



Mise en place d'un évènementiel pour accompagner les acteurs de la restauration collective à augmenter la part de produits durables, locaux et de qualité dans les menus

Guide méthodologique et retours d'expériences



L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective !

Le Centre du développement agroalimentaire «Ardèche le goût» regroupe aujourd'hui 257 adhérents, représentant les différents maillons de la chaîne alimentaire de la graine à l'assiette. L'association représente un réseau de 1000 producteurs et entreprises ardéchoises. Elle gère la marque « Goûtez l'Ardèche » qui a plus de 30 ans et représente plus de 700 produits agréés.

L'association a acquis au fil des années une réelle expérience d'animation de projets et de mise en place d'actions collectives en faveur de la valorisation des productions locales et de l'économie de proximité : organisation de 4 éditions du salon Foud'Ardèche dédié à l'alimentation de proximité et réunissant plus de 500 professionnels, création du Car Foud'Ardèche, exposition itinérante sur l'agriculture et l'alimentation ardéchoise et ayant reçu 42 000 visiteurs en 3 ans, édition depuis 15 ans du guide Miam Miam qui regroupe plus de 500 bonnes adresses pour s'approvisionner localement...

Ayant pour vocation d'accompagner la filière agroalimentaire ardéchoise, l'association Ardèche le goût travaille en étroite collaboration avec les acteurs de l'économie locale pour mettre toutes les ressources nécessaires à disposition des professionnels de la restauration. Ainsi, Ardèche le goût mène des actions fédératrices et facilite la communication et l'accès aux produits locaux, développe des partenariats efficaces, favorise l'innovation et l'acquisition de nouvelles compétences. Ardèche le goût accompagne les établissements pour rechercher des fournisseurs locaux (sourcing), pour former les équipes sur la connaissance des produits ardéchois et mettre en place des actions de sensibilisation.

Centre du développement agroalimentaire
Pôle de Bésignoles, 6 route des mines - 07000 Privas
Tél : 04 75 66 97 50 - contact@ardechelegout.fr - pro.ardechelegout.fr

Parce que les professionnels de restauration collective, les élus, les collectivités, peuvent être les ambassadeurs des produits durables et de qualité auprès du public, ils méritent d'être accompagnés dans leurs recherches de produits.

Grâce à ce guide méthodologique, vous retrouverez la « recette » pour mettre en place dans vos territoires une opération type « L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective ! »



Dans ce guide

- p3. Objectifs, enjeux, à qui s'adresse ce guide ?
- p4. Historique & chiffres
- p5. Les acteurs à associer sur un territoire, périmètre et maîtrise d'oeuvre
- p6. Les étapes
- p15. Lever les freins
- p18. Conclusion
- p 20. Annexes

Objectifs de ce guide

Certains acteurs de la restauration collective ont la volonté de changer leurs pratiques dans le cadre de la loi Egalim mais manquent de temps pour agir et chercher de l'information.

L'opération L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective qui s'est tenue sur une semaine du 22 au 28 mai 2023 sur l'ensemble du territoire de l'Ardèche dans 58 établissements de restauration collective visait à les accompagner au sourcing local mais également à s'approvisionner en produits durables et de qualité dans le cadre des lois Egalim et Climat et résilience.

Ce guide méthodologique est un outil de duplication de l'opération «L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective» à l'usage de potentiels organisateurs : techniciens, élus territoriaux ou association, personnels de cuisine, gestionnaires.

Objectifs :

- développer l'approvisionnement local et de qualité au sein des établissements de restauration collective en expérimentant grâce à l'événementiel
- accompagner et former les professionnels de la restauration collective à la question de l'approvisionnement local et de qualité et permettant de se conformer aux lois EGAlim et Climat et résilience.
- apporter aux convives une alimentation locale, de saison et de qualité
- accompagner le changement de pratiques dans la durée par une aide au sourcing
- sensibiliser les familles des résidents à l'approvisionnement local et de qualité
- développer l'économie du territoire et tisser des liens entre les professionnels
- communiquer sur l'engagement d'un territoire et de ses établissements de restauration collective auprès des consommateurs et des usagers
- valoriser la restauration collective par la mise en place d'un événement
- promouvoir l'événement via une campagne de communication organisée.

Enjeux

La restauration collective est au cœur des enjeux des politiques alimentaires territoriales.

Avec de nombreux repas servis et un public captif, les achats alimentaires de la restauration collective représentent un volume d'achat important pour l'économie locale et ses différents acteurs (producteurs, transformateurs, distributeurs qu'ils soit commerçants ou grossistes). Cette action aux enjeux économiques et sociaux permet également de sensibiliser à la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'éducation au goût.

Dans le même temps, les lois EGALIM et Climat et résilience fixent les objectifs suivants pour la restauration collective : ses acteurs doivent justifier de 50% de produits durables et de qualité, dont 20% de produits issus de l'agriculture biologique au 1er janvier 2022 (loi EGAlim) et 60% de produits durables et de qualité pour les viandes et poissons au 1er janvier 2024 (loi Climat et Résilience) dans les menus qu'ils proposent. Les acteurs de la restauration collective ont besoin d'être accompagnés lorsqu'il s'agit de se conformer à ces nouvelles directives.



A qui s'adresse ce guide ?

* Aux collectivités (municipalités, communautés de communes, Conseil départemental...) qui souhaitent accompagner ce type d'événements sur leur territoire.

* Aux structures locales souhaitant accompagner ce type d'événement.

* Aux gestionnaires, personnel de cuisine et d'animation des établissements de restauration collective.

Historique & chiffres

Description de l'opération

L'opération événementielle « L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective ! » est un événement collectif visant à accompagner tous les acteurs de la restauration collective ardéchoise (crèches, écoles, collèges, lycées, hôpitaux, EHPAD...) à la mise en place de menus à base de produits durables et de qualité (EGALIM).

Dès 2012, des élus souhaitent mener sur le canton d'Antraïgues en Ardèche, des actions pour valoriser les produits locaux et de favoriser les circuits courts de commercialisation. Il s'agit plus spécifiquement de développer l'approvisionnement local afin de retrouver dans les menus des restaurants traditionnels de leur canton des plats à base de produits locaux.

2013 & 2014 : Semaine du Veau et Semaine de l'Agneau au Pays d'Antraïgues en restauration traditionnelle.

2015 :

• En avril, première opération « L'Ardèche s'invite au menu ! » alliant pour la première fois la restauration traditionnelle et la restauration collective, à l'occasion de l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc avec 3 participants en restauration collective. Quatre partenaires accompagnent Ardèche le goût : la Chambre d'agriculture, la CCI, la Chambre des métiers et de l'artisanat et Agribio Ardèche.

• Nouvelle opération en septembre 2015.

2016 : • « L'Ardèche s'invite au menu du Tour de France ! »

• En juillet, nouvelles opérations sur le territoire des communautés de communes des Gorges de L'Ardèche et du Rhône aux Gorges et en septembre sur la communauté de communes du Pays Aubenas.

2017 : « L'Ardèche s'invite au menu ! » dans la communauté de communes du Bassin d'Aubenas du 5 au 18 juin. Les restaurants scolaires s'inscrivent dans la démarche sur une journée : 7 restaurants scolaires participent à l'évènement pour alimenter 19 communes et plus de 20 écoles du territoire avec un menu unique de saison adapté à la restauration collective (coût des matières première et mode de préparation).

2018 : 1^{res} réunions d'information des EHPAD sur le thème de l'approvisionnement local.

2019 : 1^{re} opération L'Ardèche s'invite au menu dans les EHPAD sur une journée : 31 établissements participants et 3 207 repas ardéchois pour les résidents sur l'ensemble du département de l'Ardèche.

2020 : 7 000 repas et 40 établissements participants (soit 80% des EHPAD ardéchois) sur un ou plusieurs jours pendant une semaine sur l'ensemble du département de l'Ardèche.

2021 : 6 000 repas et 30 EHPAD participants.

2022 : 1 opération en juin dans 10 collèges ardéchois

1 opération dans la restauration collective et traditionnelle sur le territoire de la Cdc Ardèche des sources et des volcans.

2023 : • 1 opération du 22 au 28 mai, 58 établissements de restauration collective participants, 22075 repas servis dans toute l'Ardèche, de la crèche à l'Ehpad.

• 1 opération dans la restauration collective et traditionnelle du 16 au 20 octobre sur le territoire Ardèche des sources et des volcans

Cette opération s'est déroulée en 2015 pour la première fois en restauration collective et en 2019 pour la première fois dans les EHPAD. Elle a été reconduite depuis en restauration traditionnelle comme collective.

Au total, 297 participations d'établissements et plus de 73 000 repas ont été servis pendant les opérations « L'Ardèche s'invite au menu ! »



Les acteurs à associer sur un territoire

- Un maître d'ouvrage** pour qui l'action est réalisée : une collectivité (communauté de communes, Conseil départemental...)
 - **Cas 1** : Action d'ampleur départementale : Conseil départemental - Direction de l'Autonomie et des solidarités, éducation...
 - **Cas 2** : Action d'ampleur territoriale : communautés de communes - service économique, CCAS, mairies, service éducation...
- Un maître d'œuvre** qui va assurer le bon déroulé de l'action : une association (exemple : Ardèche le goût), un prestataire, une collectivité, une chambre consulaire.

Compétences requises :

- Capacité de gestion de projets
 - Connaissance des acteurs de la filière alimentaire et des solutions logistiques (producteurs, transformateurs, grossistes...)
 - Possibilité de mobilisation des médias, réseaux sociaux et de mutualisation de moyens (émissions radio, flyers...)
 - Capacité de communication : site web, mise à disposition de supports de communication collectifs.
- Les acteurs** : les établissements de restauration collective, publics comme privés, grossistes, producteurs et fournisseurs locaux.
 - Les partenaires et structures d'appui** : chambres consulaires, projets alimentaires territoriaux, médias locaux, associations de valorisation des produits bio ou sous signe officiel de qualité...



Périmètre de l'opération

Cible : les établissements de restauration collective : de la crèche à l'EHPAD

Territoire : une commune, une ou plusieurs communautés de communes, un département, une région...

Essaimage : application possible sur d'autres types de territoires (plusieurs communautés de communes, sur l'ensemble d'un département, à l'échelle d'une Région...).



Maîtrise d'œuvre

Le Centre du développement agroalimentaire « Ardèche le goût » conduit depuis plusieurs années des actions d'accompagnement à l'approvisionnement local sur le territoire ardéchois.

La structure organisatrice doit apporter une certaine expertise. En plus d'être l'initiatrice de l'événement, elle doit véritablement accompagner individuellement les structures participantes sur toutes les questions d'organisation de l'événement, en particulier sur la problématique de l'approvisionnement en produits de qualité compatibles Egalim et Climat et résilience, et sur la composition précise des menus. Elle doit également fédérer les différents partenaires au sein d'un comité de pilotage.

En complément d'un accompagnement personnalisé sur les produits locaux et de qualité, la réussite de l'opération repose également sur la capacité de la structure organisatrice à fournir des éléments « clefs en main » : guide pour l'approvisionnement, annuaire professionnel, tableaux de saisonnalité des produits locaux, modèles de menus et listes de fournisseurs, outils de communication que les participants peuvent s'approprier.

Les étapes

Comment organiser un évènement de mise en avant des produits locaux et de qualité en restauration collective ?



Étape 1

ORGANISER LA MOBILISATION

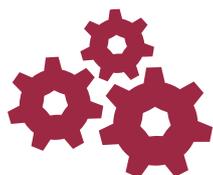
Comment faire le montage institutionnel et organisationnel ?



Étape 2

DIAGNOSTIQUER LA CIBLE POTENTIELLE

Comment analyser les participants potentiels sur un territoire ?



Étape 3

ÉLABORER UNE STRATÉGIE ET PLANIFIER LES ACTIONS

Comment définir les objectifs du territoire et formaliser le retroplanning commun ?



Étape 4

METTRE EN ŒUVRE LES ACTIONS

Comment mobiliser les acteurs de restauration collective ?



Étape 5

COMMUNIQUER COLLECTIVEMENT

Comment faire connaître l'opération ?



Étape 6

EVALUER L'IMPACT DE L'OPÉRATION

Comment mesurer les bénéfices des actions et tirer des leçons pour les opérations futures ?

Organisation d'une opération « L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu ! » dans les établissements de restauration collective en Ardèche, de la crèche à l'Ehpad



Étape 1

ORGANISER LA MOBILISATION

Comment faire le montage institutionnel et organisationnel ?

Pour une action d'envergure départementale, **associer les acteurs** qui vont contribuer à la mobilisation et à la communication :

- le Conseil départemental (service éducation) qui gère les collèges publics,
- la Région pour les lycées publics,
- la direction Diocésaine de L'Enseignement Catholique pour les établissements scolaires privés,
- les Communautés de Communes et Communautés d'agglomérations (crèches, écoles via les mairies...),
- les représentants des établissements de santé et structures médico-sociales (EHPAD...).
- Les Chambres consulaires et les Signes d'identification de la qualité et de l'origine : mobilisation des producteurs / transformateurs, communication sur les filières

Créer un **comité de pilotage** comprenant les représentants des différents partenaires :

- DRAAF
- DREETS
- DDT
- ARS
- les chambres consulaires
- les services du Département : éducation (collège), agriculture, communication,
- les services de la Région : éducation (lycée)
- les EPCI
- partenaires financiers potentiels
- Ademe
- l'association des maires
- les représentants des PAIT : un élu et un technicien

En parallèle, un travail de bilan des actions déjà réalisées est produit pour en tirer des leçons



Pendant les 8 mois précédents l'opération



Étape 2

DIAGNOSTIQUER LA CIBLE POTENTIELLE

Comment analyser les participants potentiels sur un territoire ?

Constituer une base de données qualifiée de tous les établissements de restauration collective du territoire concerné ou des structures « têtes de pont » et contacts qualifiés associés, recenser les établissements qui ont déjà participé à une opération précédente



Étape 3

ÉLABORER UNE STRATÉGIE ET PLANIFIER LES ACTIONS

Comment définir les objectifs du territoire et formaliser le retroplanning commun ?

Cette étape consiste à préparer les éléments de contenu en lien avec les partenaires et planifier une ou plusieurs réunions d'information des professionnels participants à l'opération.

A cette étape, le Conseil départemental est un allié précieux pour mobiliser les chefs de collège. Il est également primordial de s'appuyer sur les communautés de communes afin de mobiliser les acteurs de leur territoire.



J- 7 mois à J-1 mois



Ils ont participé, ils témoignent

Stéphane Thouard, chef de cuisine du collège Chamontin au Teil :

«c'est pour moi une fierté de pouvoir servir régulièrement des repas de qualité et en partie sur cette journée 100% produits de l'Ardèche. Notre engagement au sein du collège et avec le Département pour promouvoir nos acteurs locaux, les fournisseurs avec lesquels nous travaillons en grande partie tout au long de l'année».





Étape 4

METTRE EN ŒUVRE LES ACTIONS

Comment mobiliser les acteurs de restauration collective ?

- Répertorier et compiler les ressources : page web (informations nécessaires sur l'approvisionnement local, les produits de qualité, la saisonnalité, outils existants développés par le CNRC, la plateforme « ma-cantine », guides pratiques, livrets de recettes, annuaire en ligne (voir en annexe))
- Questionner les établissements pour formaliser leur engagement : questionnaire en ligne à transmettre aux établissements
- Organiser des réunions techniques pour valider l'organisation avec les établissements. Prévoir 2 à 4 réunions sur différents secteurs géographiques (ou visio / webinaire / replay)
- Accompagner les établissements à préparer les menus, rechercher des fournisseurs.



]-1 mois à jour]

Ils ont participé, ils témoignent

Yannis Bruyère, gestionnaire du Collège Roqua à Aubenas :
«merci d'insuffler cette dynamique parfaitement utile et cohérente sur notre territoire. Ce jour, l'Ardèche a particulièrement rayonné au self, à la fois humainement et bien évidemment dans les assiettes. Les retours des collégiens et des personnels ont été très positifs. Un grand merci à la boucherie Gineys pour la belle animation avec le stand charcuterie et tout son savoir-faire parfaitement partagé. Merci à l'équipe cuisine et à son chef d'avoir mis à l'honneur notre délicieuse restauration scolaire du quotidien.»

Ils ont participé, ils témoignent

Marie-Laure Vianes, directrice de l'Ehpad Le Sandron à Ucel :
«J'ai trouvé cette proposition très porteuse de sens pour nos établissements. Tout d'abord pour nos résidents, pour les satisfaire encore plus. Pour nos salariés, l'équipe de cuisine notamment et nos fournisseurs. Le menu a été préparé avec nos équipes, nos résidents. Ce menu sera élaboré avec uniquement des produits frais, des producteurs locaux que nous souhaitons mettre en avant, ce qui va créer un circuit court avec une richesse de valeurs nutritives. Nos fournisseurs tous locaux ont été invités à venir présenter leurs produits ce jour là auprès de nos résidents, et ainsi nos résidents pourront créer du lien avec eux et un partage autour d'un apéritif typiquement ardéchois. Un rapprochement entre consommateurs (nos résidents), les producteurs (nos fournisseurs) et nos équipes. Très riche en partage. Tous unis par des valeurs durables autour de l'alimentation par une thématique de terroir en terre d'Ardèche.»



J-4 mois

MOBILISATION DES ACTEURS «TÊTES DE PONT»

- Pour mobiliser des établissements participants (Conseil départemental de l'Ardèche, Région Auvergne Rhône Alpes, Communautés de communes en charge des PAT...)
- Pour mobiliser des producteurs ainsi que ceux proposant des animations (le grossiste D'Ardèche et de saison, Chambres consulaires...)
- Faire passer l'information aux producteurs avec un calendrier précis des animations en fonction des lieux et le contact des personnes des cuisines (ou à défaut le contact d'Ardèche le goût pour la mise en relation).

J-1,5 mois

COMITÉ DE PILOTAGE

Validation des outils de communication

J-1 mois

RÉUNION D'INFORMATION

Information sur l'approvisionnement local et de qualité
Diffusion d'outils de communication
Incitation à l'organisation d'animations dans les collèges

RÉUNION + 1 SEMAINE

Envoi du compte-rendu de réunion à tous les acteurs présents et non présents à la réunion et envoi par mail du lien du questionnaire d'inscription à l'opération
Aide pour les approvisionnements locaux pendant cette période.

MISE EN PLACE DES ANIMATIONS AVEC LES FILIÈRES

Organisation des interventions des filières agroalimentaires dans les établissements

J-2 semaines

INSCRIPTIONS : relance et fin des inscriptions

APPROVISIONNEMENT : compilation et vérification des approvisionnements dans les menus des participants

COMMUNICATION : compiler les outils de communication nécessaires et distribution

Organisation d'une conférence de presse

J-1 semaine

CONFÉRENCE DE PRESSE

Présentation de l'évènement et distribution des outils de communication pour ceux qui sont présents



Elaborer un rétroplanning : l'exemple de l'édition 2023 de l'opération.

J-3 jours

COMMUNICATION

Afficher les outils de communication

Semaine de l'opération

COMMUNICATION : Prise de photos et relais sur les réseaux sociaux

Envoi à la presse



J +1 semaine

Envoi du questionnaire de satisfaction aux participants

J +2 semaines

Invitation par mail à une réunion de bilan de l'opération

J +3 semaines

Relance par mail pour la réunion de bilan avec le COPIL

J +3 mois

Organisation de la réunion de bilan de l'opération :
points positifs, points négatifs

Suites éventuelles à donner à l'échelle du territoire pour la pérennisation de
l'opération

Ils ont participé, ils témoignent

Sandra Teyssier, chargée de projets approvisionnement local, Ardèche le goût :

«Pour organiser une opération l'Ardèche s'invite au menu, il est important d'adapter le rétroplanning à la cible de restauration envisagée.

Si vous visez la restauration scolaire, pensez à réunir les acteurs en fonction des emplois du temps et des périodes de vacances scolaires. Pensez également à prendre en compte la planification des menus par les gestionnaires.

Gardez à l'esprit que la mobilisation collective passe d'abord par une prise de conscience individuelle des acteurs.»





Étape 5

COMMUNIQUER COLLECTIVEMENT

Comment faire connaître l'opération ?

Trois axes de travail :

1. Créer des outils de communication

- flyer, affiche commune et calque de menu collectif, fanions, chevalets, messages aux familles, film de présentation des produits et de l'opération...
- préparation des colis et envoi des outils de communication aux participants,

2. Organiser une conférence de presse

- rédiger un communiqué de presse et mobiliser,
- inviter les élus, partenaires, établissements et médias,

3. Communiquer durant et après l'évènement

- décorer la salle sur le thème des produits locaux, créer une ambiance, identifier les plats locaux dans le self,
- diffuser des films sur les productions locales,
- afficher les menus et l'origine des produits,
- proposer des ateliers de découverte des produits locaux et de qualité (option)
- prendre des photos, recueillir des témoignages et communiquer sur les réseaux sociaux (vidéo en option).



] -1 mois à] +1 mois

Ils ont participé, ils témoignent

Isabelle Alphonse, cheffe de collège Lamastre :

« Cette journée nous a permis de communiquer et de préparer un repas à thème, c'est toujours plaisant pour des cuisiniers. Ce menu nous l'avons choisi, pour montrer à nos demi-pensionnaires que l'on peut faire, un menu type fast food qui leur plaît avec de super produits, de qualité, et traditionnels. »



Communication collective

Retours d'expériences & recommandations destinées aux collectivités locales

La création d'un livret de recettes est un atout non négligeable. Il amène des idées « toutes prêtes » qui permettent à certains établissements de pallier le manque de temps, qui peut être un frein à leur participation. Pour un livret complet et adapté, être aidé d'une structure extérieure spécialisée sur la question (exemple sur la nutrition des seniors) est un avantage : cela permet de ne pas commettre d'erreurs dans la conception des recettes, de les adapter au plus près de la réalité des besoins du public visé et surtout d'ancrer la légitimité et le sérieux de la structure organisatrice auprès des établissements participants.



Créer une ambiance

En complément, pour communiquer auprès des usagers :

- Animation en lien avec les filières agricoles
- Affiches, guirlandes, chevalets
- Film de présentation des produits locaux et de qualité à diffuser sur les écrans des réfectoires
- Décoration en lien avec le Département concerné
- Ambiance musicale
- Courrier d'information aux familles



L'ARDÈCHE ET LA QUALITÉ
S'INVITENT AU MENU



[Ce jeudi 25 mai / Cette semaine], l'établissement qui accueille votre [enfant/parent] participe à l'opération L' Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective.

Qu'est-ce que c'est ? C'est un événement créé par le Centre du développement agroalimentaire Ardèche le goût pour accompagner les professionnels dans leur mission quotidienne et proposer encore plus de produits locaux et de qualité dans les assiettes.

Vous avez peut-être entendu parler de la loi Egalim : elle a été promulguée en 2018 puis complétée en 2021 par la loi Climat et Résilience et elle prévoit plusieurs mesures pour améliorer la qualité des repas servis par la restauration collective. L'un des objectifs est d'atteindre un taux d'approvisionnement de 50% de produits durables et de qualité, dont 20% de produits issus de l'agriculture biologique.

De nombreux établissements ardéchois dont celui que votre [enfant/parent] fréquente sont déjà engagés pour une alimentation durable. Mais ils ont parfois besoin d'aide pour parvenir aux seuils fixés par cette loi. Ardèche le goût, grâce à cet événement collectif du 22 au 28 mai sur tout le territoire ardéchois, se pose en facilitateur et ressource. Elle fournit contacts, guides, ou encore méthodologie pour y parvenir. Tout le monde y gagne : consommateurs qui mangent encore mieux, producteurs qui trouvent des débouchés localement et voient leur activité confortée et environnement, grâce à la diminution du transport des marchandises...

« L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu... », c'est le plaisir du goût, du manger sain, pour tous et à tout âge.





Étape 6

EVALUER L'IMPACT DE L'OPÉRATION

Comment mesurer les bénéfices des actions et tirer des leçons pour les opérations futures ?

Deux axes de travail :

- Envoyer un questionnaire d'évaluation aux participants,
- Recueillir et synthétiser les points positifs, points négatifs, les outils, envisager le renouvellement de l'opération, compiler les chiffres et les résultats.



Ils ont participé, ils témoignent

Michel Jean, responsable service restauration hôpital Sainte-Marie :

«Nous servons 770 repas jours en moyenne sur tous nos établissements. Une opération comme celle-ci nous sert à faire savoir aux convives que nous travaillons avec des produits locaux de qualité, ce qu'ils n'imaginent pas forcément».



De l'événement à
J+ 6 mois

Ils ont participé, ils témoignent

Séverine Vallot, DGA Solidarités CCAS Annonay et Richard Vallon, chef de la cuisine centrale :

«La participation de la cuisine centrale d'u CCAS d'Annonay à l'opération s'inscrit dans la démarche qualité engagée par la cuisine depuis plusieurs années, volonté politique du territoire articulée aux objectifs de la loi Egalim. La cuisine centrale travaille déjà avec des produits bio, locaux, mais le souhait est d'aller au-delà en lançant notre propre marché d'achats de denrées. Une assistance à maîtrise d'ouvrage vient d'ailleurs d'être lancée pour construire ce marché intégrant des produits bio, locaux. Ce repas a permis de mettre en valeur cette démarche et de progresser dans les objectifs d'approvisionnement de qualité».

Les constats

La question du prix très régulièrement soulevée

La remarque récurrente lors des interviews des chefs et gestionnaires au cours de l'opération est celle du coût d'un approvisionnement Egalim compatible.

Alors qu'ils font face ces dernières années à une augmentation importante du coût des matières premières, beaucoup disent se concentrer sur la volonté de fournir une même qualité de repas, plutôt que d'acheter des produits plus onéreux, compatibles Egalim, pour se conformer à la loi.

Pour les besoins de l'opération, ils ont pu chiffrer le surcoût que représenterait un approvisionnement 100% Egalim : pour certains, cela représentait une hausse de 150% par repas. Dans certains secteurs, comme l'hospitalier et le pénitentiaire par exemple, les contraintes budgétaires sont parfois fortes et il faut compenser les surcoûts : 0.14 à 0.46 cts coût matières.

La préférence va au local plutôt qu'au bio venu d'ailleurs

Plusieurs participants ont regretté que les produits locaux ne fassent pas partie des critères retenus dans les lois Egalim et Climat et résilience, affirmant préférer travailler les produits locaux aux produits avec labels mais non locaux, le local au bio venu d'ailleurs.

Pour plusieurs établissements participants, les animations festives ont été organisées autour des produits locaux, plutôt que de qualité avec comme explication que « les produits locaux ça se fête ». Pour les établissements, il faudrait augmenter la part des produits locaux entrer dans les 50% de produits durables et de qualité imposés par la loi Egalim.

Une méconnaissance des produits Egalim compatibles

Plusieurs interlocuteurs rencontrés lors de l'opération étaient persuadés de respecter les critères de la loi, en s'approvisionnant en local, pas forcément en produits sous SIQO.

Par ailleurs, certains se sont heurtés à des difficultés d'approvisionnement : en Ardèche, il a été constaté un nombre très faible de producteurs HVE2, critère permettant de rentrer dans les critères d'Egalim, par exemple.



Des solutions

Les leviers pour renforcer l'approvisionnement local et de qualité de la RHF sont multiples. Cela prend du temps et il n'y a pas de solution unique. Voici des pistes de travail :

- Informer grâce aux outils de l'Etat (un dispositif d'accompagnement qui se met en place dans le cadre du Conseil National de la restauration collective (CNRC) (voir en annexe)) et à ceux du CNFPT (cf le bouquet de ressources en annexe)
- Connaître les acteurs locaux volontaires pour livrer la restauration collective grâce à un annuaire professionnel comme celui d'Ardèche le goût : <https://pro.ardechelegout.fr/annuaire/> qui recense les producteurs «Egalim compatible» (voir en annexe)
- Fournir un accompagnement terrain pour des projets de restauration durable qui mobilisent des leviers de compensation des surcoûts (diversification des sources de protéines y compris le recours aux légumineuses, lutte contre le gaspillage alimentaire, grammage, saisonnalité, fait maison...)
- Structurer des filières et la coopération entre l'offre et la demande, notamment dans le cadre des projets alimentaires territoriaux (PAT) et le dynamisme des filières de qualité et durables.
- Recourir à des programmes comme Fruits et lait à l'école (Union européenne) avec une enveloppe de 35M€ par an (seulement 10% sont consommés) permettent de distribuer des fruits, légumes, lait et produits laitiers aux élèves dans les établissements scolaires. Les produits SIQO sont éligibles et peuvent donc aider l'établissement à avancer vers son objectif Egalim.
- Former à la connaissance des produits (saisonnalité, signes de qualité, teneur en protéines, approvisionnement local...)
- Augmenter la part de produits locaux Egalim compatibles et accompagner les établissements à la compréhension de la loi Egalim.

Plus précisément, sur l'aspect financier :

- Alternier sur une semaine des menus avec surcoût et des menus moins onéreux pour lisser les coûts.
- Limiter le gaspillage en consommant mieux et en sensibilisant les usagers
- Limiter les emballages
- Utiliser les protéines végétales
- Mieux connaître les réseaux locaux
- Améliorer la technicité : diminuer les pertes entre la production et la vente pour améliorer le revenu du producteur.
- Contractualiser pour donner un prix garanti au producteur et un tarif fixe au client et des volumes garantis.

Des solutions (suite)

- Avoir des chefs qui s'adaptent aux produits, à la saison, aux restes...
- Former, sensibiliser les chefs : légumineuses, adapter le menu aux saisons, aux publics...
- Fiches recettes
- Bien se nourrir, c'est rester en bonne santé : peut-être que les établissements vertueux pourraient-ils être plus aidés que les autres en dotation journalière (ARS...) ? En lien avec une mauvaise alimentation : quand on dépense 1€ pour se nourrir, on dépense 1€ pour se soigner (obésité, diabète...).

Sur l'aspect réseau

- Informer les professionnels qui ne savent pas à qui s'adresser : créer un guichet unique ?
- Organiser les visites dans les entreprises territoire
- Action conjointe entre le maître d'oeuvre et la Chambre d'agriculture :
 - Accompagner les producteurs et les aider à aller vers la RHF : rencontres sur le terrain, salon professionnel, aide à l'inscription sur l'annuaire...
 - Accompagner la RHF au sourcing local
- Mobiliser les producteurs qui ne viennent pas assez aux réunions, créer du lien.
- Mobiliser les élus à avoir une réflexion vertueuse, quitte à y mettre plus d'argent
- Soutenir l'émergence des SIQO sur le territoire pour que les professionnels trouvent de plus en plus de produits locaux sous signe officiels de qualité.

Sur l'aspect organisationnel

- Rédiger un cahier des charges précis lorsqu'on travaille avec un prestataire : filières courtes et locales, avoir un vrai chef avec des marges de manœuvres, capable d'adapter son menu, usage du vrac...
- Prévoir des ressources humaines pour éduquer les enfants : saisonnalité, faire goûter...
- Motiver et garder les cuisiniers
- Adapter les menus au public : maternelle ou personnes âgées, ce n'est pas le même travail
- Travailler sur les critères d'achat en lien avec le pouvoir adjudicateur (l'acheteur) pour définir des modalités pertinentes de sélection des produits locaux en fonction de critères liés à leur cycle de vie (producteur, transformateur, transport, distribution).



Conclusion

Temps nécessaire pour la maîtrise d'oeuvre

☐ Action d'ampleur départementale

40 à 50 jours : répartis entre le suivi du projet, l'animation et la communication

Ex de l'étude de cas en 2023 : total 50 jours

- Étape 1 / Organiser la mobilisation = 4 jours
- Étape 2 / Diagnostiquer la cible potentielle = 3 jours
- Étape 3 / Élaborer une stratégie et planifier les actions = 13 jours
- Étape 4 / Mettre en œuvre les actions = 18 jours
- Étape 5 / Communiquer collectivement = 10 jours
- Étape 6 / Evaluer l'impact de l'opération = 2 jours

Coût financier nécessaire pour la maîtrise d'oeuvre

25 000 € (50 jours à 500 €) et 7000 € pour le volet communication (réalisation d'outils de communication, affiches, guirlandes, banderoles, publicité radio/journaux).

La mise en place de ce type de projets est souvent complexe parce qu'elle réclame la mobilisation de compétences multiples et un travail en collaboration étroite avec de nombreux partenaires, du côté de la demande (élus, gestionnaires, cuisiniers, usagers, familles...) comme de l'offre (agriculteurs et entreprises agroalimentaires, organisations professionnelles agricoles...).

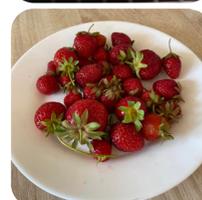
Bilan

L'opération «L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective» a permis aux établissements de travailler différentes thématiques :

- Augmentation de la part des produits de qualité et durables dans leur menu
- Valorisation des établissements de restauration collective
- Développer l'économie du territoire
- Favoriser le développement des circuits de proximité et limiter l'impact carbone
- Communiquer auprès des convives
- Limiter le gaspillage alimentaire

Les effets de l'action / du projet déjà observés en termes quantitatifs et qualitatifs :

- L'action a généré une attente auprès des établissements et des partenaires qui souhaitent une pérennisation de l'action afin qu'elle se renouvelle mensuellement.
- Une satisfaction des établissements participants : 83% des participants ayant répondu à l'enquête de bilan de l'opération sont satisfaits à très satisfaits de l'évènement.
- Une réflexion collective autour des enjeux de la loi EGALIM.
- Une mise en pratique autour d'un événementiel collectif.
- Un financement associant des partenaires publics et privés.
- Une mise en avant du savoir-faire des chefs de restauration collective.
- Une mise en réseau des acteurs de la restauration collective du territoire.



Egalim et appro' local : les conséquences pour la restauration collective

Egalim en bref **:

Au moins 50% de produits durables et de qualité dont au moins 20% au moins de produits biologiques depuis le 1er janvier 2022

Au moins 60% de produits durables et de qualité pour les viandes et les poissons au 1er janvier 2024* (taux porté à 100% pour la restauration d'Etat) *modifications ou compléments apportés par la loi Climat et résilience

Les taux sont comptabilisés en % des valeurs d'achat HT par année civile

La déclaration est obligatoire à partir de 2023

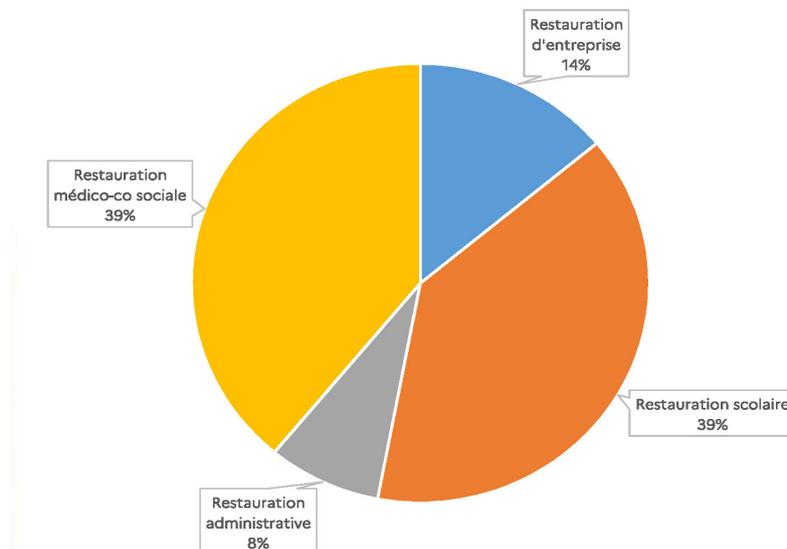
Les trois objectifs **:

- améliorer l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire (juste rémunération des agriculteurs...)
- renforcer la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits pour une alimentation saine, de qualité et durable
- permettre à chacun d'accéder à une alimentation saine, sûre et durable

Pourquoi la restauration collective ?

Le titre II de la loi Egalim (art 24 à 66) fixe des objectifs ambitieux et inédits au secteur de la restauration collective.

Pourquoi s'appuyer sur la restauration collective ? car elle représente 4 milliards de repas par an, servis dans 80 000 restaurants collectifs (publics et privés)



Qui est concerné** ?

- Les restaurants collectifs gérés par des personnes morales de droit public
- Les restaurants collectifs gérés par des personnes morales de droit privé en charge d'une mission de service public : (périmètre de l'article L. 230-5 du CRPM)
- services de restauration scolaire et universitaire,
- services de restauration des établissements d'accueil des enfants de moins de six ans,
- services de restauration des établissements de santé,
- services de restauration des établissements sociaux et médico-sociaux,
- Services de restauration des établissements pénitentiaires.
- Toute la restauration collective privée sera concernée en 2024 du fait de l'application de la loi Climat et résilience

** source Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire

Ca implique quoi ?

Quels sont les produits durables et de qualité selon la loi ?

SIQO

Autres EGALIM

Critères d'achat

- Agriculture biologique et en conversion et autres signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO) (Label rouge, AOP/ AOC, IGP, spécialité traditionnelle garantie)
- Produits bénéficiant des mentions valorisantes : issus d'une exploitation bénéficiant de la Haute valeur environnementale - HVE, fermiers (mais uniquement pour les produits pour lesquels existe une définition réglementaire des conditions de production (viande de volailles, fromages et spécificités fromagères, œufs)
- **Jusqu'au 31/12/2026**, produits issus d'une exploitation bénéficiant de la certification environnementale de niveau 2
- Produits bénéficiant de l'écolabel Pêche durable
- Produits bénéficiant du logo RUP, région ultra périphérique
- **Produits issus du commerce équitable (il existe aujourd'hui 8 labels du commerce équitable applicables dans la loi EGAlim : Fairtrade - Max Havelaar / World Fair Trade Organization – WFTO / BioPartenaire / Fair for Life / Producteurs Paysans – SPP / Agri éthique France/Bio équitable /Tourisme Équitable)**
- Produits sélectionnés sur les coûts imputés aux externalités environnementales
- **Produits acquis principalement sur la base de leurs performances en matière environnementale et d'approvisionnements directs.**

En rouge : les modifications apportées par la loi Climat et résilience

Produits de qualité et durables

Un produit de qualité et durable au sens de l'objectif fixé par la loi EGAlim doit bénéficier d'un des labels suivants :

-  Label rouge - Signe national qui atteste qu'un produit possède un ensemble de caractéristiques spécifiques établissant un niveau de qualité supérieur à celui d'un produit similaire.
-  Appellation d'origine (AOC/AOP) - L'Appellation d'origine protégée (AOP) désigne un produit dont toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit.
-  Indication géographique (IGP) - L'Indication géographique protégée (IGP) identifie un produit agricole, brut ou transformé, dont la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont liées à son origine géographique.
-  Spécialité traditionnelle garantie (STG) - Un produit dont les qualités spécifiques sont liées à une composition, des méthodes de fabrication ou de transformation fondées sur une tradition.
-  Mention « issu d'une exploitation à Haute Valeur Environnementale » (HVE + niveau 2 accepté jusqu'au 31/12/2026)
-  Écolabel pêche durable
-  Logo « Région ultrapériphérique » (RUP) - Produits issus de 9 régions ultra-phériques à l'UE (Azores, Madères, Canaries, Guadeloupe, Guyane, Martinique, à la Réunion, à Mayotte, Saint-Martin)
-  Commerce Équitable
-  Mention « fermier » ou « produit de la ferme » ou « produit à la ferme »

Attention :

Les produits locaux ou «de proximité» ne répondent pas à la définition d'un produit durable et de qualité et n'entrent de ce fait PAS dans le décompte Egalim :

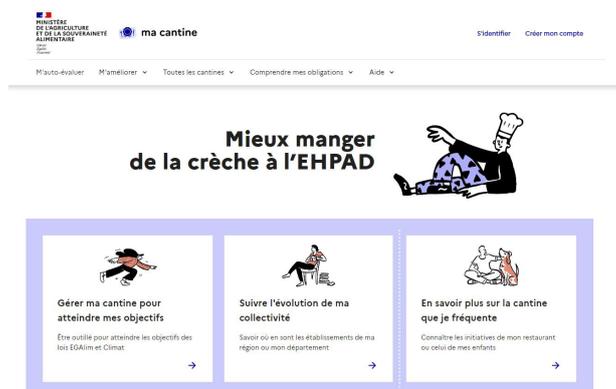
- il n'existe pas de définition officielle d'un produit local
- le fait de privilégier des produits selon leur provenance est interdit dans le code la commande publique.

Comment ça marche ?

Un outil indispensable : «ma cantine»

La plateforme « ma cantine » ma-cantine.agriculture.gouv.fr, pour :

- Accélérer la transition alimentaire dans le secteur de la restauration collective
- Fournir un service (informations / outils / ressources) et un accompagnement par une équipe dédiée et selon une méthode agile orientée « utilisateurs »



3 axes :

- Comprendre et mettre en oeuvre les lois Egalim. Climat et résilience
- Permettre la remontée des données au niveau national
- Transparence pour les convives et parents des convives

«ma cantine», c'est donc :

- Un service (informations / outils / ressources) pour un accompagnement aux gestionnaires par une équipe dédiée, selon une méthode agile orientée « utilisateurs » utile à l'évaluation de la politique publique.
- C'est aussi sur [ma-cantine](http://ma-cantine.agriculture.gouv.fr) qu'il faut effectuer ses déclarations annuelles. Les gestionnaires de restaurants collectifs des données nécessaires à l'établissement du bilan statistique annuel (mentionné au V de l'article L.230-5-1 du code rural et de la pêche maritime).

Comment participer : créer un compte sur ma-cantine.agriculture.gouv.fr
créer votre cantine avec son numéro SIRET
créer un diagnostic pour l'année précédente
télédéclarer

Pour vous aider : des guides et des tutoriels sont disponibles sur le site : des webinaires sont organisés chaque semaine / une adresse mail dédiée : support-egalim@beta.gouv.fr



Rappel

Les convives doivent être informés une fois / an
Les personnes morales ayant la charge d'un restaurant collectif informent à l'entrée du restaurant, par un affichage permanent, actualisé au moins une fois par an, lisible par tous les usagers et au moins une fois par an par communication électronique, les usagers des restaurants collectifs de la part des produits définis au I de l'article L. 230-5-1 et de la part des produits issus de projets alimentaires territoriaux entrant dans la composition des repas servis.

Comment ça marche

Un outil supplémentaire : Localim

Localim : la boîte à outils des acheteurs publics de la restauration collective.

A retrouver sur <https://agriculture.gouv.fr/localim-la-boite-outils-des-acheteurs-publics-de-restauration-collective>



Le bouquet de ressources du CNFPT :

A retrouver sur <https://www.cnfpt.fr/s-informer/nos-actualites/le-fil-dactu/bouquet-ressources-numeriques-loi-egalim/national>



Une offre de service
CNFPT - INSET Nancy

WWW.CNFPT.FR



Illustration : service agroéconomique - INSET de Nancy

L'annuaire professionnel

La création d'un annuaire professionnel peut être un atout dans l'organisation d'un événement type L'Ardèche et la qualité s'invitent au menu de la restauration collective.

Ardèche le goût en a créé un regroupant 2 outils :

- Un annuaire gratuit des producteurs, transformateurs, distributeurs et commerçants agroalimentaires ardéchois qui proposent une gamme de produits ardéchois, de qualité, **identifiables par territoire (communauté de communes par exemple) et par typicité (répondant aux critères égalim, par exemple)**.
- Un annuaire des prestataires situés en Auvergne Rhône-Alpes et exerçant une activité au service de l'agroalimentaire dans des domaines de service, d'emballage, de formation, de conseil

Cet outil est destiné aux professionnels de l'agroalimentaire qui souhaitent se référencer pour trouver et développer de nouveaux débouchés ou qui sont à la recherche d'un prestataire ou d'un fournisseur.

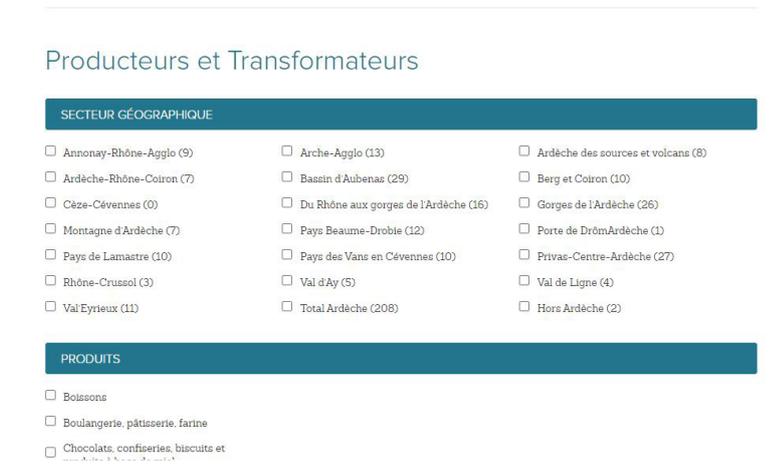
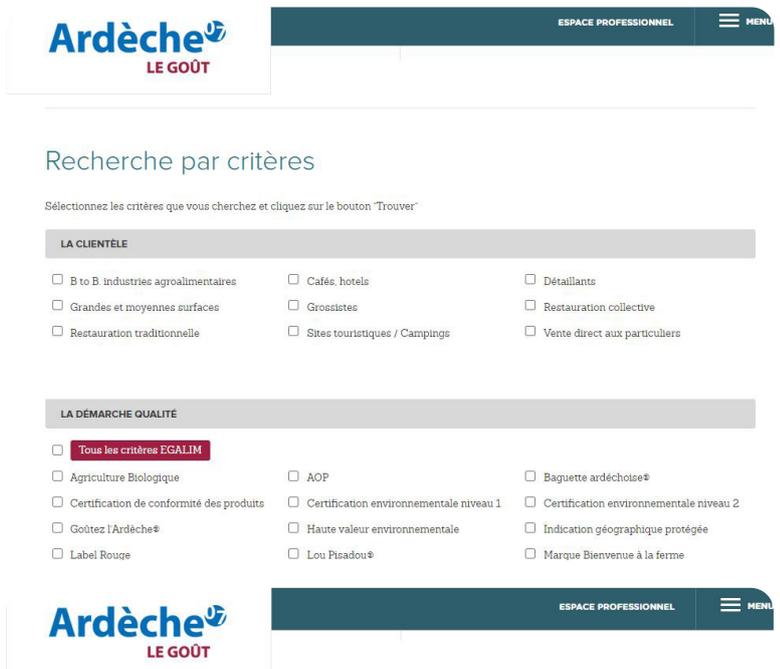
Regroupant une information qualifiée, actualisée et centrée sur l'offre agroalimentaire en Ardèche, l'annuaire professionnel a été conçu pour vous aider à vous faire connaître et à identifier les professionnels proches de chez vous.

QUEL INTERET DE S'INSCRIRE ?

- Pour avoir une vitrine sur internet sécurisée, maîtrisée et personnalisée
- Pour multiplier vos chances d'être contacté par des prospects
- Pour avoir accès à une source d'information actualisée et qualifiée
- Pour générer gratuitement des fiches de présentation de mon entreprise (exportation gratuite en PDF de chaque fiche entreprise)
- Pour être référencé sur internet et géo-localisé
- Pour être identifié comme membre du réseau de l'agroalimentaire de son territoire

LES AVANTAGES

- Son utilisation nécessite une simple inscription gratuite de l'entreprise
- C'est la seule plateforme de mise en relation de l'ensemble du secteur agroalimentaire ardéchois
- Chaque entreprise dispose d'une page personnelle pour valoriser son entreprise et ses produits
- Chaque entreprise est géo-localisée pour permettre un approvisionnement de proximité
- Pas besoin de mot de passe pour utiliser la plateforme : tous les acheteurs (restaurateurs, distributeurs, entreprises, consommateurs) peuvent la consulter.





L'ARDÈCHE ET LA QUALITÉ S'INVITENT AU MENU



© Agence Basalte - Ardèche le goût - Jean Delmarty (Département de l'Ardèche) - Philippe Fournier - Shutterstock - iStock

Centre du développement agroalimentaire "Ardèche le goût" - 04 75 66 97 50

Votre contact : Sandra Teyssier - steysier@ardechelegout.fr

PROGRAMME NATIONAL
POUR L'ALIMENTATION
TERRITOIRES
EN ACTION


PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ardèche
LE DÉPARTEMENT