



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Préfet de la région  
d'Île-de-France

**DRIAAF**

# Caractérisation de la demande en produits de proximité par la restauration collective (scolaire, d'entreprises et d'état) en île-de-France.

## Éléments de méthodologie



une école de la



Chambre de commerce  
et d'industrie de Paris

# Méthodologie phase I: entretien d'experts sur les attentes de la restauration collective

- **Un groupe de 14 experts**
  - Fédérations
  - Fournisseur et sociétés de restauration
  - Responsables d'établissements
- **Des entretiens individuels de sept 2010 à janvier 2011**
- **Une restitution hiérarchisée**
  1. La structure de votre filière de l'amont vers l'aval
  2. Les opportunités et les contraintes influençant la demande:
    - Les attentes de la RC
    - Les facteurs pesant sur la demande
    - **Votre définition du produit local**
  3. **L'influence des acteurs sur le développement de produits locaux**
  4. **Vos scénarios d'évolution pour une filière locale**

# Méthodologie phase II: rédaction d'un questionnaire sur la demande en produits locaux

Entretiens experts filière

Fournisseur

Fédérations

SNRC, GECO

Sociétés de restauration

-Enseignement  
-Santé  
-Entreprise

Établissements de restauration

- Ecoles primaires Paris en gestion directe
- Collèges
- Lycée (en groupement)

- Restauration universitaire
- Restauration administrative
- Hôpital (en groupement)

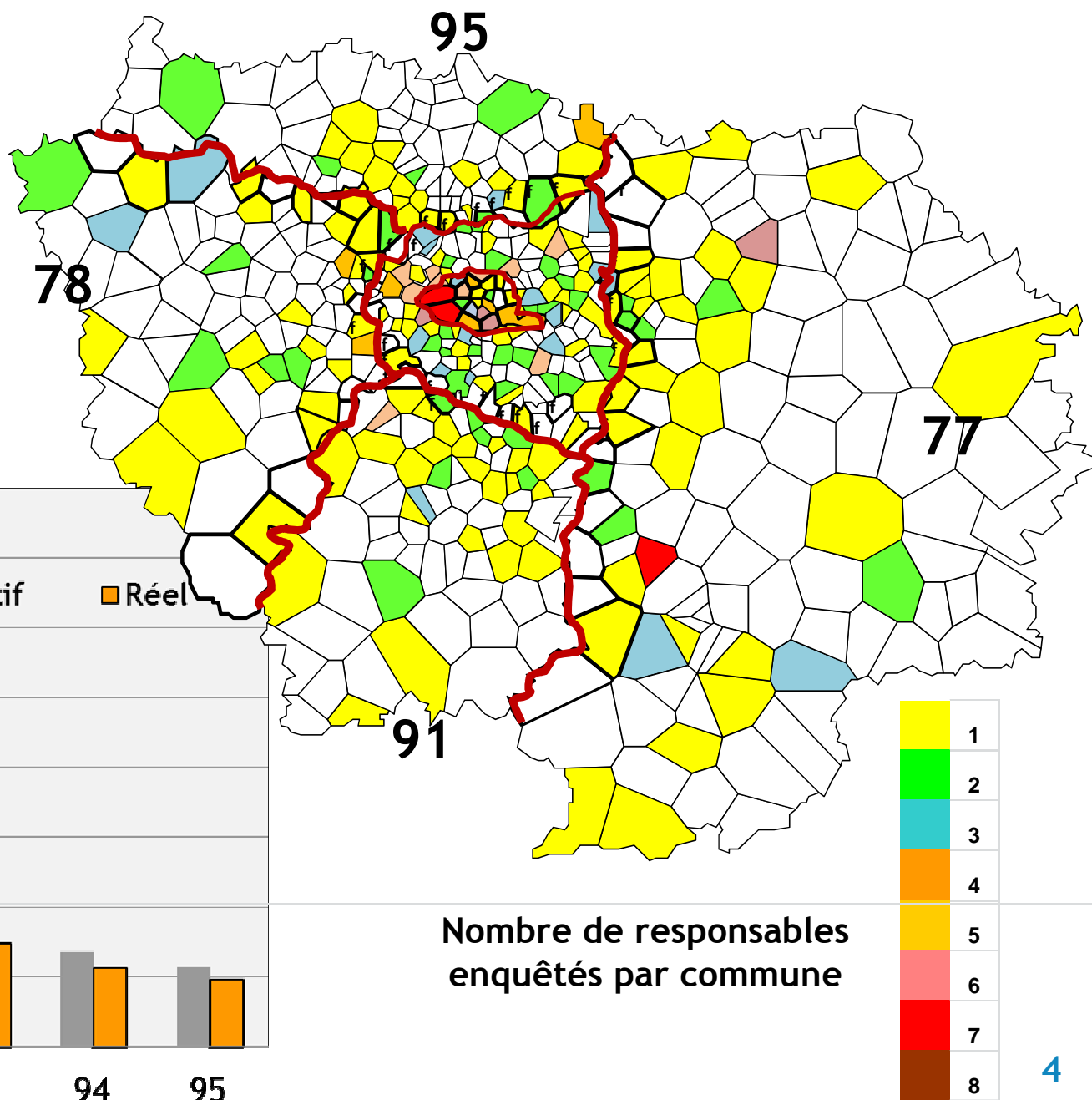
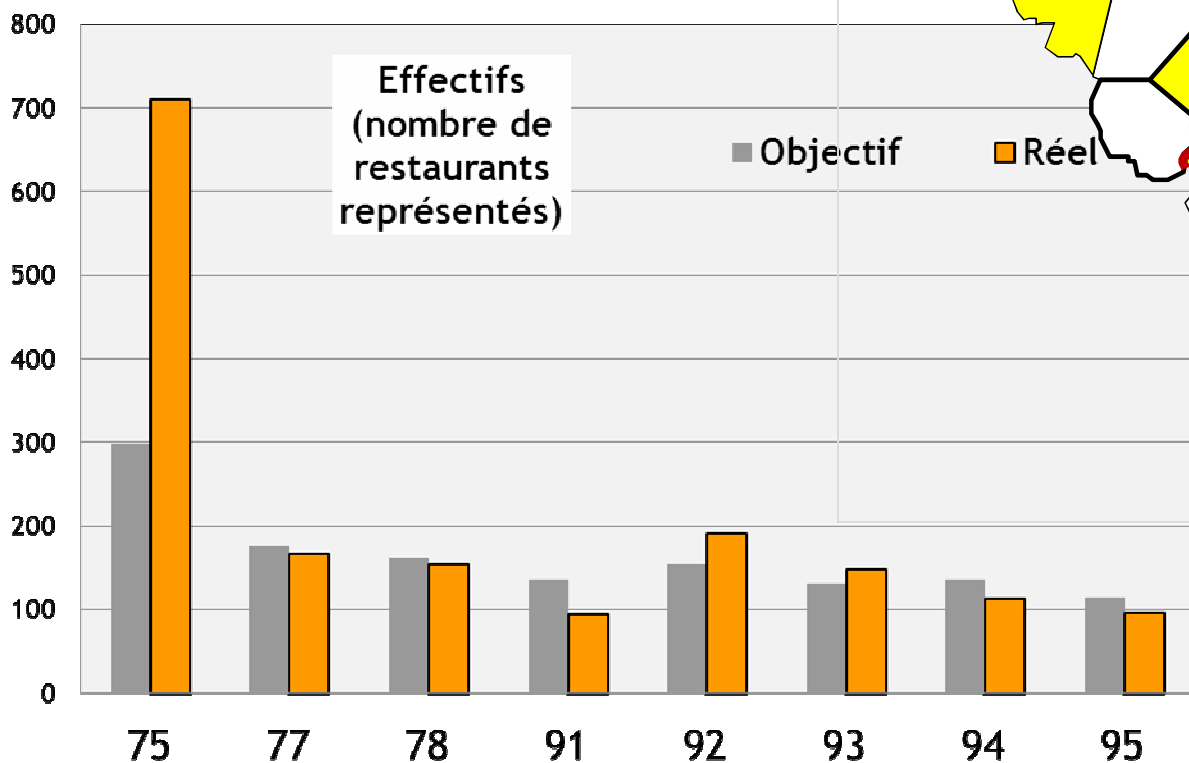
- Restauration associative
- Entreprise en gestion directe

Questionnaire sur la base des restitutions (population mère: 9800 restaurants en IDF)

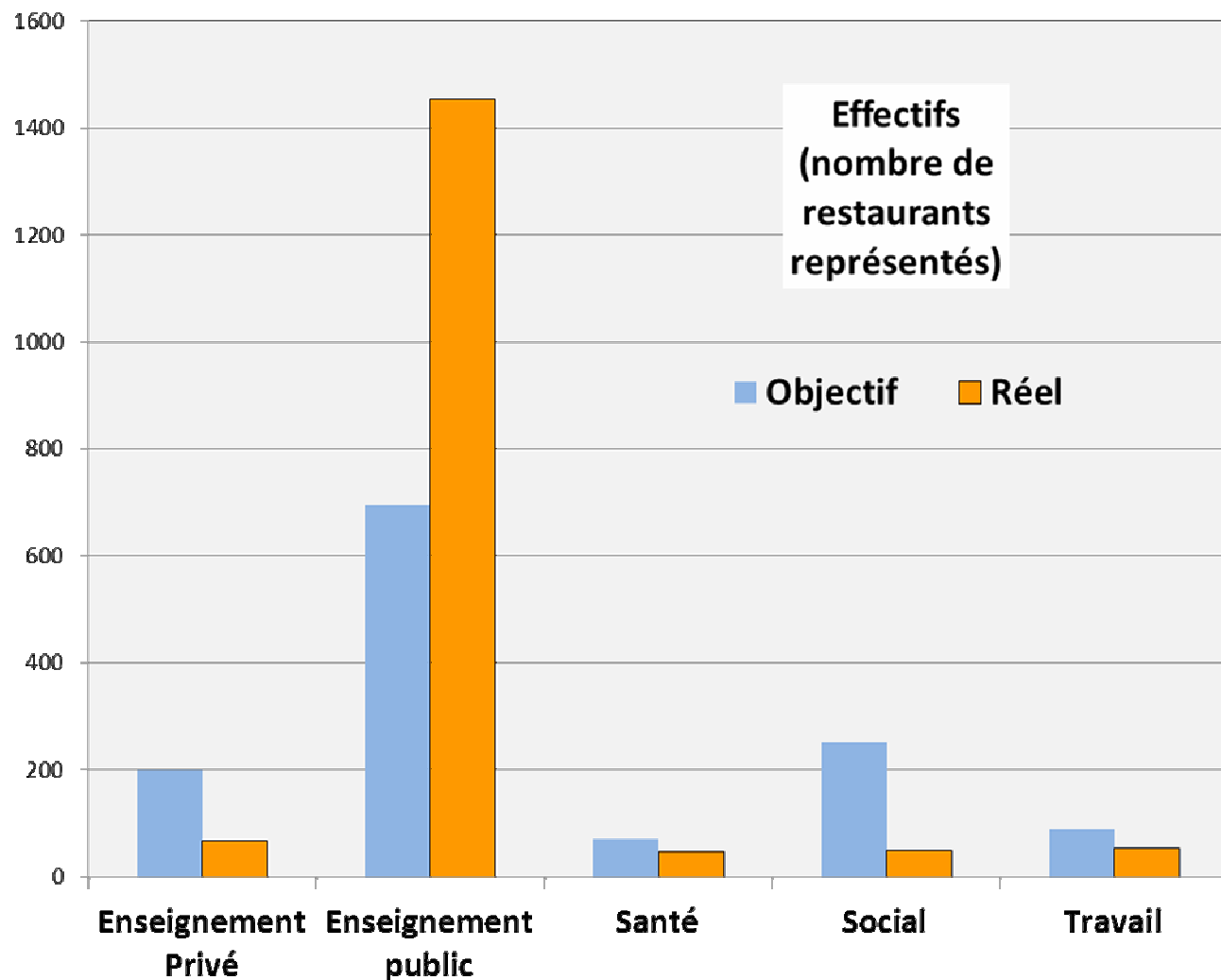
1. L'activité de l'établissement
2. Votre vision des produits locaux
3. L'offre et la demande en produits locaux

# Méthodologie III: une enquête large sur les pratiques des établissements ruraux, péri urbains et urbains

485 interviews de responsables  
représentant  
1673 établissements de  
restauration  
(Février à juin 2011)

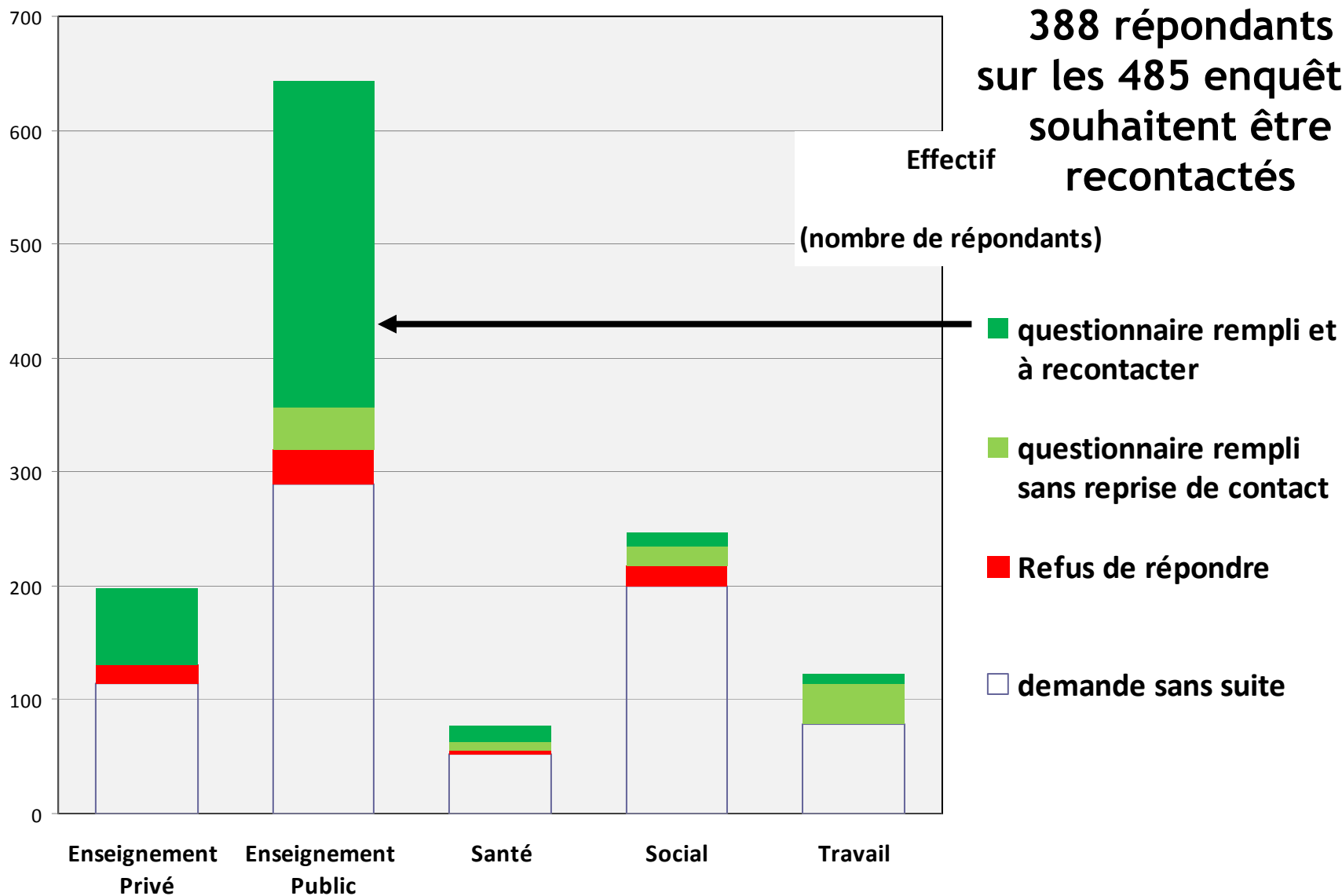


# Tous les secteurs de la restauration représentés avec une forte implication de l'enseignement public



**Un très fort taux de  
réponse pour  
les établissements  
de l'enseignement  
public**

# Une bonne réceptivité pour le sujet: 80% des interviewés souhaitent être recontactés



## Gradient

urbain (*Paris Xème*) - péri urbain (*Triangle Vert du Hurepoix*) - rural (*Gal Gâtinais*)

Choix de 3  
territoires



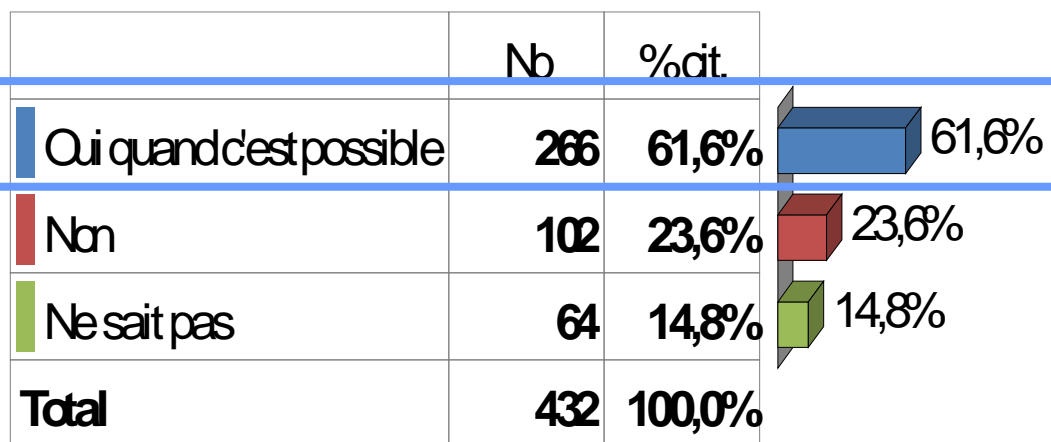
Enquêtes

**Cuisiniers et gestionnaires de cantines** des 3 secteurs (sauf TVH)  
+ représentants de fournisseurs ou de prestataires (5 à 25 interviews)

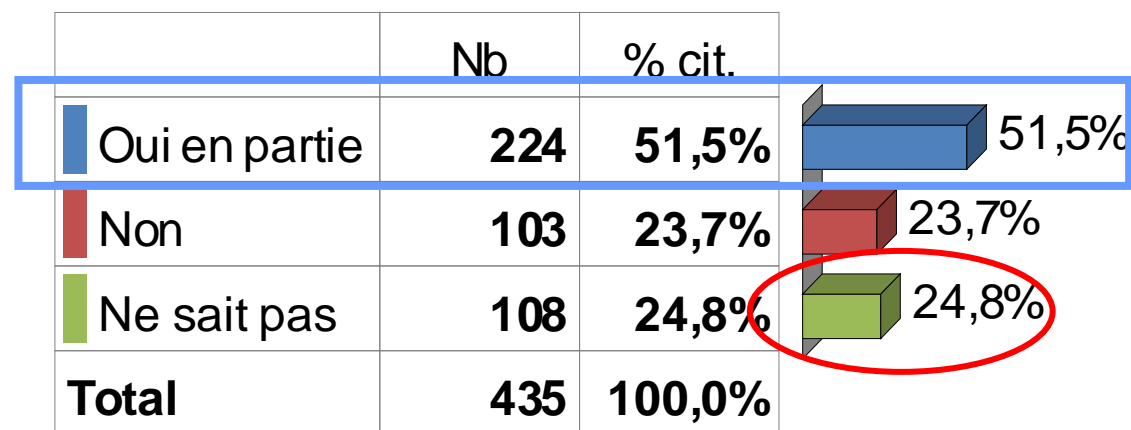
**Guide d'entretien** : Profil de l'établissement, organisation du personnel et préparation des repas (dont équipement), choix des fournisseurs, perception du local, diversité de l'approvisionnement, ressenti sur l'approvisionnement local

# 1<sup>er</sup> constat : l'approvisionnement en « local » apparaît déjà comme une pratique établie

Q 25 D'après votre définition, vous approvisionnez-vous en produits locaux?



Q 37 Vous approvisionnez-vous en produits locaux d'Île-de-France?



1. une **pratique** déjà développée
2. Un approvisionnement en **produits issus d'Île-de-France**
3. Mais **24,8 % ignorent la provenance exacte** de leurs produits



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Préfet de la région  
d'Île-de-France

**DRIAAF**

## Table ronde:

« Quels sont les besoins de la restauration collective en matière d'approvisionnement alimentaire, quelles sont les clés pour développer un approvisionnement de proximité? »

## Éléments sur la demande



une école de la

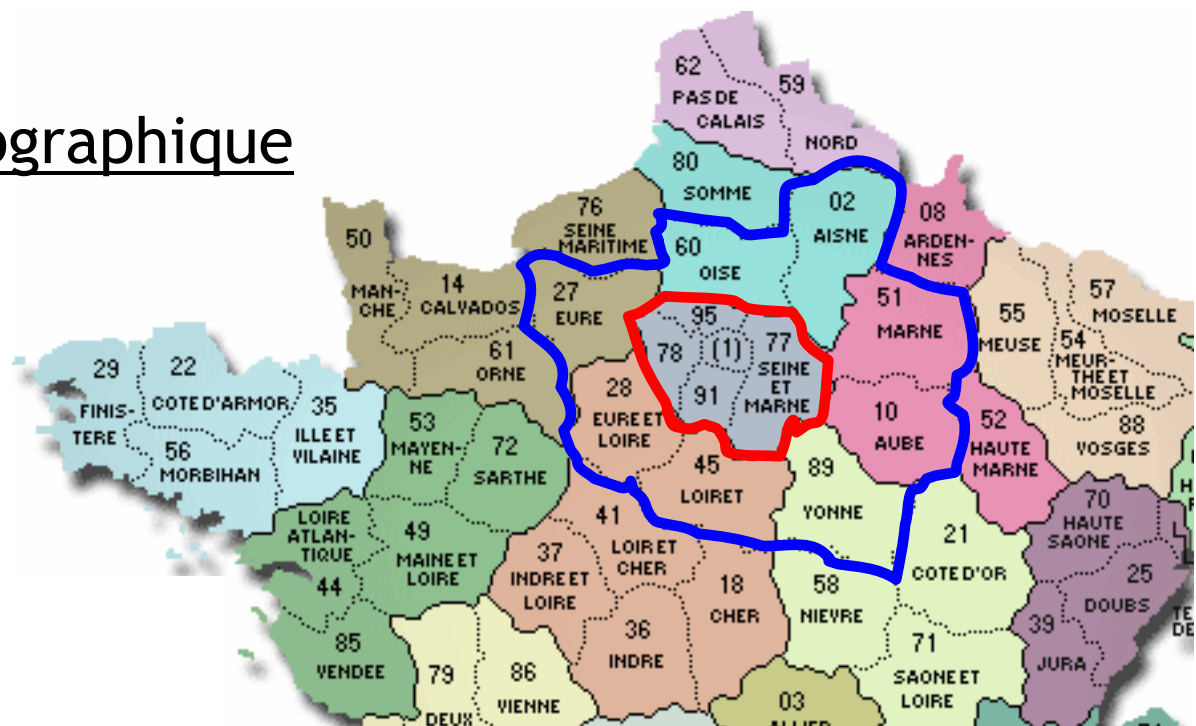


Chambre de commerce  
et d'industrie de Paris

# La définition du local : la distance comme premier critère (mais non exclusif)

## Notion de zone géographique

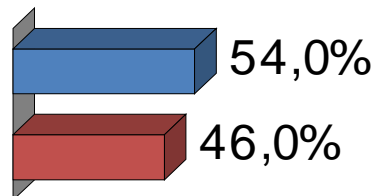
Q 24 Pour vous quelle zone géographique est représentative d'un produit local par rapport à votre implantation?



## Notion de distance

Q 33 Pour vous un produit local est-il associé uniquement à une notion de distance?

	Nb	% cit.
Oui	235	54,0%
Non	200	46,0%
<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>100,0%</b>



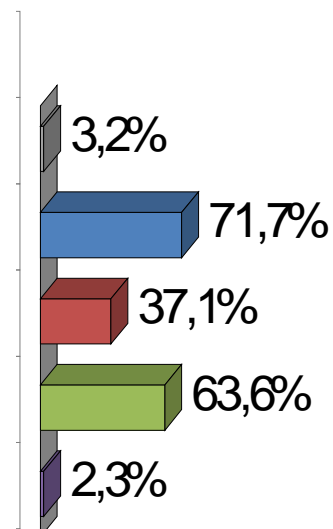
83% des interviewés situent les produits locaux:  
dans leur **département** (16,3%),  
en **Ile-de-France** (45,5%),  
ou englobent les départements **limitrophes** (21,3%)

} 61,8%

# Au delà de la distance d'autres définitions pour un produit local

Q 35 Pour vous un produit local c'est un produit ...

	Nb	% obs.
Non réponse	14	3,2%
Un produit cultivé à une faible distance du lieu de consommation	317	71,7%
Un produit transformé à une faible distance du lieu de consommation	164	37,1%
Un produit acheté directement au producteur par le restaurant	281	63,6%
Autres	10	2,3%



QCM

**Circuits courts et transformation**

# La définition du local et les signes associés: beaucoup de non réponses



Préfet de la région  
d'Île-de-France

DRIAAF

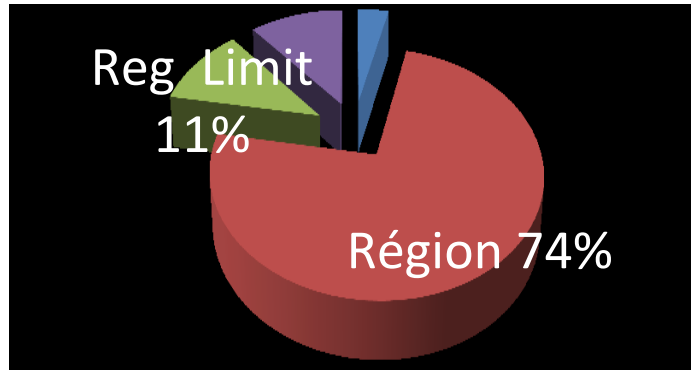
## Q 34. Pour vous un produit local est-il associé à :

	Nb	% obs.	
Non réponse	245	55,4%	55,4%
un produit de saison	131	29,6%	29,6%
un produit issu de l'agriculture biologique	46	10,4%	10,4%
Un produit frais non transformé	46	10,4%	10,4%
Un produit porteur d'un signe officiel de qualité (AOC, label...)	71	16,1%	16,1%

- La proportion importante de **non réponses** (55,4%) : les interviewés n'ont pas encore bien réfléchi aux autres dimensions du local
- Un produit local est avant tout **un produit de saison**, puis en second lieu un produit **porteur de signes de qualité AOC, label ou Bio**
- Le **produit frais** non transformé est peu cité

# Les définitions du local dans les territoires

## Gâtinais (24 interviews)



**Paris Xème** *Proximité = Local*

*Proximité = relation au producteur*

**Distance < 100 kms (17)**  
**Notion de « terroir » (8)**  
**Relation au producteur (20)**

**Triangle Vert du Hurepoix**

**Local = commune + distance de 20 à 50 kms**  
**Local = Proximité**

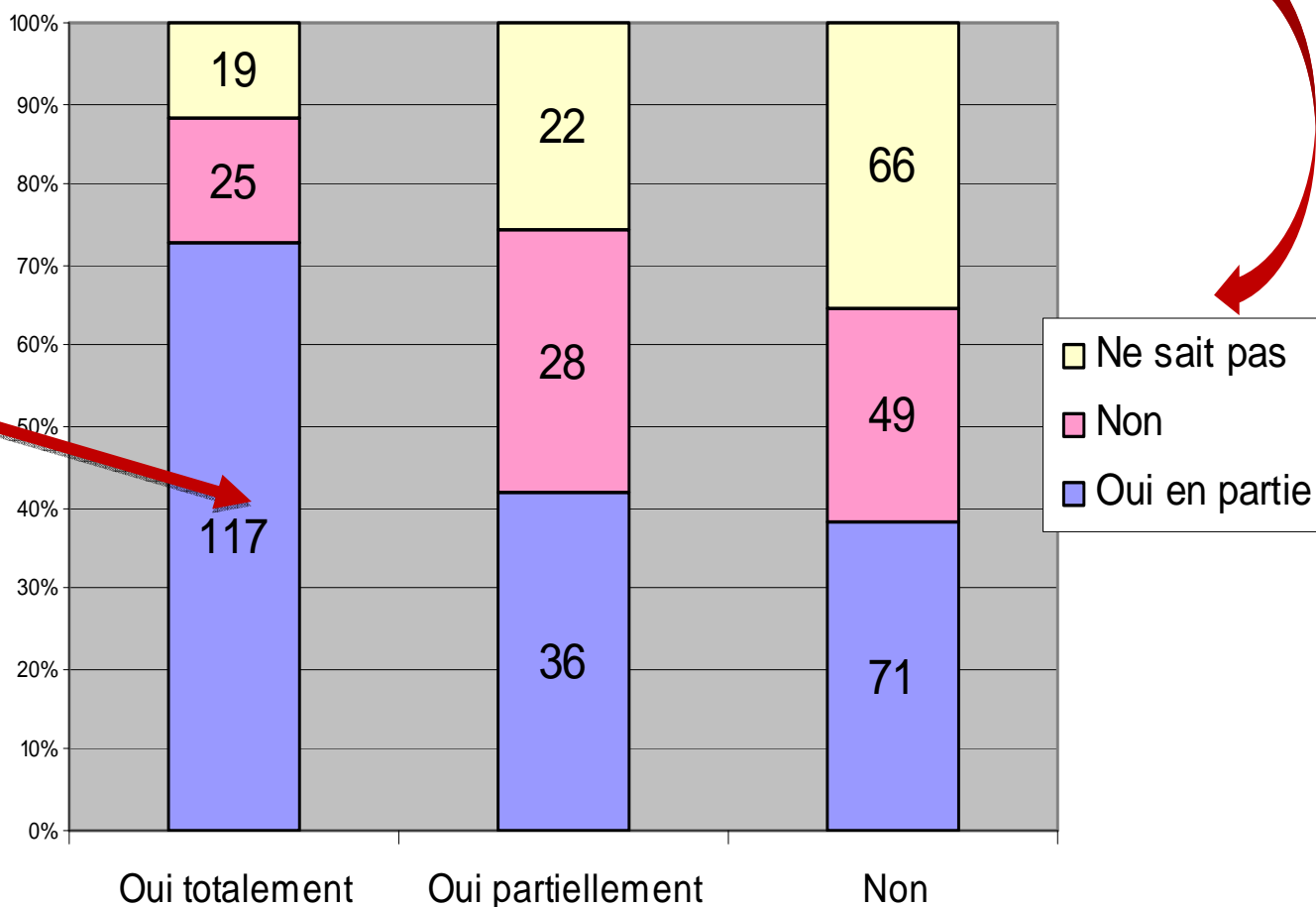
- Des **perceptions variées selon le territoire**: pas d'homogénéité mais une tendance régionale
- Une **géométrie variable selon le produit** : le pain est local si acheté au boulanger communal, la viande si elle vient du Centre, le poisson s'il est « français »...

# Avoir la responsabilité des achats favorise l'approvisionnement en local

Q37 « Vous approvisionnez-vous en produits locaux d'Ile de France? »

Les interviewés avec **l'entière responsabilité des achats** ont une tendance affirmée à s'approvisionner en produits locaux d'Ile de France

Lien très significatif (test du Khi2)



Q40 « Etes-vous en charge des achats? »

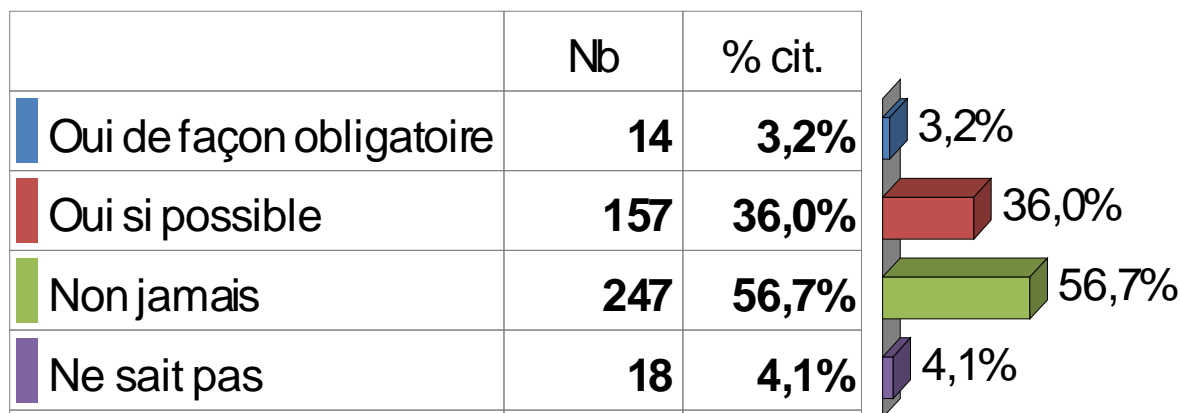
# Un écart entre la demande des donneurs d'ordre et des convives: un manque de consultation

**Donneurs d'ordres liés au territoire**

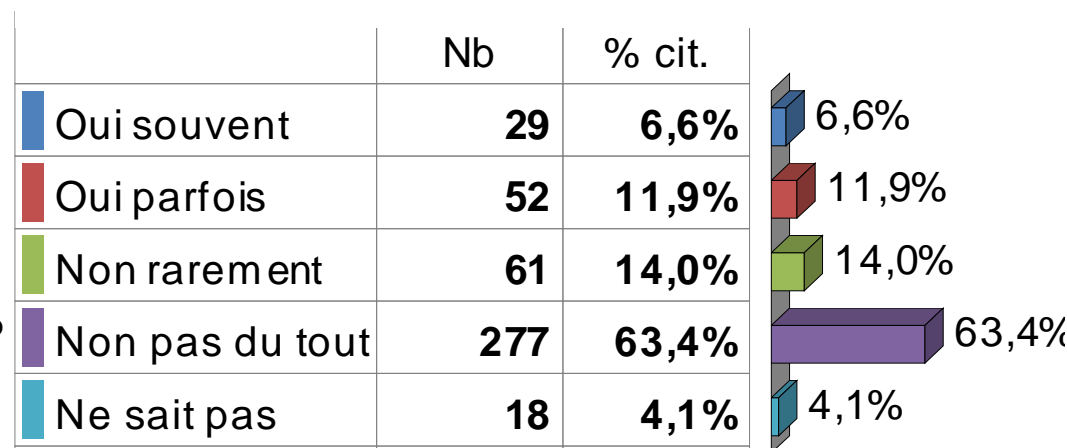
**Responsables de restaurant**

**Une difficulté à identifier les attentes du client final**

**Convives peu consultés**



Q 48 Vos donneurs d'ordre ou votre tutelle vous demandent-ils d'introduire des produits locaux dans vos menus?



Q45 Vos convives vous expriment-ils une demande en produits locaux?

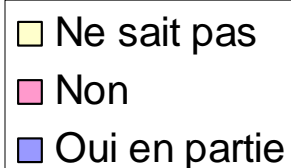
# Le local: une réalité aujourd'hui dans les trois territoires

Établissements	dont en gestion Directe	Utilisateur de produits locaux				Produits bio
		<i>OUI</i>	<i>Pain</i>	<i>Occasion</i>	<i>Régulier</i>	
Gâtinais (24)	13	10	5	2	3	21
Paris Xème (19)	11	9	3	2	4	11
Hurepoix (5)	1	4	3	1	1	2

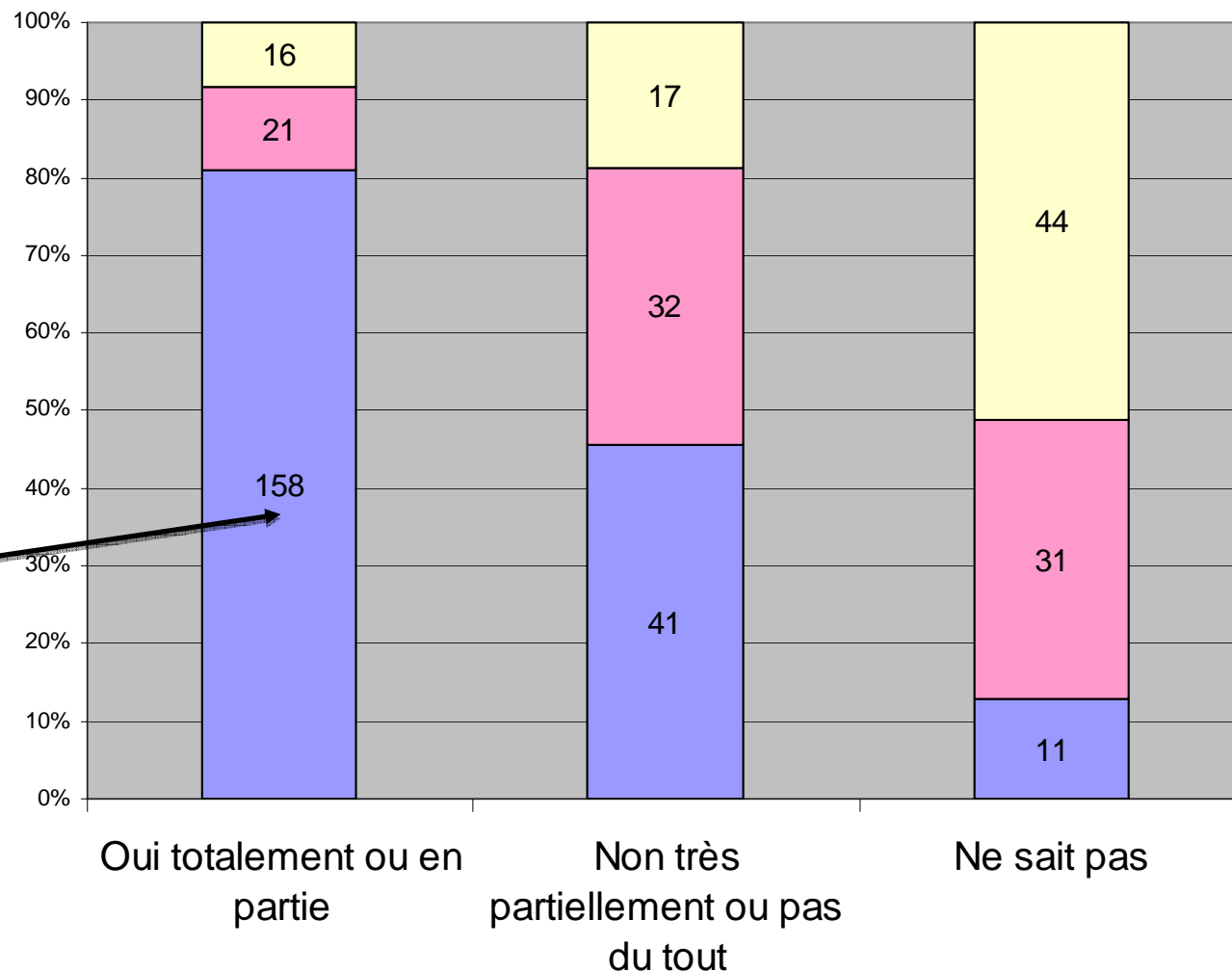
- **Une demande faible globalement** et **d'intensité variée** lorsqu'elle existe
- **La gestion directe n'est pas la seule** permettant l'introduction de produits locaux
- **La gestion directe n'implique pas nécessairement** plus de produits locaux
- Des produits bios souvent vécus comme une imposition à **caractère « non local »!**

# L'offre des fournisseurs en adéquation avec la demande

Q37 « Vous approvisionnez-vous en produits locaux d'Île de France? »



Les interviewés qui s'approvisionnement en produits locaux d'Île de France trouvent **une offre qui correspond globalement à leur attentes**



Lien très significatif (test du Khi2)

Q43 « l'offre des fournisseurs correspond-elle à vos attentes? »

# Avant le local, des attentes incontournables

Restitution experts

- **Éléments du cahier des charges**
  - Nouvelle demande de produit frais
  - Qualité organoleptique des produits et leur stabilité
  - Obligation de référencement
  - Maîtrise de la logistique et de la livraison multi site
  - Organisation du marché et lien commercial avec le fournisseur
- **Éléments de base sous-jacent**
  - Sécurité alimentaire et maîtrise du risque
  - Coût matière
    - entre rôle social et satisfaction des employés
    - éléments permanents de négociation: concession et gestion directe



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Préfet de la région  
d'Île-de-France

**DRIAAF**

## Table ronde

« Quelle structuration de l'offre alimentaire,  
en particulier de la production agricole,  
pour répondre aux besoins de la restauration collective »

## Eléments sur l'offre à développer



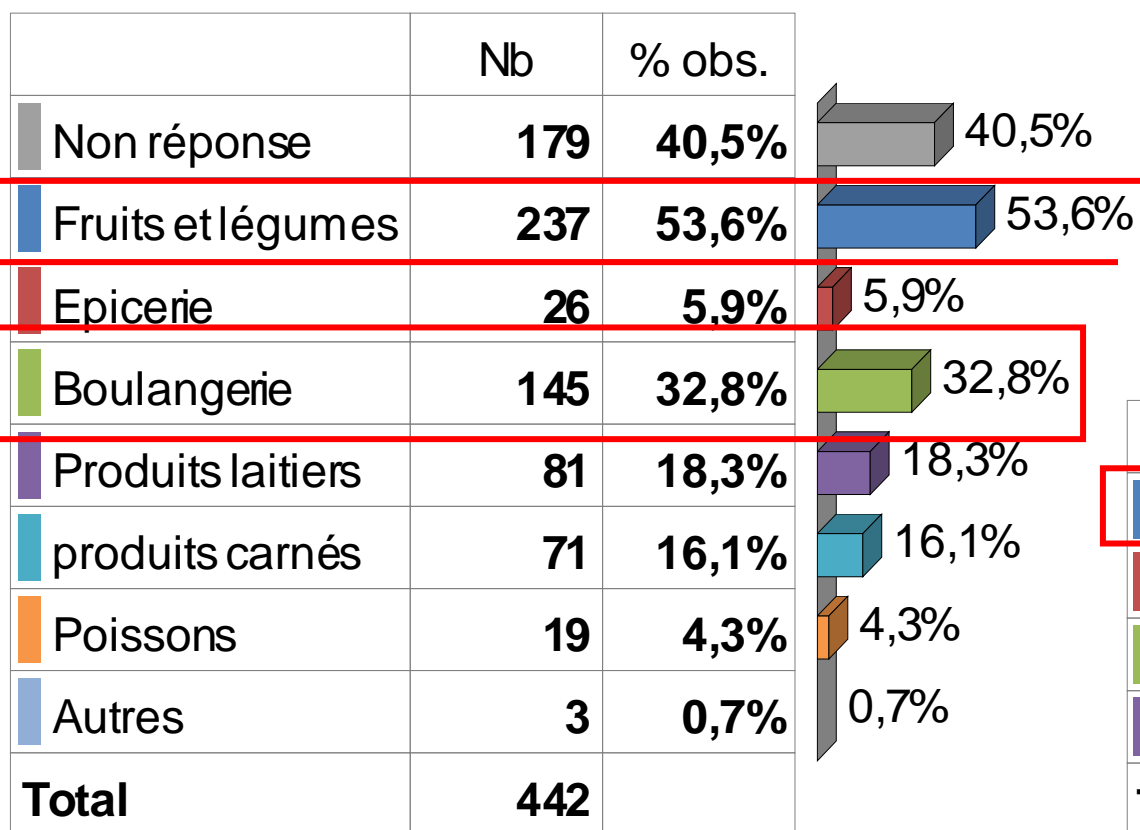
une école de la



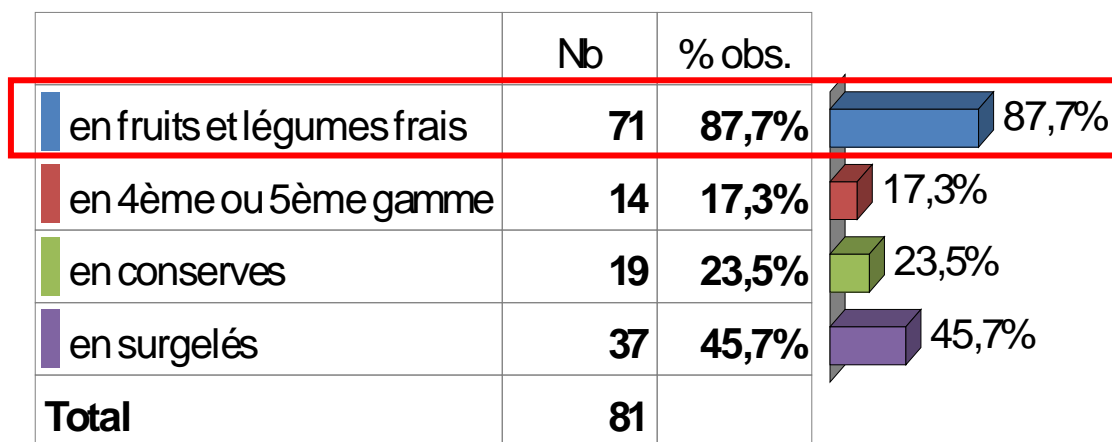
Chambre de commerce  
et d'industrie de Paris

# Quelles familles de produits pour le local?

Q29 Si « Approvisionnement en produits locaux » dans quelle catégorie de produits?

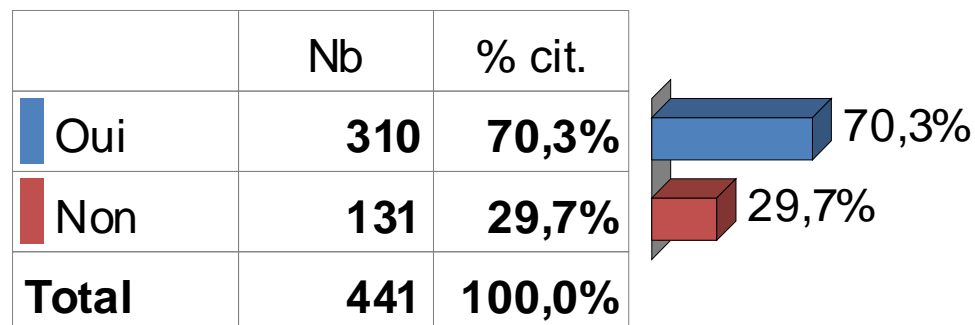


Q31 Si « Approvisionnement en **F&L** locaux » vous approvisionnez-vous en:

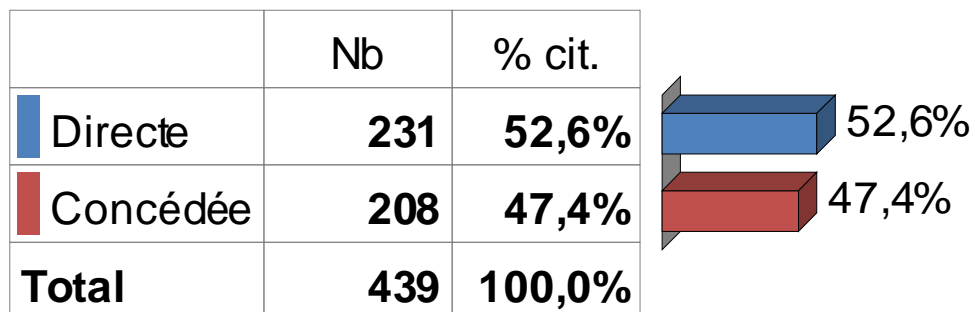


# Une diversité de fonctionnement des restaurants enquêtés SANS LIEN AVEC L'ACHAT LOCAL

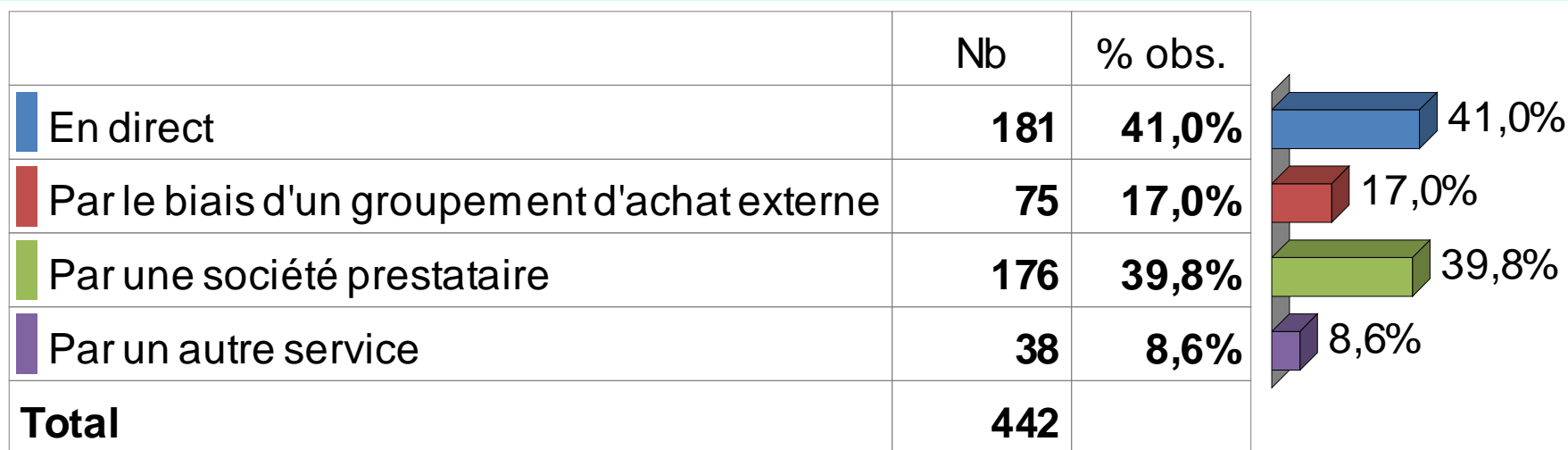
## 12. Avez-vous une légumerie?



## 15. Quel est votre mode de gestion?



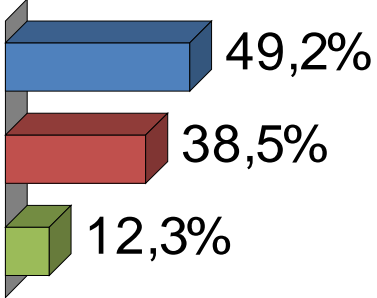
## 13. Comment sont gérés les achats



# Structurer l'offre: la contractualisation, comme forme privilégiée d'approvisionnement pour les produits locaux

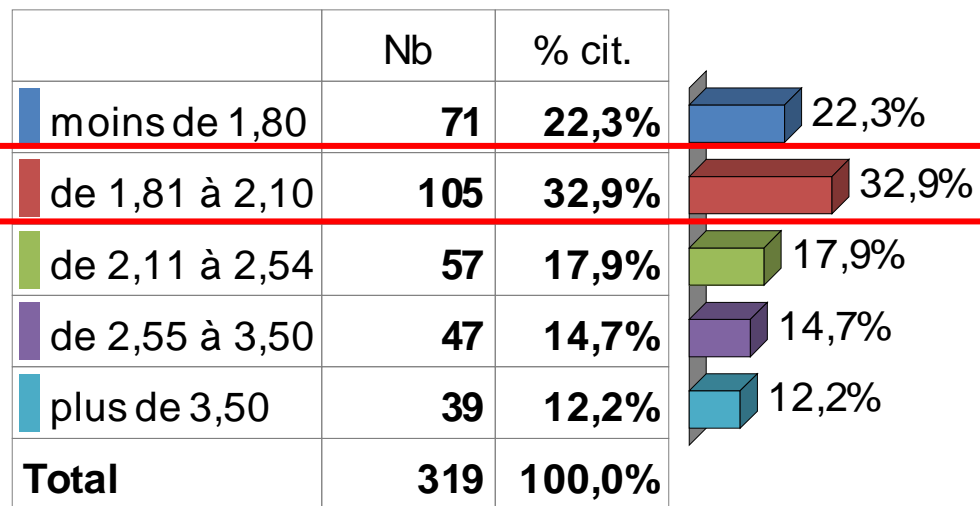
## 26. Si "Approvisionnement en produits locaux" sous quelle forme?

	Nb	% cit.
Contractualisée	<b>128</b>	<b>49,2%</b>
Par achats ponctuels	<b>100</b>	<b>38,5%</b>
Les deux	<b>32</b>	<b>12,3%</b>
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100,0%</b>

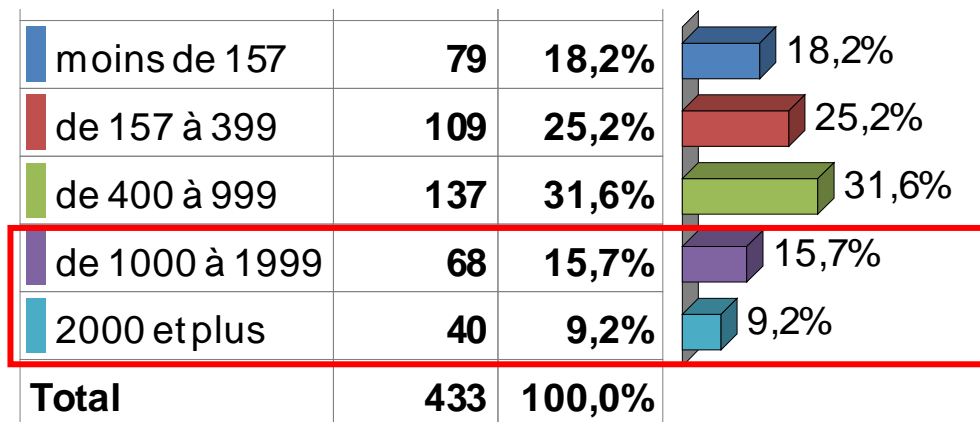


# Structurer l'offre: un coût et des volumes attendus pour les établissements

## Q 23 Le coût de revient matière maximum



## Q 21 Le nombre de repas journaliers





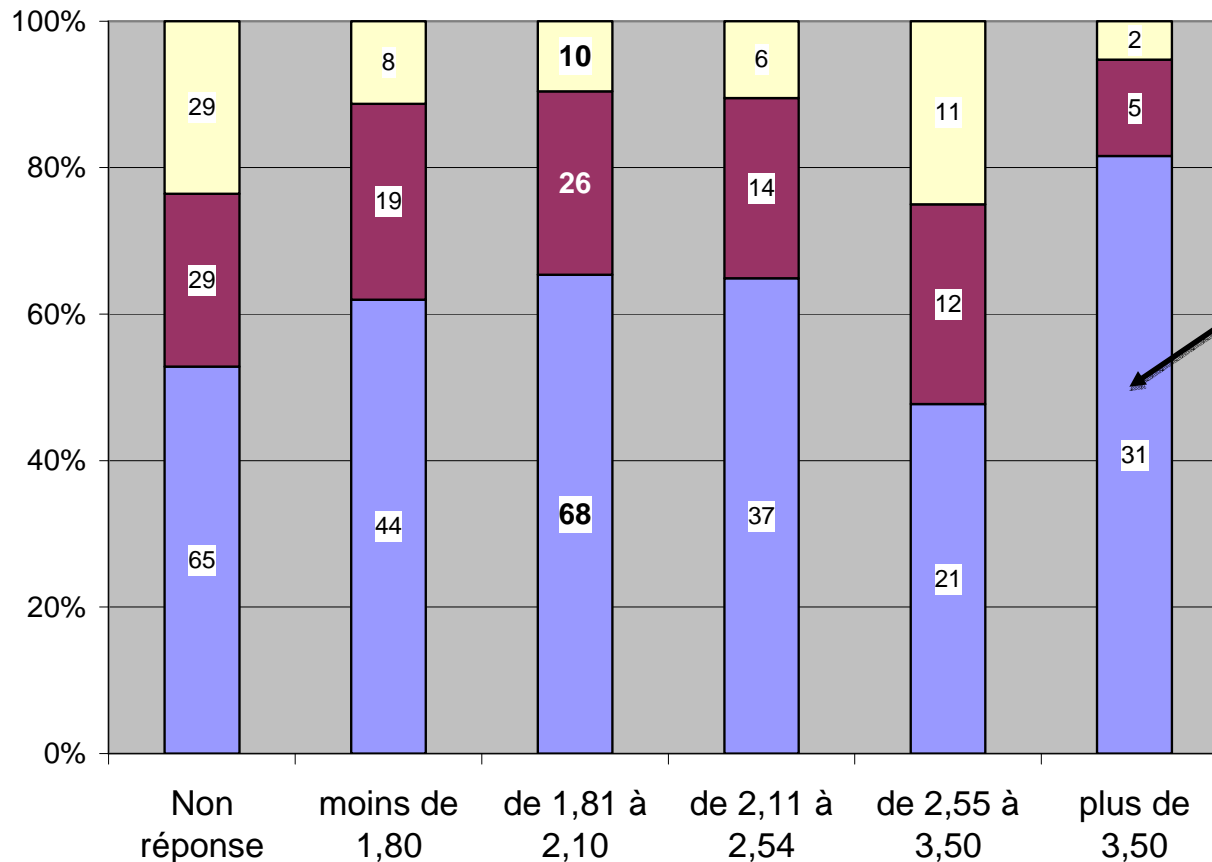
Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Préfet de la région  
d'Île-de-France

DRIAAF

# Un achat local lié au coût de revient matière

Q 25 « D'après votre définition, vous approvisionnez-vous en produits locaux? »



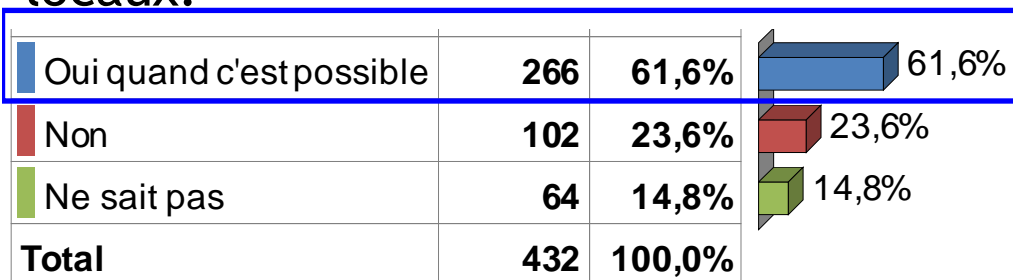
Dans la plage de plus de 3,50 €/repas l'achat local est très représenté

Test du Khi2 très significatif

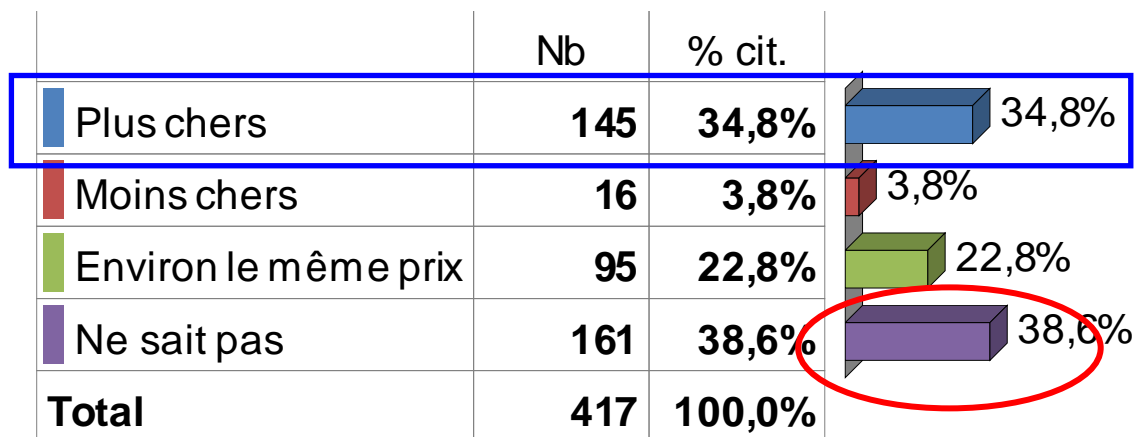
Q23 « quel est votre coût de revient matière maximum? »

# Une perception encore floue sur les prix des produits locaux

Q 25. D'après votre définition de la Q 22, vous approvisionnez-vous en produits locaux?



Q 32 Les produits locaux, par rapport aux produits conventionnels, sont-ils globalement:



Il y a une **méconnaissance des valeurs relatives des produits locaux par rapport aux conventionnels** pour une bonne partie des interviewés (38,6%)

**Le produit local** est majoritairement ressenti (61,6%) comme **plus cher** qu'un produit conventionnel

Les interviewés qui répondent s'approvisionner en **produits locaux « oui quand c'est possible »** ont tendance à estimer le **produit local au même prix que les produits conventionnels**

# Synthèse: l'approvisionnement « local » expliqué par trois variables

## Les quatre questions liées

Q 25 Vous approvisionnez-vous en produit local?

Q 23 Coût revient matière maximum

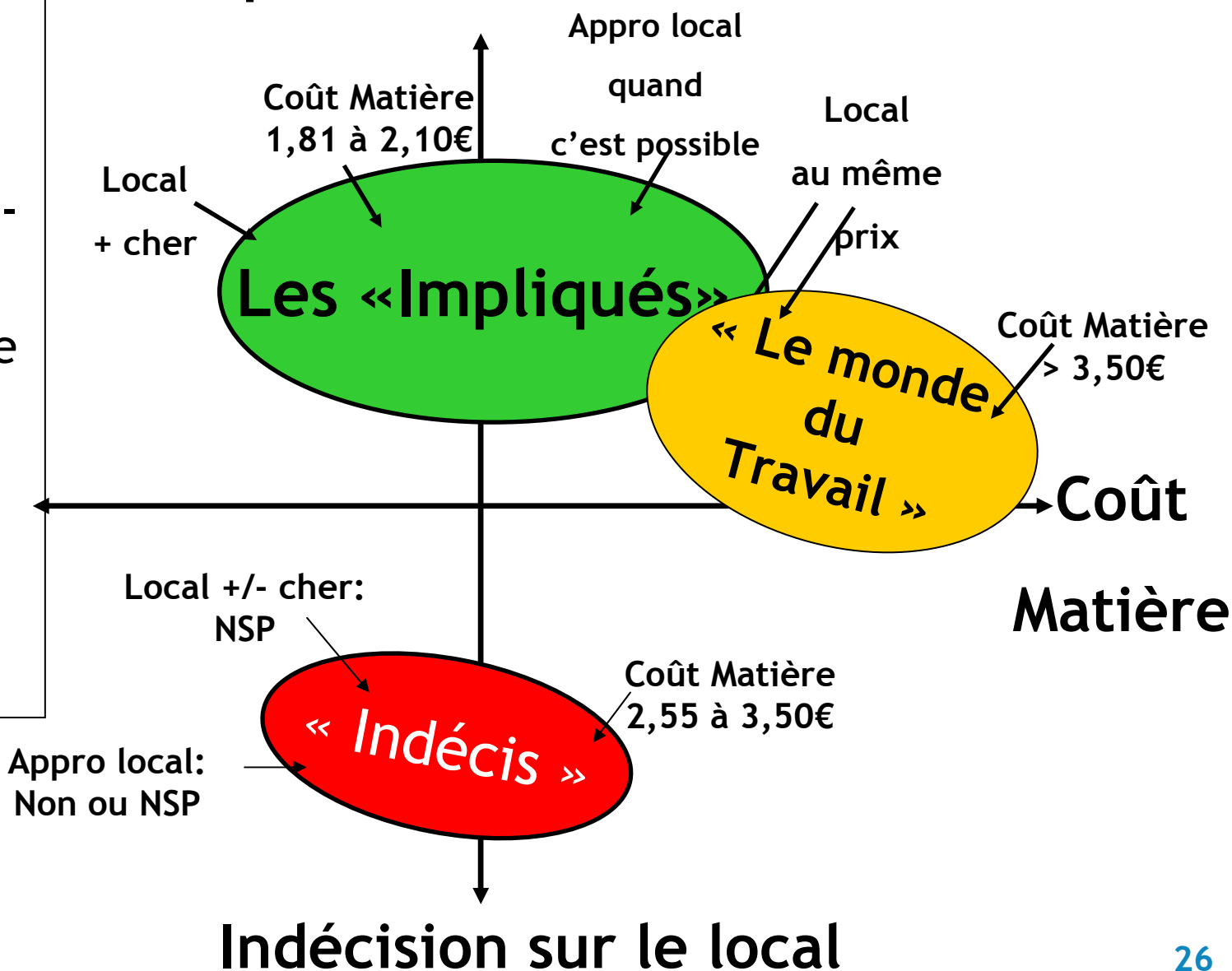
Q 5 Secteur

Q 32 Local + ou - cher /conventionnel

La carte montre les positions des 17 modalités et les coordonnées des 298 observations.

15.03% de la variance est expliquée par les deux axes représentés.

## Implication sur le local





Préfet de la région  
d'Île-de-France

DRIAAF

# Structuration de l'offre : le ressenti des 3 territoires sur les volumes et sur les prix

Paris

17/19 découvrent que  
l'agriculture représente  
50% du territoire d'IdF

**Le volume dont a besoin la RC est énorme (tous)**

« ça peut se faire en Province, pour des structures de 300 repas/jour mais pas à Paris » - « il n'y a pas grand-chose en IdF » - « reste à trouver un fournisseur qui puisse fournir 6 millions de repas par an... »

Gâtinais

Des doutes sur « *la constance de la qualité* tout autant que de la quantité »

un **manque de connaissances sur les producteurs locaux** (19/24)

« Surcoût »

Paris

**« c'est plus cher » et c'est un verrou important** (19/19)

Hurepoix

**Sentiment de surcoût** — 1/5 doute.. au nom du bio « pas plus cher »

Gâtinais

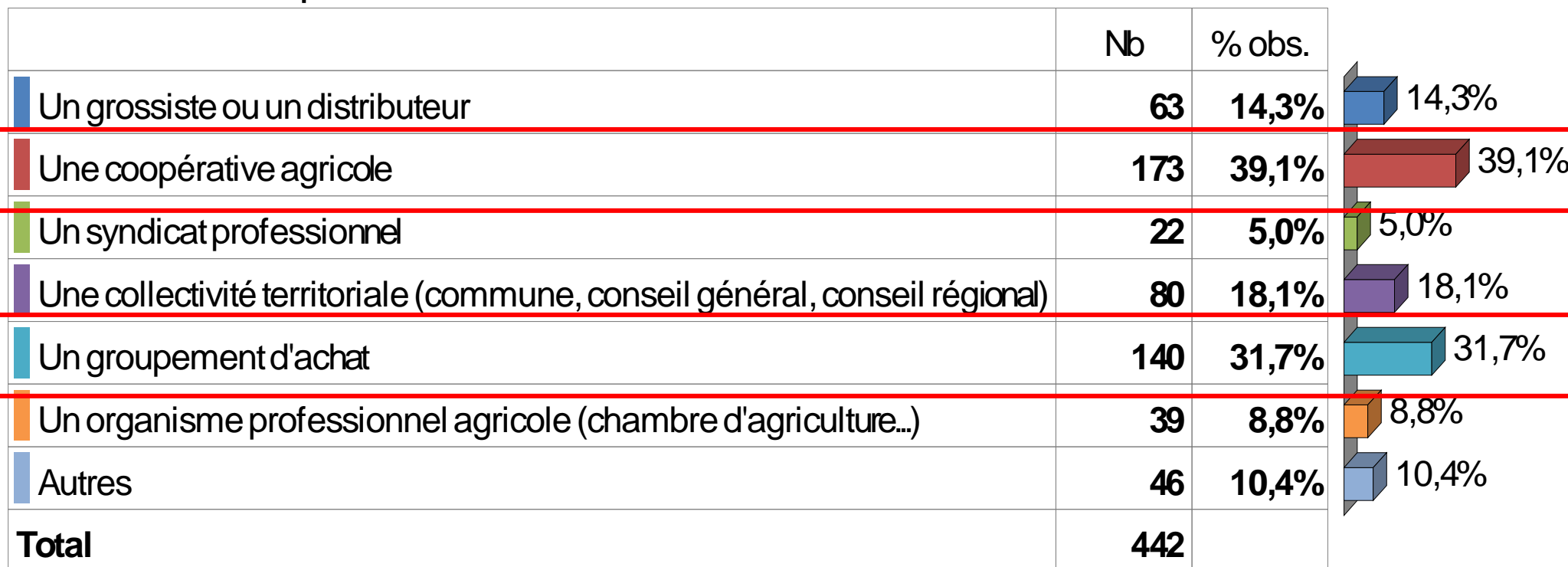
19/24 les estiment **« plus chers »** mais pas d'expérience réelle.  
1/24 a expérimenté « *moins chers en saison* »

Un **net besoin de CHIFFRAGE REEL** selon les organisations de l'approvisionnement 27

# Perspectives: quels acteurs pour fédérer la filière?

La **coopération agricole** et les **groupements d'achat** pressentis comme acteurs fédérateurs de la filière

Q 49 Selon vous, quels acteurs pourraient le mieux fédérer une filière de produits locaux?





Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Préfet de la région  
d'Île-de-France

**DR**IAAF

# Merci de votre attention