

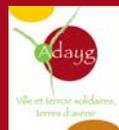
La restauration collective et le rôle de la commande publique dans le développement des stratégies alimentaires

Saint Etienne, le 12 mai 2009



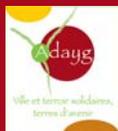


- Les chiffres et le contexte de la restauration collective,
- Les enjeux de la restauration collective,
- Quels leviers pour les collectivités ?
- Quelles actions des collectivités ?



Les chiffres et le contexte de la restauration collective

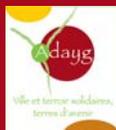
- 14 % des repas pris hors foyer dont 53 % en restauration collective (1/3 en valeur) et 47% en restauration commerciale.
- Un secteur très concurrentiel, une concentration de plus en plus importante. Encore peu de place pour les producteurs locaux.



Les enjeux de la restauration collective

→ Pour les agriculteurs :

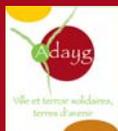
- Des volumes importants qui peuvent être planifiés, anticipés, organisés.
- Un accès au marché local pour les agriculteurs en grande filière soumis à la volatilité des cours.



Les enjeux de la restauration collective

➔ Pour les collectivités, acteurs essentiels des politiques alimentaires via les CCAS ou la restauration collective

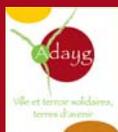
- Offrir des repas de qualité pour tous,
- Prévenir les problèmes de santé par l'alimentation,
- Limiter le transport des aliments,
- Baisser l'empreinte carbone alimentaire tout en poursuivant la protection du foncier agricole.





Quels leviers pour les collectivités?

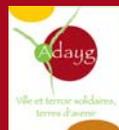
- La commande publique,
Via l'achat de denrées ou de prestation de repas
- La structuration de l'offre,
- La mise en place de politiques circuits-courts.



Quelles actions des collectivités

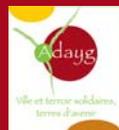
La commande publique :

- Définir des besoins,
- Changer les pratiques d'achats,
- Travailler sur les marchés publics.



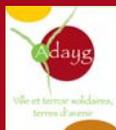
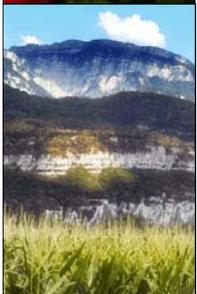
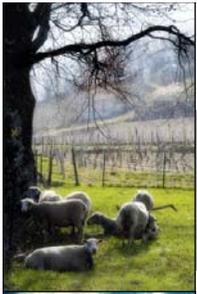
1. Définir des besoins

- Est-ce que j'achète des denrées ou des repas ?
- Que souhaite t'on mettre en avant ?
L'origine, la qualité, les 2 critères
- Pour quel type de convives ? Pour quelle communication ?



2. Changer les pratiques d'achat

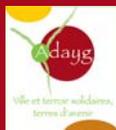
- Impliquer tous les acteurs : élus, techniciens, cuisiniers, enseignants, élèves...pour construire un vrai projet pédagogique,
- Travailler sur les produits achetés (notamment pour les morceaux demandés en viande bovine),
- Anticiper les commandes (3 semaines minimum pour la viande),
- Travailler avec des produits frais de saison.



3. Les marchés publics

A. Pour une collectivité en gestion directe :
Choisir un approvisionnement en produits locaux.

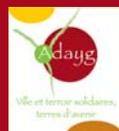
- Soit par des achats ponctuels, de gré à gré, auprès de producteurs locaux (seuil de 20 000 euros HT),
- Soit en introduisant différents critères dans la rédaction de l'appel d'offres pour la fourniture de denrées alimentaires : allotissement, cahiers des clauses techniques particulières et critères d'attribution.



3. Les marchés publics

B. Pour une collectivité en gestion concédée : sélectionner une entreprise qui propose dans son offre des produits locaux.

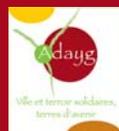
- Introduire des critères sur les produits entrant dans la composition des repas (notion de saisonnalité, de fraîcheur...).
- L'entreprise pourra ensuite s'approvisionner directement auprès de producteurs ou de grossistes.





3. Les marchés publics

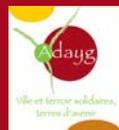
- ➔ Guide pratique pour l'achat de produits bio, locaux et équitables en restauration collective
➔ www.ofretic.com
- ➔ Charte pour une restauration collective « circuits-courts » dans l'Y Grenoblois



Quelles actions des collectivités?

La structuration de l'offre :

- ➔ Contrat producteurs-collectivités pour un engagement réciproque sur les approvisionnements
- ➔ Plateforme logistique de regroupement de l'offre
- ➔ Atelier de préparation des légumes





Agir ensemble pour la mise en place d'une démarche alimentaire territoriale



Association pour le Développement de l'Agriculture dans l'Y Grenoblois