressement.

Vu son faible montant, la prestation fait l'objet d'un marché public à procédure adaptée (MAPA)¹. Les critères de choix du prestataire sont, dans l'ordre d'importance : le coût du service, la qualité (gustative et nutritionnelle) des produits proposés aux enfants et la traçabilité des aliments. Le marché actuel prend fin en septembre et dès le mois de juillet, Madame [] prévoit de lancer un nouvel appel d'offre pour un MAPA d'un an reconductible. Les critères de sélection resteraient les mêmes. Des produits bio devraient néanmoins être introduits, notamment des fruits.

Perception des produits locaux

Les personnes interrogées connaissent assez peu la problématique des circuits courts et des produits locaux. Elles estiment néanmoins qu'un produit est local lorsqu'il est cultivé ou élevé dans la région, voire même s'il est directement acheté au producteur. Par région, Madame [] pense au terroir, citant des zones géographiques telles que le Pays de Bière ou le Gâtinais français. Elle y inclut les produits élaborés par des artisans sur le territoire. Le critère géographique reste néanmoins primordial dans la définition d'un produit local. De plus, Madame [] considère qu'un circuit de commercialisation est court lorsqu'il y a le moins d'intermédiaires possible, voire même lorsque le produit est directement vendu du producteur au consommateur. Elle a connaissance de l'existence de maraîchers vendant directement leur production près de Chailly (EARL Les Saveurs de Chailly : tomates, fraises...). Pour elle, la maturité d'un fruit ou d'un légume et son mode de production constituent des critères essentiels de qualité.

La distinction entre local et bio est assez bien comprise. Madame [] estime que les produits bio sont plus sains que ceux issus de l'agriculture conventionnelle, et va en faire un critère de sélection lors du prochain appel d'offre. Globalement, les personnes en charge du restaurant scolaire n'ont aucune visibilité sur l'origine des produits bruts que le prestataire propose (ce qui pose la question de la provenance des produits bio introduits dans le prochain marché...). Aucun produit local n'est proposé par le restaurant, sauf peut-être la salade (la plaine de Bière produit une grande partie des salades vendues à Rungis où s'approvisionnent nombre de sociétés de restauration collectives comme Sodexo).

Même si elle juge intéressant un tel projet, Madame [] l'estime utopique. En effet, la cuisine n'est pas équipée pour passer à un mode de gestion direct. Même si un futur marché pourrait ne porter que sur les plats, et non les entrées et desserts, ces derniers étant préparés sur place (crudités, salades de fruits, etc.), la transition s'avérerait difficile et le manque de place en cuisine se ferait sentir.

Jean-Baptiste Sorleix – PNR Gâtinais français
06 mai 2011

¹ Les factures s'élevaient à environ 4600€ par mois, pour un mois complet, soit moins de 45000€ pour l'année. Le montant plafond pour un MAPA est de 193.000€.



Identification de la demande en produits de proximité

par la restauration collective

Parc du Gâtinais français

Synthèse de l'entretien n° 7 – 4 mai 2011

Restaurant scolaire du collège Le Roussay – Etréchy

Renseignements préalables

Monsieur [REDACTED], chef de cuisine, veille à l'organisation, à l'approvisionnement et au fonctionnement de la cuisine centrale et du restaurant du collège. La cuisine fournit aussi le collège de Lardy en liaison froide. Le collège a été construit en 1973 et la cuisine reconstruite sur un nouvel emplacement en 2006, agrandie et de plein-pied. La cuisine fonctionne en régie directe. 1050 repas sont servis par semaine (soit 500 élèves demi-pensionnaires pour Etréchy et 550 pour Lardy, sans compter le personnel), répartis sur quatre jours : les lundis, mardis, jeudis et vendredis midi. Son potentiel de 3000 repas par semaine reste sous exploité pour l'instant.

Fonctionnement du restaurant

La cuisine est totalement équipée et très bien agencée. Le personnel dispose de tout le matériel nécessaire, notamment d'une léguerie et d'un camion réfrigéré pour les expéditions vers Lardy. Les locaux de stockage (réserve sèche, trois chambres froides positives et une négative) sont neufs et clairement suffisants en surface. La cuisine suit une organisation de type « mise en avant » avec une salle de déconditionnement (à leur entrée en cuisine, les produits sont prêts à l'emploi).

Quatre personnes travaillent en cuisine (3 cuisiniers, dont un pour Lardy, et 1 aide cuisinier), entre 6h30 et 14h15. Le personnel du collège aide pour le service et pour le nettoyage. Très peu de plats « tout prêts » sont commandés, Monsieur [REDACTED] préférant tout élaborer. Les repas sont préparés dès le matin, et sont expédiés dès 10h30. Le refroidissement des plats (avec cellules de refroidissement) est un souci permanent et prend du temps. Globalement, les volumes d'approvisionnement sont constants d'un repas sur l'autre (Cf. tableau 1).

Quantités (en kg)	
V viande	130
Poisson	140
Légumes garniture	60
Féculents (pommes de t.)	200
Fruits et légumes frais	85
Pain	140 pains

Le chef de cuisine propose les menus, élaborés à l'aide d'un logiciel (« Aide au menu »), qui sont validés en commission des menus. Il essaie de tenir compte de la demande des enfants, même si ce n'est pas toujours évident en liaison froide avec le collège de Lardy. Il propose ainsi du poisson et des plats sans porc.

Les repas, payés 3,00€ par les élèves (prix fixé par le Conseil général), ne sont pas subventionnés. Les matières premières représentent la majeure partie du prix avec, en moyenne sur l'année, un budget à ne pas dépasser de 1,90€ par repas. Le restaurant se fournit auprès de spécialistes et grossistes (une vingtaine), mais pas auprès de producteurs locaux. Quand il s'agit de les choisir, les critères, par ordre d'importance, sont : la qualité de la livraison (arrivée en temps et en heure), la qualité gustative et nutritionnelle du produit, et son coût. L'éloignement du cœur de l'agglomération parisienne pénalise le restaurant, de même que la congestion de la N20.

Monsieur [REDACTED] ne fait plus appel à certaines entreprises à cause de cela. Le restaurant fait partie du groupement de commandes coordonné par le lycée Jean Perrin de Longjumeau.

Perception des produits locaux

La personne interrogée connaît assez bien la problématique des circuits courts et des produits locaux. Monsieur [REDACTED] estime qu'un produit est local lorsqu'il a été cultivé, élevé et/ou élaboré dans le département, et revient dans cette définition les produits transformés. Des éléments élaborés par des artisans dans ce périmètre sont ainsi des produits locaux (comme le pain). D'autres critères permettent de définir un produit local, notamment le terroir. Une spécialité régionale peut ainsi être un produit local selon Monsieur [REDACTED]. De même, il considère qu'un circuit de commercialisation est court lorsque le produit est directement vendu du producteur au consommateur. Le chef de cuisine ne connaît pas de producteur local, même s'il connaît les aliments emblématiques du Gâtinais (miel, cresson) ainsi que d'autres productions locales (le haricot chevrier d'Arpajon, le crosne du nord-Essonne, etc.).

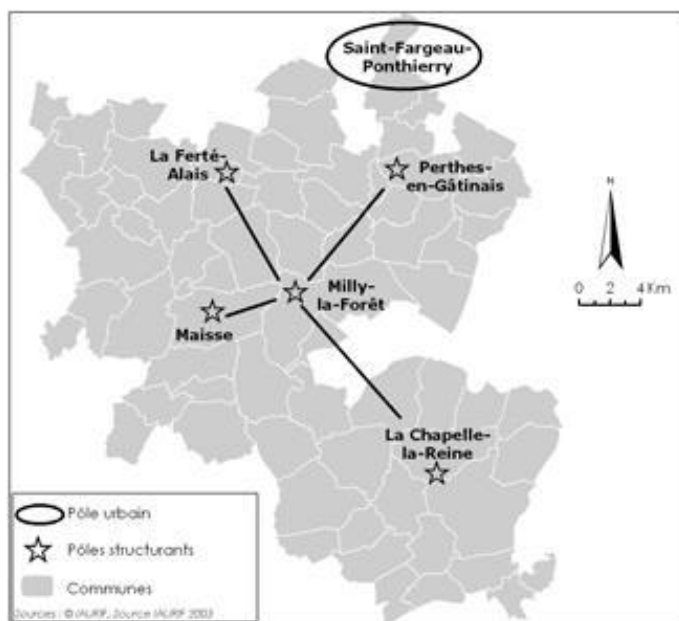
La distinction entre local et bio reste assez mal comprise, Monsieur [REDACTED] assimilant produits bio et locaux. Il estime néanmoins que les produits bio sont en général plus sains que ceux issus de l'agriculture conventionnelle. Concernant les produits saisonniers, il essaie de les utiliser « au bon moment », mais cela semble assez difficile. Les élèves ayant un régime alimentaire peu diversifié, certains produits hors saison sont récurrents (tomate sous toutes ses formes, concombres, etc.). L'éducation à l'alimentation est certes importante mais il faut être sûr qu'ils mangent à leur faim et ne pas gaspiller la nourriture. Mais le chef de cuisine propose quand même, régulièrement, des produits sous signe de qualité ou d'origine (AB, AOC/AOP, VBF), notamment pour la viande et les produits laitiers. Il est néanmoins contraint d'attendre des promotions de ses fournisseurs pour pouvoir les acheter.

Le seul produit a priori local utilisé est le pain, fabriqué par une boulangerie de Bouray-sur-Juine (sur le territoire du Parc). Aucune communication n'est effectuée sur le sujet. Mais Monsieur [REDACTED] a déjà proposé un autre produit local, le cresson. Celui-ci n'a pas rencontré de succès auprès des élèves demi-pensionnaires. Par ailleurs, les fruits et légumes sont presque toujours achetés frais et en 4^{ème}/5^{ème} gamme, des fois surgelés (rarement en conserve), chez des grossistes, d'où un potentiel d'approvisionnement local non négligeable.

Même s'il juge un tel projet intéressant, le chef de cuisine ne semble pas enthousiaste à l'idée de s'approvisionner en produits locaux, et s'interroge : « Quels produits et en quelle quantité ? Qui livre et à quelle fréquence ? Selon quel conditionnement et quelles normes d'hygiène ? Pour quel prix ? ». Monsieur [REDACTED] doute ainsi des capacités des producteurs locaux à approvisionner son restaurant (et les autres). Il craint aussi un surcoût, tant en termes de prix net qu'en termes de livraison. Plus encore, il se méfie des conditions d'hygiène dans lesquelles ces produits pourraient être acheminés jusqu'à sa cuisine. Enfin, il pense qu'un tel approvisionnement est plus facile dans le cas d'un restaurant en gestion directe. Or sa cuisine fournit le collège de Lardy, ce qui demande une organisation minutée et du temps supplémentaire pour le refroidissement et l'expédition des plats. Les quantités à fournir seraient aussi plus élevées (surtout si la cuisine se voit confier l'approvisionnement d'autres collèges).

ANNEXE 6 : Pôle urbain et pôles structurants du Parc

La Charte du Parc insiste sur la nécessité de préserver la qualité de vie des habitants ainsi que le patrimoine historique et naturel local. Pour ce faire, elle mise notamment sur un urbanisme durable à développer sur tout le territoire. La Charte définit ainsi trois types de communes :



- le pôle urbain que constituent les communes de Saint-Fargeau-Ponthierry et Pringy ;
- les pôles structurants que sont Milly-la-Forêt, Perthes-en-Gâtinais, La Ferté-Alais, Maisse et La Chapelle-la-Reine ;
- les communes rurales, à savoir celles qui ne sont pas ci-dessus mentionnées.

Il convient d'y ajouter les communes du périmètre d'étude, à savoir Etampes, Fontainebleau et Saint-Pierre-lès-Nemours pour les pôles urbains, et Etréchy pour les pôles structurants.

ANNEXE 7 : Le guide d'entretien

Si oui, lesquels ? Précisez (stockage sec, chambre froide, chaude, superficie etc.) :

.....

10. Pour un repas, quelles sont les échéances en ce qui concerne :

- a. l'élaboration du menu ?
- b. la commande ?
- c. la (les) livraison(s) ?
- d. le stockage ?

11. Quel est le temps de préparation moyen des repas en fonction du type de produits achetés et/ou de plats préparés ? Temps moyen ou jusqu'à quel temps ils sont prêts à aller pour... Ex : pommes de terre ou frites, pommes fraîches ou compotes, etc. (en kg)

.....

12. Quel est le volume moyen d'approvisionnement ?

Par type de produits et/ou de plats, sur le trimestre.

.....

D. Les repas

13. Qui propose les menus ?

.....

14. Votre cantine propose-t-elle des menus diversifiés (en quantité) et en fonction de demandes particulières ? (végétarien, anti-allergie, sans porc voire Halal, etc.)

.....

b. En ce qui concerne la préparation des repas :

- Concédée :
 - En liaison froide
 - En liaison chaude
- Nom de l'entreprise concessionnaire :
- Gestion directe :
 - Cuisine centrale seule
 - Cuisine centrale et satellites. Nombre de satellites :
- Autre :

5. Existence de relations avec des institutions autres que celle(s) de tutelle ?

- Oui
- Non

Si oui, lesquelles ?

C. Organisation du personnel et préparation des repas

6. Combien d'employés travaillent actuellement à la préparation des repas et du service ? (nombre de postes en ETP, statut, niveau de qualification)

.....

7. Quels sont leurs horaires de travail ?

.....

8. Quels sont les équipements à disposition des employés ?

(Fours, réchauds, plaques de cuisson, friteuses, légumière, etc.)

.....

9. Disposez-vous de locaux de stockage ?

- Oui mais limités
- Oui et suffisants
- Non

31. Selon vous, un produit local et/ou de proximité est-il uniquement associé à la notion de distance ? Oui Non

Précisez :

32. Si non, quels autres critères peuvent permettre de définir un produit local ?
(de saison, issu de l'AB, frais non transformé, porteur d'un signe officiel, etc.)

33. Plus précisément, selon vous, un produit local, c'est :
Ordonnez vos réponses (1 pour le critère le plus pertinent)

- Un produit cultivé/élevé à une faible distance du lieu de consommation
- Un produit transformé à une faible distance du lieu de consommation
- Un produit acheté directement au producteur
- Autre :

34. Comment définiriez-vous un circuit court ?

35. Que représentent pour vous :
- le Bio ?

- les produits saisonniers ?

36. Connaissez-vous des produits cultivés/élevés/élaborés localement ?

Oui Non

a. Si oui, lesquels ?

Nous allons maintenant aborder la seconde partie du questionnaire. Nous nous concentrerons sur les produits locaux et leur (possible) intégration dans la restauration collective en général et dans les repas de votre restaurant en particulier, en mettant l'accent sur votre perception du « local ».

F. Perception du local

28. Comment définiriez-vous un produit local ? Pourriez-vous me donner un exemple pour chacun ?

Produits	Définition du local

Un produit local peut ne pas être de proximité. Exemple de la banane de Martinique car on peut définir le local comme un produit de terroir.

29. Selon vous, quelle zone géographique est représentative :
(Commune, département, ne sait pas, etc.)

a. Du local :

b. De la proximité :

30. Opérez-vous une distinction entre produits bruts et transformés ?

I. Perception de l'agriculture locale

- 48. Savez-vous qu'il existe une agriculture francilienne ?
 Oui
 Non
- 49. Que représente pour vous l'agriculture francilienne ? (grands traits)

- 50. Savez-vous qu'il existe une agriculture locale, autour de votre lieu de travail ?
 Oui
 Non
- 51. Connaissez-vous personnellement des producteurs ?
 Oui
 Non
 Si oui, lesquels ?

- 52. Avez-vous connaissance de l'existence du Parc naturel régional du Gâtinais français ?
 Oui
 Non
- 53. Savez-vous si la commune dans laquelle vous travaillez/vivez en fait partie ?
 Oui
 Non
- 54. Disposez-vous d'informations sur l'agriculture du Parc ?
 Oui
 Non
 Si oui, lesquels ?

Terminer sur :

Depuis quelques années on remarque beaucoup de discussions sur ce thème de l'approvisionnement local et des circuits courts, qu'en pensez-vous ? Souhaiteriez-vous ajouter des précisions sur notre discussion ?

Je vous remercie pour votre accueil...

Si non, pourquoi ?

.....
.....
.....

b. Avez-vous communiqué sur le sujet ?

- Oui
- Non

Si oui, comment ?

.....
.....
.....

H. Ressentis sur un projet d'approvisionnement du restaurant collectif en circuit court/produits agricoles locaux

Ceci étant dit,

- 46. Un tel projet d'approvisionnement de votre cantine vous semble-t-il :
 Intéressant Oui Non
 Réalisable Oui Non

Pourriez-vous préciser ?

.....
.....
.....

- 47. Si réalisable, à raison de quelle fréquence ? Une opération...

- Par an
- Par trimestre
- Plus souvent ?

Quel(s) produit(s) sera(en)t le(s) plus indiqué(s) ?

.....
.....
.....
.....
.....

ANNEXE 8 : Exemples de grammages recommandés par le GEMRCN

Recommandation par type de repas

PRODUITS, prêts à consommer, en grammes sauf exceptions signalées	Enfants de moins de 18 mois	Enfants de plus de 18 mois	Enfants en maternelle	Enfants en classe élémentaire	Adolescents, adultes, personnes âgées si portage à domicile	Personnes âgées en institution Déjeuner	Personnes âgées en institution Dîner
REPAS PRINCIPAUX							
PAIN	10	20	40	50	de 50 à 100	50	50
CRUDITES sans assaisonnement							
Avocat (à l'unité)	1/4 (1)	1/4	1/4	1/2	1/2	1/2	1/2
Carottes, céleri, et autres racines râpées	40 (1)	40	50	70	90 à 120	70	70
Choux rouge et blanc émincés	30 (1)	30	40	60	80 à 100	80	80
Comcombre	40 (1)	40	60	80	90 à 100	90	90
Endive	20 (1)	20	20	30	80 à 100	80	80
Melon, pastèque	80 (1)	80	120	150	150 à 200	150	150
Pamplemousse (à l'unité)	1/4 (1)	1/4	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
Radis	20 (1)	20	30	50	80 à 100	60	60
Salade verte	0	0	25	30	40 à 60	30	30
Tomate	40 (1)	40	60	80	100 à 120	80	80
Salade composée à base de crudités	40 (1)	40	40	60	80 à 100	80	80
Champignons crus	30 (1)	30	40	60	80 à 100	80	80
Fenouil	30 (1)	30	40	60	80 à 100	80	80
CUIDITES sans assaisonnement							
Potage à base de légumes (en litres)	1/8 (1)	1/8	1/8	1/6	1/4	1/4	1/4
Artichaut entier (à l'unité)	1/2 (1)	1/2	1/2	1/2	1	1	1
Fond d'artichaut	30 (1)	30	30	50	80 à 100	80	80
Asperges	30 (1)	30	30	50	80 à 100	80	80
Betteraves	30 (1)	30	30	50	90 à 120	80	80
Céleri	30 (1)	30	30	50	90 à 120	80	80

Recommandations pour chaque population

Le grammage est détaillé pour chaque produit, par catégorie.

Les autres catégories de produits sont :

- Entrées de féculents,
- Entrées protidiques diverses,
- Préparations pâtisseries salées,
- Assaisonnement hors-d'œuvre,
- Viandes sans sauces (bœuf, veau, agneau-mouton, porc, volaille-lapin, abats),
- Œufs (plats principal),
- Poissons (sans sauce),
- Plats composés,
- Légumes cuits,
- Féculents cuits,
- Sauces pour plats,
- Fromages,
- Produits laitiers frais,
- Desserts,
- Jus de fruits.

(1) Cf. § 3.3.5, et l'annexe « glossaire », pour la définition réglementaire des jus de fruits du GEMRCN (2007).

ANNEXE 9 : Tableau des grammages usuels

	PRODUITS	GRAMMAGE, PORTION OU CALIBRE	NOMBRE DE PERSONNES	QUANTITE BRUTE	UNITÉ DE CALCUL
Entrées	entrée de légumes	80g	1	120g	grammes
	entrée de féculents	60g	1	25g	grammes
	pâté, tarrine, rilette	40g	1	40g	grammes
	saucisson et saucisse sèche	40g	1	43g	grammes
	tarte salée, pizza	50g	1	n.d.	grammes
	crêpe	n.d.	1	n.d.	grammes
	œufs durs	50g	1	50 g cuit alvéole	grammes
Viandes	sauté en émincé veau agneau bœuf	110g	1	140g	grammes
	rôti	110g		140g	grammes
	côte avec os	110g	1	150g	grammes
	escalope	110g	1	140g	grammes
	cuisse de poulet	130g	1	170g	grammes
	pilon de poulet	85g	1	2	unité
	saucisse francfort / chippo / merguez	50g / 70g / 70g	1	100/110g	unité
	boulettes	120g	1	100g	unité
	steak haché frais	100g	1	120g	unité
	paupiette	0	1	0	unité
Poisson	omelette	110g	7	125g	litre
	filet	100g	1	120g	grammes
Plats composés	portion	100g	1	120g	grammes
	hâchis parmentier industriel	n.d.	n.d.	n.d.	grammes
	hâchis parmentier maison	250g	1	270g	grammes
	viande hachée surg	100g	1	120g	grammes
	pdt pour purée	240g	1	240g	grammes
raviolis	260g	15	poche 4kg	grammes	
Accompagnements	légumes frais avant épluchage	150g	1	220g	grammes
	légumes surgelés	150g	1	180g	grammes
	légumes en conserve	160g	17 parts	boîte 5l	boîte
	féculents crus	180g	1	70g	grammes
	pdt pour purée prêtes à cuire	240g	1	240g	grammes
	pdt pour frites	n.d.	n.d.	n.d.	grammes
	frites surgelés	170g	1	230g	grammes
légumes secs	170g	1	70 g	grammes	

Source : Jean-Luc Landais, Chef de cuisine du collège Christine de Pisan, Perthes-en-Gâtinais

ANNEXE 10 : Volumes d'approvisionnement des restaurants enquêtés

RESTAURANT	MODE DE GESTION	NOMBRE DE REPAS PAR SEMAINE	NOMBRE DE SERVICES PAR SEMAINE	VOLUMES D'APPROVISIONNEMENT POUR UN REPAS, EN KG					
				VIANDE	POISSON	FRUITS et CRUDITES	LEGUMES GARNITURE	FECULENTS	PAIN**
Etablissement 1	Cuisine seule en gestion directe	2000	4	85	60	40	80	35	65kg
Etablissement 2	Cuisine seule en gestion directe	2270	4	95	80	30	90	50	80p
Etablissement 3	Cuisine seule en gestion directe	550	5	25	20	25	55	15	35p
Etablissement 4	Cuisine seule en gestion directe	2170	5 + 4*	60	30	80	60	20	1800p
Etablissement 5	Cuisine seule en gestion directe	5800	5	80	30	75	40	80	1400p
Etablissement 6	Prestation en liaison froide	350	4	12	11	11	18	6	..
Etablissement 7	Cuisine centrale en gestion directe	1050	8	130	140	85	60	80	140p
Etablissement 8	Cuisine seule en gestion directe	2520	5	80	80	130	110	40	650p
Etablissement 9	Prestation en liaison froide	600	4	21	18	18	30	11	..
Etablissement 10	Cuisine centrale en gestion directe	6200	14	40	..	15	80	80	18kg
Etablissement 11	Prestation en liaison froide	600	4	21	18	18	30	11	..
Etablissement 12	Cuisine seule en gestion directe	5000	5	195	140	80	240	100	210p
Etablissement 13	Prestation en liaison froide	480	4	17	14	14	24	8	..
Etablissement 14	Prestation en liaison froide	300	4	11	9	9	15	5	..

Etablissement 15	Cuisine seule en gestion directe	1100	14	10	10	17	13	10	30b
Etablissement 16	Prestation de type "affermage"	250	5	5	3	6	5	3	14p
Etablissement 17	Prestation en liaison froide	150	5	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>6</i>	2	..
Etablissement 18	Prestation en liaison froide	480	4	<i>17</i>	<i>14</i>	<i>14</i>	<i>24</i>	8	..
Etablissement 19	Prestation en liaison froide	110	4	<i>4</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>6</i>	2	..
Etablissement 20	Cuisine seule en gestion directe	1190	14	15	12	16	21	12	20b
Etablissement 21	Prestation en liaison chaude	280	5	<i>8</i>	<i>7</i>	<i>7</i>	<i>11</i>	4	..
Etablissement 22	Prestation de type "affermage"	5500	5	50	35	..	140	30	500 pp
Etablissement 23	Cuisine seule en gestion directe	160	5	20	15	8	10p
Etablissement 24	Cuisine seule en gestion directe	1200	14	198	75	144	125	81	..

* 5 services pour 330 demi-pensionnaires, plus 4 autres pour 130 internes, par semaine.

** Pains : p= pains, pp = pains portions de 50g, b = baguettes.

*** Les volumes indiqués concernent une semaine d'approvisionnement, et non pas la production d'un repas, comme les autres restaurants.

Note : Les chiffres en italique indiquent les volumes d'approvisionnement des restaurants dont la cuisine n'est pas effectuée sur place, et qui sont livrés en liaison chaude ou froide. Les personnes rencontrées ne disposant pas de ces données, les volumes d'achat ont été calculés à partir du tableau des grammages usuels fourni par le chef de cuisine du collège de Perthes-en-Gâtinais (annexe 11).

Bibliographie des annexes

Agreste Ile-de-France (2005), « La vente directe, pilier de la commercialisation agricole en Ile-de-France », *Agreste Ile-de-France – Synthèse sur la commercialisation*, n° 78, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, octobre.

AUBRY, Christine et Yuna CHIFFOLEAU (2009), « Le développement des circuits courts et l'agriculture péri-urbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles », *Innovations agronomiques*, n° 5, pp. 53-67.

CHAFFOTTE, Lydie et Yuna CHIFFOLEAU (2007), « Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie », *Les Cahiers de l'Observatoire CROC*, n° 1, février.

FRANCOIS, Martine et alii (2000), *Commercialiser les produits locaux. Circuits courts et circuits longs*, Cahier de l'innovation, « Innovation en milieu rural », Observatoire européen LEADER, n° 7, juillet.

HERAULT-FOURNIER, Catherine (2007), « Les circuits courts : définitions et enjeux », *Les Carnets Pro de Liproco*, n° 1, juin.

MARECHAL, Gilles (Coord.) (2008), *Circuits courts. Contribution au développement régional*, Dijon, Educagri Editions, Coll. « Transversales ».

MOEVI, Isabelle (2003), *La vente directe de viande bovine : éléments d'information et de réflexion. Compte-rendu n° 2033215*, Institut de l'élevage et OFIVAL, juin.

PNR du Gâtinais français (2010), *Charte du Parc : Objectif 2011-2023*, Milly-la-Forêt, PNR du Gâtinais français, octobre.

TRANSRURAL Initiatives (2006), « Longue vie aux circuits courts », n° 313, 4 juillet, pp. 1-8.

VASSOR, Romain (2007). *Diagnostic de l'agriculture spécialisée de la Plaine de Versailles et du Plateau des Alluets. Production/commercialisation. Mémoire de stage de césure*, Paris, INA Pg.

Site web

CCF Technologies : <http://www.chainedufroid-haccp.com/liaison-froide_liaison-chaude.php>, consulté le 10/03/2011.

TABLE DES MATIERES

Avant-propos

INTRODUCTION GENERALE	1
L'évolution des modes d'alimentation des Français.....	1
Un retour vers une alimentation saine et de proximité ?	4
PARTIE I : CARACTERISATION DE LA DEMANDE EN PRODUITS DE PROXIMITE PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE : CONTEXTE ET METHODE	7
Section I.I : Le cadre d'analyse des circuits de proximité	8
1. La diversité des formes de circuits courts	8
a. La vente directe	8
b. La vente indirecte : des circuits courts <i>stricto sensu</i>	11
2. Les modes de fonctionnement des restaurants collectifs.....	11
a. La clientèle des restaurants collectifs est très variée.....	12
b. Les modes de gestion de la restauration collective.....	13
<i>Diversité des modes de gestion</i>	13
<i>La restauration différée : liaison chaude ou liaison froide ?</i>	15
<i>L'approvisionnement des cuisines</i>	15
c. La vente à la restauration collective, levier de développement des circuits de proximité ?	16
3. La notion de proximité dans l'analyse des circuits courts.....	18
a. Les notions de base : proximité géographique et proximité organisée.....	18
b. Les interactions entre les deux formes de proximité : le rôle des institutions et des relations personnelles.....	19
<i>Les institutions locales, des intermédiaires indispensables</i>	20
<i>L'« encastrement » des relations personnelles et professionnelles</i>	20
c. Une typologie des circuits courts à travers le prisme de l'économie de la proximité	21
Section I.II : La demande en produits de proximité par la restauration collective : Questions de recherche et hypothèses	23
1. La nature de la demande en produits locaux par la restauration collective.....	23
a. Une demande en produits locaux émane-t-elle actuellement des restaurants collectifs ?	23
b. Vers une meilleure intégration des produits locaux dans la restauration collective ?	24
2. L'intégration des produits locaux en restauration collective.....	25
a. Un grand nombre d'incertitudes quant à leur intégration.....	25
b. Des contraintes ou atouts fonctionnels qui limitent ou favorisent leur utilisation....	26
3. Le rôle de la proximité organisée dans la valorisation de la proximité géographique.....	28
a. Approvisionnement en produits locaux : quel rapprochement entre restaurants et producteurs ?	28

- b. Alimentation et institutions locales : quelle implication des pouvoirs publics locaux dans l'alimentation de proximité ? 29

Section I.III : Méthodologie pour l'étude de la demande en produits de proximité par la restauration collective..... 30

- 1. Le périmètre d'étude : le Gâtinais français, un territoire rural sous pression urbaine..... 30
- 2. Caractéristiques et représentativité de l'échantillon..... 32
- 3. Guide d'entretien et matrice SWOT, outils de collecte et d'analyse des données 35
 - a. La compréhension du fonctionnement des restaurants collectifs..... 35
 - b. La perception des produits locaux par les acteurs de la restauration collective 36

PARTIE II : RESULTATS DE L'ETUDE : QUELLE DEMANDE DES RESTAURANTS COLLECTIFS DU GATINAIS FRANÇAIS EN PRODUITS LOCAUX ? 38

Section II.I : Le fonctionnement des restaurants collectifs 39

- 1. L'organisation interne des restaurants..... 39
 - a. Les modes de gestion des restaurants enquêtés..... 39
 - b. Le personnel de cuisine..... 41
 - c. L'équipement à disposition du personnel..... 42
- 2. La préparation des repas..... 43
 - a. L'élaboration des menus..... 43
 - b. Coûts et prix des repas..... 44
 - c. La production des repas..... 47
- 3. Le choix des fournisseurs..... 48
 - a. Le degré de liberté dans le choix des fournisseurs..... 48
 - b. Les critères de sélection : coût vs. qualité ? 49
 - c. Les principaux fournisseurs et SRC des restaurants enquêtés..... 50

Section II.II : La perception des produits locaux par les acteurs de la restauration collective..... 50

- 1. Les cinq critères principaux de définition des produits locaux..... 51
 - a. La distance au lieu de production..... 51
 - b. Le terroir..... 52
 - c. La relation au producteur..... 52
 - d. Le mode de production..... 53
 - e. Le degré de transformation..... 53
- 2. Les différentes notions du local..... 54
 - a. Le local défini en fonction du type de produits..... 54
 - b. Le locale en fonction du degré de transformation..... 54
 - c. Le produit local différent du produit de proximité..... 55
 - d. Le local en fonction du mode de production ou d'élaboration..... 55
- 3. Implications concernant l'approvisionnement des restaurants 56

Section II.III : La nature de la demande en produits locaux par la restauration collective du Gâtinais français..... 57

- 1. L'approvisionnement actuel des restaurants collectifs en produits locaux..... 57
 - a. Les volumes d'approvisionnement actuel : ordres de grandeur..... 57
 - b. La provenance de ces aliments..... 58

c. Les produits locaux employés par les restaurants enquêtés.....	58
2. Les déterminants de l’approvisionnement en produits locaux.....	60
a. Les facteurs internes.....	60
b. Les facteurs externes.....	63
3. L’acceptabilité des produits locaux dans la restauration collective.....	65
a. Intégration impossible.....	65
b. Intégration possible avec une réorganisation de la cuisine.....	67
c. Intégration possible en l’état actuel de la cuisine.....	67
d. Pratique actuelle.....	67
4. Perspectives d’achats de produits locaux par la restauration collective dans le Gâtinais français.....	69
a. L’approvisionnement futur par mode de gestion du restaurant.....	69
b. Les achats potentiels des restaurants favorables au projet.....	71
c. Les collèges-lycées, maisons de retraite et restaurants d’entreprises, principaux acteurs de l’approvisionnement local de la restauration collective dans le Gâtinais français.....	71
LA MATRICE SWOT : Atouts et contraintes quant à la possibilité d’introduire des produits locaux en restauration collective.....	72
PARTIE III : PROXIMITE ORGANISEE ET ROLE DU PARC DANS LA VALORISATION DES PRODUCTIONS LOCALES.....	75
Section III.I : L’établissement de relations personnelles comme stratégie de développement des circuits courts via la restauration collective.....	76
1. Résoudre le frein du manque d’informations sur les productions locales et impliquer les restaurants dans leur politique d’achats.....	77
2. Valoriser le travail des producteurs locaux et leur donner les moyens de répondre aux commandes publiques.....	78
3. Compréhension et (re)connaissance mutuelles des acteurs de la filière : favoriser les échanges entre le champ et la cuisine.....	79
Section III.II : Le Parc, instrument d’intermédiation entre producteurs et restaurants collectifs dans le Gâtinais français.....	80
1. Les actions de promotion des circuits courts menées par le Parc.....	80
2. Structurer la filière, un moyen de rapprocher l’offre de la demande.....	82
3. Mobiliser des leviers différents en fonction du type de restaurant collectif.....	84
CONCLUSION GENERALE	88
Références bibliographiques.....	91
Annexes.....	95

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 0.1 : La répartition du chiffre d'affaires des différents types de restauration en 2007	3
Figure I.1 : Typologie des circuits de commercialisation.....	9
Tableau I.1 : La répartition des types de restaurants collectifs en fonction du statut et du secteur d'intervention.....	12
Tableau I.2 : Mode de gestion et mode d'approvisionnement.....	16
Figure I.2 : Les différentes formes de proximité.....	19
Tableau I.3 : Chaînes d'approvisionnement en produits locaux et formes de proximité.....	22
Figure I.3 : Le périmètre d'étude.....	31
Tableau I.4 : L'échantillon sur lequel porte l'étude.....	33
Encadré I.1 : Les critères de sélection des restaurants à étudier.....	34
Tableau II.1 : Mode de gestion et d'approvisionnement des restaurants enquêtés.....	40
Figure II.1 : Mode de gestion et nombre de repas des restaurants enquêtés.....	40
Tableau II.2 : Prix et coût prestataire des repas des cuisines satellites.....	45
Tableau II.3 : Prix et coût matière des repas des restaurants produisant sur place.....	46
Tableau II.4 : Les différentes formes de distance ay producteur citées durant les entretiens..	51
Tableau II.5 : Les restaurants enquêtés s'approvisionnant en produits locaux.....	59
Encadré II.1 : L'expérience de Nemours.....	61
Figure II.2 : Facteurs d'approvisionnement en produits de proximité et degré d'acceptabilité des produits locaux.....	66
Figure II.3 : Degré d'acceptabilité des produits locaux et nombre de repas (par semaine) des restaurants enquêtés.....	68
Tableau II.6 : Ressentis d'un projet d'approvisionnement local par les restaurants produisant sur place enquêtés.....	70
Tableau II.7 : La matrice SWOT.....	73
Encadré III.1 : Le Parc naturel régional du Gâtinais français, acteur du développement local	81
Tableau III.1 : Répartition des restaurants enquêtés par mode de gestion et d'approvisionnement.....	84