Mission d'accompagnement du
PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL
Du Grand Clermont et PNR Livradois-Forez

Compte rendu Atelier Thématique :
Axe Distribution / Restauration hors domicile (Collective)
PAT Grand Clermont – PNR Livradois-Forez
20 Décembre 2017

Rédaction :

Isabelle MEIFFREN et Eloïse DESCAMP (Solagro) Cécile POUSSARD (Grand Clermont)

Ce projet est co-financé par l'Union Européenne. L'Europe s'engage en Auvergne-Rhône-Alpes à travers le fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER)

Sommaire

1. Introduction /Point d'étape sur le PAT 3
2. Rappel des objectifs du PAT en matière de restauration collective 3
3. Témoignages : Agrilocal 63 et Auvergne Bio Distribution (synthèse des exposés) 3
4. Synthèse du diagnostic 7
4.1 Analyse AFOM du territoire en matière d'introduction des produits « locaux » et de qualité en restauration collective 7
4.2 Identification des enjeux et leviers 7
5. Synthèse des contributions par enjeu (propositions d'action) 8
5.1 Synthèse des propositions d'actions formulées lors de l'atelier « Distribution et restauration collective. 8
5.2 Restitution et échanges autour des différents enjeux et actions proposées 9
6. Premier vivier d'acteurs identifiés 11
7. Annexe 1 - Les contributions des participants, les post it 12
8. Annexe 2 : Liste des participants 12
9. Pour poursuivre la co-élaboration du PAT 14

1. Introduction /Point d'étape sur le PAT

Cet atelier « Distribution / restauration hors domicile (dite aussi « collective ») est le 6ème et dernier atelier « Thématique ».

La question de la distribution des productions locales aux ménages a été traitée dans un atelier spécifique « distribution individuelle ».

Objectifs de l'atelier « distribution à destination de la restauration collective » :

- approfondir la compréhension des enjeux et des leviers à mobiliser
- identifier des actions pour alimenter le PAT.

L'atelier a été introduit par la présentation de deux « outils » de mise en relation des producteurs et des acheteurs de la restauration collective.

- la plateforme Agrilocal63
- la coopérative Auvergne Bio Distribution

Les diaporamas de présentation et témoignages sont joints à ce compte rendu.

2. Rappel des objectifs du PAT en matière de restauration collective

- Augmenter la part de produits de proximité et de qualité
- S'impliquer dans l'analyse des besoins /agir sur la transformation et la distribution
- Développer des interfaces producteurs/consommateurs.

3. Témoignages : Agrilocal 63 et Auvergne Bio Distribution (synthèse des exposés)

Agrilocal63 (exposé de Nicolas Portas, chef de service agriculture et forêt, Conseil départemental Puy de Dôme).

Plateforme internet de mise en relation (d'intermédiation) entre acheteurs publics et fournisseurs de produits, développée par le département du Puy de Dôme depuis 2012.

➔ Cette plateforme a été conçue pour privilégier les productions locales.

Elle permet :

- aux producteurs « locaux » de répondre rapidement et d'avoir accès aux marchés publics,
- d'éviter que la plus-value de la production locale ne se perde dans les différents maillons de la chaîne,

- de respecter le code des marchés publics, de garantir la sécurité juridique tant pour les « acheteurs » que pour les « fournisseurs ».
- d'assurer une traçabilité et la garantie d'origine des produits

Cette plateforme anticipe par ailleurs la dématérialisation totale des marchés publics, obligatoire pour 2020.

NB : il n'y a pas de définition réglementaire du caractère « local » d'un produit mais pour la plateforme, le local est ce qui est produit et (éventuellement) transformé dans le département ou les départements limitrophes. Les critères de qualité sont choisis et sélectionnés par les acheteurs.

Les marchés sont passés en procédure adaptée (90 000 euros), par type de produits identifiés sur le territoire (34 familles de produits homogènes).

Les productions sont « géolocalisées ».

Tous les acheteurs publics peuvent s'inscrire sur la plateforme, ainsi que certains acheteurs privés (restaurants d'entreprise, secteur touristique…).

Agrilocal 63 se rapproche également des centres de loisirs…La diversité des utilisateurs permet d'avoir de la demande tout au long de l'année, pas uniquement pendant les périodes scolaires.

Les producteurs « transformateurs » sont également référencés sur la plateforme. La philosophie de la plateforme : inclure tous les acteurs de la chaîne, y compris des artisans, des bouchers etc.

Outil simple d'utilisation : depuis 2016, les marchés sont annualisés ce qui permet de mieux prévoir les commandes.

Intérêt pour le département : avoir une image des flux assez précise qui permet d'adapter le dispositif aux contraintes locales et permet également d'ajuster les politiques agricoles du conseil départemental.

Importance de l'animation pour :

- faire tomber les préjugés des acteurs publics.
- convaincre toute la chaîne décisionnaire, travailler avec toutes les parties prenantes (les élus, les services « marchés », proviseurs, cuisines…).
- ne pas oublier qu'il y a beaucoup de turn-over au sein des services de restauration des collectivités.

Il est également nécessaire :

- de proposer des formations collectives aux acheteurs pour les marchés à bons de commande,
- mener des actions de promotion auprès du grand public (élèves, parents, grand public) pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux de la préservation des filières locales, et d'évolution des pratiques alimentaires : 5 opérations départementales + relais par le réseau national

Le système est plus ou moins intéressant financièrement selon les produits. Il faut donc analyser le bilan financier « globalement ». L'opération montre que le local n'est pas forcément plus cher (un argument à porter auprès de la commande publique).

En lien avec le référencement des produits, un travail de clarification des coûts a été mené avec la Chambre d'agriculture et la FRCIVAM pour aider les producteurs à analyser/objectiver leurs coûts de production et donc de commercialisation.

En pratique, ce sont les acheteurs qui choisissent leurs critères de sélection, construisent leur cahier des charges et choisissent leurs fournisseurs (la plateforme rassemble « les offres »).

Il y a un accompagnement d'Agrilocal pour les premières commandes / ou renouvellement des marchés.

La plateforme permet aux acheteurs de suivre leurs commandes (produits, montants) sur plusieurs années (outil de suivi).

Agrilocal63 c'est à ce jour :

- 190 acheteurs référencés
- 256 fournisseurs / dont 205 producteurs
- 88 % des commandes destinées à la restauration collective.
- 1 animateur à temps plein pour faire vivre la plateforme avec les acteurs (Chambre d'agriculture, Civam etc.)
- Un travail de sensibilisation et de formation à l'utilisation de la plateforme
- Un travail de suivi et de maintenance informatique qui est assuré par le réseau national Agrilocal

Les perspectives

La création spécifique d'une plateforme pour les restaurants privés ainsi qu'un volet dédié aux « centres de loisirs ».

La question du « surgelé » : le sujet a fait débat : *« la plupart des établissements travaillent avec des produits surgelés. Comment dans ce contexte introduire du local (frais ? peu ou pas transformé ?) étant entendu que le « transformé » et le « surgelé » y compris industriels ne sont pas toujours synonymes de mauvaise qualité. De même, acheter un produit « local » n'est pas une garantie de qualité ».*

Les limites de la plateforme :

Pour les plus petites communes/structures :

« Il n'est pas toujours facile pour les producteurs de multiplier les points de livraison (trop petits volumes). Le côté administratif reste lourd, il y a un enjeu d'allégement de la démarche.

Toutes les productions ne sont pas accessibles en volumes suffisants (les fruits et les légumes par exemple)»

A noter également :

Les sociétés prestataires privées (type Sodexo) n'ont pas accès à la plateforme (qui travaille uniquement avec les établissements en régie directe).

Quelle articulation entre la plateforme et le PAT :

La plateforme est un outil de dialogue et qui peut donner de la lisibilité aux producteurs sur les attentes locales et les besoins d'orientation des productions.

Auvergne Bio Distribution (Nathalie Carthonnet, directrice, membre de l'équipe fondatrice)

Une SCIC (Société coopérative d'intérêt collectif) née il y a 10 ans.

Objectif : Réunir les produits biologiques du territoire pour les diriger vers la restauration collective.

- tous types de restauration collective, y compris les sociétés prestataires (type Sodexo etc.) lorsque il y a des exigences d'inclusion du bio ou local dans les repas.

Missions

- Distribution et structuration des filières et du territoire : de plus en plus de produits proposés
- Accompagnement des établissements à l'élaboration des menus, aux aspects nutritionnels et aux questions de santé associées au « bio »
- Mutualisation de la logistique, organisation des livraisons

Si le territoire ne fournit pas suffisamment, Auvergne Bio Distribution s'approvisionne dans d'autres régions (Bretagne par exemple). Cela permet d'avoir localement une lecture de la demande et de l'offre disponible.

Auvergne Bio Distribution à ce jour c'est :

- 220 clients sur toute l'Auvergne
- différentes fréquences d'achat (organisation d'1 repas bio par mois/semaine/an)
- introduction progressive d'ingrédients bio.
- 1 500 000 euros de chiffre d'affaires,
- 70% local mais 100 % auvergnat pour la viande et le lait.
- environ 20% de marge

La plateforme est financièrement autonome, ce qui est rare en France.

Perspectives de développement : depuis 6 mois-1 an on observe une explosion de la demande

- Perspectives compliquées. Disparition d'outils qui permettaient d'introduire des produits bio dans les lycées.
- Beaucoup de demandes : Comment la production et la transformation vont elles suivre ?

La seule ligne non présente avant 2016 est celle des surgelés, impossible à livrer sur un territoire comme l'Auvergne. Mais c'est tout de même un avantage dans les périodes de pic de production, et quand il y a une forte demande de la restauration collective.

Auvergne Bio Distribution a toutefois passé un accord avec un prestataire pour les livraisons de produits surgelés sur le territoire. *« Attention : il n'y a pas de produits « locaux » en surgelés, il est également difficile d'avoir des produits français surgelés ».* Impossible par ailleurs pour une plateforme de compter uniquement sur les produits locaux. *« Notre métier, et notre priorité, c'est d'assurer les livraisons, si possible avec des produits locaux, nous devons éviter la rupture d'approvisionnement pour le client »*

Pour un producteur qui met en place son activité, la plateforme est une béquille. C'est également une opportunité à la diversification des productions.

Au début, l'offre ne correspondait pas du tout à la demande de la restauration collective. Il a fallu faire venir des chefs de cuisine sur les exploitations, pour installer le dialogue et sortir des préjugés.

Les questions qui ont fait débat pendant l'atelier :

- la question de la surgélation, congélation, et transformation
- la question des cuisines : absence de légumerie, mais les prix de création sont très élevés

    - la tendance semble aller en France vers les produits en 4ème gamme (produits crus prêts à l'emploi : lavé, épluché, râpés, prêts à cuire…) mais ces produits restent très chers par rapport au surgelé qui est lui devenu très compétitif…
    - le surgelé aurait aussi l'avantage de répondre aux fluctuations des effectifs…
- la problématique des volumes en pain et boulangerie « bio »

Sur le plan logistique :

Tous les produits ne passent pas forcément (physiquement) par la plateforme. Il y a un système de livraisons directes pour les producteurs qui peuvent le faire (camions de livraison).

Remarque sur les coûts : il faut assurer un « coût matière » minimum pour assurer des repas de qualité. Il est possible de réduire les coûts en jouant sur les produits commandés : ex moins de produits carnés, ajustement des quantités, lutte contre le gaspillage, …

4. Synthèse du diagnostic

La démarche d'élaboration du PAT n'intègre pas d'étude prospective sur les maillons « distribution ». C'est donc un diagnostic de premier niveau qui a été présenté ici. Il a été nuancé et amendé par les participants.

4.1 Analyse AFOM du territoire en matière d'introduction des produits « locaux » et de qualité en restauration collective

- Atouts : multiplication des politiques et initiatives structurantes, avec des outils opérationnels
- Faiblesses : difficulté de concilier offre et demande pour certaines productions (Maraîchage notamment), manque d'organisation côté producteurs, manque de « structures » de transformation et de logistique territoriales
- Opportunités : les nouvelles réglementations, et des attentes sociétales de plus en plus fortes
- Menaces : la pression des prix bas, le manque de transparence dans la construction des « prix », les cuisines inadaptées aux évolutions induites par le frais, local, de saison, etc.

4.2 Identification des enjeux et leviers

Un certain nombre d'enjeux ont été identifiés lors de la première plénière (octobre 2017).

- Faciliter la commande publique, stimuler la commande privée
- Créer et mutualiser des outils (transformation et logistique), préparation, stockage, conditionnement, tri,
- Augmenter les volumes de production (semi-gros)
- Réapproprier les savoirs faire en cuisine collective
- Communiquer sur les coûts et les surcoûts

Les participants ont complété ces enjeux, en insistant sur les enjeux :

- de « planification » (qui permettrait à tous les maillons d'avoir de la visibilité à plus long terme, en particulier aux agriculteurs)
- de réduction des gaspillages, compte tenu de son ampleur et de son coût (pour la collectivité, pour la société).

5. Synthèse des contributions par enjeu (propositions d'action)

4 groupes ont été constitués pour proposer des actions autour des 4 enjeux qui ont été précisés en séance, collectivement :

- La création et la mutualisation des outils
- Le changement des pratiques, la réappropriation des savoirs faire, la réduction des gaspillages
- L'accès à la commande publique et privée, la communication sur les coûts et surcoûts
- La planification et l'augmentation des volumes (semi-gros)

Les contributions constituent la matière première du plan d'action du PAT, elles seront ensuite partagées et priorisées lors de la plénière 2, en février 2018, au regard des objectifs globaux du PAT et des moyens alloués (humains et financiers).

5.1 Synthèse des propositions d'actions formulées lors de l'atelier « Distribution et restauration collective.

Méthodologie de travail adoptée pour cet atelier

Séquence 1 : Constitution de groupes d'échanges par enjeu et propositions d'actions associées.

4 tables de conversation pour 4 enjeux

Discussion : 30-40 minutes

Séquence 2 : Restitution et discussions sur les propositions des différents groupes de travail.

Les actions *en italiques* sont des actions à initier.

Les autres actions sont déjà en partie ou en totalité existantes et/ou à développer.

Celles qui seront retenues dans le projet de plan d'action du PAT à l'issue de la plénière 2, devront être définies plus précisément (portage, durée, moyens humains et financiers etc.).

Synthèse des propositions d'action (voir aussi tableau des post it en fin de document).

Toutes les propositions sont rapportées, y compris les propositions « opposées » ou celles qui ne sont pas des propositions opérationnelles.

Actions à initier

1. *Etudier la faisabilité d'une plateforme d'approvisionnement en produits locaux « non bio » sur le modèle d'Auvergne Bio Distribution*
2. *Créer des légumeries en capacité de faire de la prestation de services (Modèle CCAS de Clermont)*
3. *Lancer une étude de faisabilité sur la création d'une unité locale de surgélation*
4. *Créer un Kit des acheteurs (adapter les menus, planifier les achats)*
5. *Création d'une (ou plusieurs) unités de préparation des légumes pour la restauration (congélation)*
6. *Décloisonner les liens hiérarchiques des établissements sous double « tutelle » : lycées agricoles par ex. (Région et Draaf)*
7. *Identifier, inventorier les restaurants d'entreprises*

8. *Poursuivre les diagnostics gaspillage alimentaire et mettre en avant les marges de manœuvre financières générées par la réduction des gaspillages (coût du gaspillage)*
9. *Communiquer, former sur les différents modes de gestion des cuisines collectives publiques, valoriser les « bons exemples » du territoire, sur la base de critères bien définis*
10. *Identifier les besoins de stockage sur les fermes en diversification maraîchage*
11. *Connaître, communiquer sur les filières « manquantes » et questionner les échelles de développement possible de ces filières.*
12. *Créer une feuille de route stratégique diversification « Arboriculture, maraîchage, … » autour de quelques productions prioritaires, en capacité de « faire du volume ».*

Actions à consolider :

1. Appuyer /promouvoir/faire connaître Auvergne Bio Distribution
2. Poursuivre la sensibilisation et la formation des acheteurs et des cuisiniers
3. Démultiplier les expériences : self collaboratifs des collèges, lycées, écoles, démarche « mon restau responsable »
4. Promouvoir, valoriser les outils qui facilitent la commande publique durable (Localim, agrilocal63). http://draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Localim-la-boite-a-outils-des
5. Amplifier le déploiement du maraîchage, notamment en bio (structures de conseils).

5.2 Restitution et échanges autour des différents enjeux et actions proposées

Créer et mutualiser des outils :

L'enjeu de l'information et de la formation des acteurs est centrale : il faut créer/diffuser un kit des acheteurs, des menus, former les cuisiniers (adapter les menus, planifier les achats)…

Outil existant : Auvergne Bio Distribution : à soutenir, à faire connaître, même si il n'a pas vocation à intervenir sur tous les produits

Il conviendrait de penser à la création d'un équivalent sur des produits non bio mais locaux.

Aujourd'hui les outils de distribution sont nationaux voire internationaux, il faut faire émerger de nouveaux acteurs pour gérer cette question de logistique à l'échelle territoriale.

Il faut également imaginer des dispositifs mutualisés : ex. la légumerie du CCAS de Clermont : une réflexion est en cours pour approvisionner les cantines de Clermont, mais elle a peut-être vocation à faire de la prestation de services.

Surgélation : il faudrait faire une étude de faisabilité pour créer une unité de surgélation.

Faciliter l'accès à la commande publique et privée, communiquer sur les coûts et surcoûts

Y a t-il réellement un surcoût à approvisionner la restauration collective avec des produits locaux et/ou bios ?

L'achat par groupement pourrait peut-être permettre de réduire les coûts d'achat. Attention toutefois que ça ne rende pas plus compliquées les procédures d'appel d'offre et que ça ne barre pas l'accès aux producteurs locaux. Il serait intéressant de voir comment fonctionne le Groupement d'achat des Dômes.

Pour réduire les coûts la mutualisation des cuisines (mutualisation du personnel, du matériel etc.) pourrait être envisagée (mais discuté dans un autre enjeu).

Le premier levier pour faire baisser les coûts est la lutte contre le gaspillage :

- Il faut **communiquer** et sensibiliser sur cet élément, montrer combien coûte le gaspillage ou quel pourrait être le gain financier à réduire le gaspillage. L'argent économisé pourrait servir à acheter des produits de meilleure qualité ou du matériel de cuisine pour équiper les cantines.
- Il faut **poursuivre les diagnostics** déjà menés par certaines structures sur le territoire.
- Il faut **encourager le développement des selfs collaboratifs**

Commande publique :

Le levier principal pour faciliter la commande publique est **l'accompagnement, formation, sensibilisation des élus et des équipes techniques** (elles doivent modifier leurs habitudes). Cette formation/sensibilisation doit porter principalement sur :

- L'alimentation durable (en lien avec la thématique du gaspillage alimentaire)
- Le fonctionnement des appels d'offre, les marges de manœuvre dont disposent les collectivités, ce qui peut être écrit ou non, de quelle manière il est possible d'allotir etc. La boîte à outils Localim existe déjà, il faudrait voir si le contenu correspond aux besoins, la faire connaître et la diffuser.
- Les différents modes de gestion de la restauration collective qui existent (gestion directe, déléguée à une société de restauration collective etc.) et faire connaître les marges de manœuvre pour chaque cas (ce qui peut être indiqué dans un contrat etc.)

La sensibilisation, l'information pourrait passer par la **mise en avant de « bons exemples ».** Mais pour cela il faut identifier quels sont les indicateurs qui permettent de dire qu'il s'agit d'un « bon exemple » (taux de produits locaux, taux de produits bios, coût de revient d'un repas etc.?). Il faut également être vigilants et trouver une manière de valoriser ces exemples sans stigmatiser les autres.

Stimuler la commande privée :

Il faut commencer par **identifier les entreprises du territoire qui ont des cantines importantes** et identifier qui sont les personnes ressources, les bons interlocuteurs dans ces entreprises. Il faut ensuite les **associer à la démarche, les sensibiliser.**

Eléments complémentaires :

La ville de Clermont Ferrand prépare 5000 repas par jour (repas identiques). L'association ANIS Etoilé et Auvergne Bio Distribution les ont aidés à allotir leurs marchés pour pouvoir travailler avec des produits locaux et/ou bios.

Le dispositif « Mon restau responsable » peut être mis en place pour de la restauration publique et de la restauration privée.

La boîte à outils « Localim » a été mise en place par le Ministère de l'agriculture. Elle comporte 8 fiches méthodologiques et 6 fiches filières **à destination des acheteurs publics de la restauration collective en gestion directe pour accompagner le développement de l'approvisionnement local et de qualité.**

<u>Le changement des pratiques, la réappropriation des savoirs faire, la réduction des gaspillages</u>

Question de la mutualisation des pratiques : il faut trouver des espaces pour mutualiser les expériences de chacun.

Renforcer les actions existantes, démultiplier les expériences (ex les selfs collaboratifs dans les collèges, lycées et écoles maternelles : le recul est suffisamment important pour dupliquer ces actions).

Attention : On n'arrivera pas à mettre en place toutes ces actions si la notion de projet n'est pas clairement explicitée à l'ensemble des acteurs de la démarche. Nécessité de partager les informations des décideurs jusqu'aux mangeurs.

Il y a également des obstacles administratifs à passer : exemple des lycées agricoles qui ont des intervenants qui dépendent de la DRAAF et d'autres du Conseil régional…

Planification et augmentation des volumes

Les échanges ont en partie porté sur la création des filières « manquantes » : fruits et légumes notamment.

En ce qui concerne, les fruits, *« cela fait des années que l'on dit qu'il faut développer une filière fruits sur le territoire, et que l'on n'avance pas »*. Pourquoi ? « On pense que c'est possible, notamment sur les zones intermédiaires de piémont, même si ces productions sont « risquées » et rentrent dans des stratégies de long terme ».

La question de la prise de risque peut être contournée via la création d'ateliers mixtes « fruits et volailles par exemple », sans oublier les « petits fruits ».

Il a été rappelé qu'il y avait des variétés de pommes réputées sur le territoire autrefois ce que confirme le conservatoire des espaces naturels : *« Le Puy-de-Dôme occupait en 1930, le premier rang des départements producteurs de pommes. Les vedettes de l'époque s'appelaient Canada d'Auvergne et Armoise dans les « vallées fruitières » descendant des reliefs de l'ouest, et Feuillue et Comte sur les collines du Livradois ».* http://www.cen-auvergne.fr/-vergers-.html

En ce qui concerne le maraîchage, une diversification sur ces nouvelles productions peut être envisagée mais de manière mesurée : il faut inciter les producteurs à se diversifier tout en s'orientant vers les variétés les plus demandées sans tomber dans de l'hyperdiversification.

Le point accueil « installation » pourrait être un sas de diffusion de conseils à ne pas négliger, de promotion des lignes directrices du projet PAT.

Il y a un manque très clair de technicien en maraîchage hors bio. La question du stockage est également cruciale en maraichage, il y a peu de capacités de stockage sur les fermes et donc une nécessité de vendre rapidement. Il y a à priori des aides dans le cadre de programmes diversification. Voir s'il faut faire un état des lieux de l'existant et des besoins éventuels.

Les participants soulignent le manque d'organisation collective des producteurs pour les productions de plein champ (légumes tels que les oignons) alors qu'il y a une plus-value potentielle réelle. La question d'une filière ail a également été posée.

D'aucuns soulignent le manque de vision sur le long terme, la nécessité de savoir « quelles seront les productions prioritaires pour les prochaines années, avec quelle sécurité de rémunération ».

La question des échelles est également importante, et doit être posée en permanence, pour prendre en compte la diversité des échelles possibles de planification : local, territorial, régionale.

6. Premier vivier d'acteurs identifiés

- CPIE Clermont Dômes
- Labo Terana du conseil départemental
- La charrette http://lacharrette.org/
- Point accueil installation
- Organisations professionnelles agricoles et administrations
- ….

7. Annexe 1 - Les contributions des participants, les post it

Post it	ROSE (Acteurs à identifier, à mobiliser)	VERT (actions à consolider, massifier)	JAUNE (actions à initier)
Créer et mutualiser des outils	La charrette.org (blabla car des producteurs)		Former les cuisiniers aux menus en fonction des productions et surplus, planification des achats
	Plateforme existantes		Création d'un Kit de l'acheteur en produits locaux, Kit menus /Mutualisation de l'information
	Collectivités		Mutualisation des commandes pour les plus petites structures (max 60 repas)
			Se rapprocher d'exemples d'ateliers de transfo de légumes existants
			Etude sur plateformes logistiques réparties sur le territoire
			Soutenir le projet de légumerie du CCAS de Clermont
			Etude de faisabilité sur une unité de surgélation
			Créer une plateforme équivalente "Auvergne Bio" mais pour les produits non "bio" mais locaux.
		Faire connaître, soutenir Auvergne bio distribution	Rapprocher les structures SYAM (illisible)
Ré-appropriation des savoirs faire en cuisine collective, réduction des gaspillages	CPIE Clermont Dômes	Sensibiliser les acteurs au projet (PAT)	Formation sur la saisonnalité des productions / et qualité organoleptique / composition des menus adaptés à culture, mode, éthique, ..
	Labo CD 63 : http://www.puy-de-dome.fr/territoires/environnement/laboratoire-terana.html	Renforcer les acteurs, structures existantes / étendre les self collaboratifs "anti-gaspi (ex des collèges du puy de Dôme) à tout le territoire	Identifier les filières de recyclage des déchets alimentaires
	Associer très en amont tous les personnels concernés de la chaîne "restauration collective	Formation action pour les cuisiniers sur le fait maison / et autre / utilisation du temps"	Recenser les meilleures pratiques en "frais" / succès rencontrés auprès des convives
	Mairies, CCAS, collèges, lycées, ..		Mettre à disposition des gestionnaires des "outils pour réduire le gaspillage alimentaire
Communiquer sur les coûts et surcoûts, faciliter la commande publique et privée			Utiliser la boîte à outils LOCALIM (Draaf)
	DRAAF	Former les cadres (comptables, dirigeants, gestionnaires, cuisiniers, aux enjeux de l'alimentation durable	Mutualiser les outils de l'économie fonctionnelle et de la coopération
	collectivités locales	Diagnostic alimentaire pour identifier les marges de manœuvre financières mobilisables pour le local, le bio, la qualité...	Organiser des visites chez les producteurs à l'attention des responsables de cantines d'entreprises pour faire connaître les productions.
	CPIE Clermont Dômes	Aide financières des collectivités pour les structures d'appui aux acteurs dans la formalisation des appels d'offres.	Recenser les "grands" restaurants collectifs (entreprises)
	ATEMIS (laboratoire de recherche ?), MACEO	Création de structures de transformation locales dédiées à la restauration collective	
	Groupement d'achat des Dômes		
Planification, semi-gros	Chambre régionale d'Agriculture	S'appuyer sur le point accueil installation pour promouvoir et orienter les projets de diversification autour des productions les plus demandés (éviter	étudier les potentialités de créations de vergers dans les zones intermédiaires
	Point accueil installation		étudier les potententialités systèmes mixtes (ateliers "fruits" et volailles par exemple)
			recenser, identifier les besoins en semi-gros
		Répondre aux besoins de conseils en maraîchage (bio, non bio)	
		Appuyer les démarches coopératives/collectives pour les productions de plein de champs	

8. Annexe 2 : Liste des participants

Crevel	Aurélie	Bio63
Carthonnet	Nathalie	Auvergne Bio Distribution
Fritzen	Maxime	Valtom
Chignier-Dupland	Jean-Luc	CCAS Clermont Ferrand
Augier	Nicole	Direccte63

Bonnet	Nicolas	Adjoint au maire de Clermont-Ferrand
Lacroix	Dominique	Clermont Auvergne Métropole
Leonard	Stéphane	Porteur de projet / élu St Georges sur Allier
Boudellal	Karim	Cantine de Lezoux
Anyely	Christine	Cantine de Lezoux
Morand	Catherine	Adjointe maire de Lezoux
Trognon	Laurent	AgroParisTech
Poussard	Cécile	Grand Clermont
Guillot	Nathalie	VP Mond'Arverne Communauté
Hannoteaux	Janick	SIGEP Glaine Montaigut
Testu	Julien	CPIE Clermont Dômes
Clair	Etienne	PNR Livradois-Forez
Garbil	Olivier	CFPPA Marmilhat
Chabrolles	Françoise	DRAAF Aura
Marquet	Pascal	DDPP63
Broussely	Jean-Claude	CNFPT
Buche	Jean Pierre	VP Grand Clermont
Ollivier	Erwan	Limagrain
Greliche	Eric	Agriculteur
Charlat	Jean-Michel	Maire Billom
Fournols	Véronique	CC Brioude Sud Auvergne
Sauvan	Eliane	Vieille Brioude
Meyroneinc	Julien	CD63
Portas	Nicolas	CD63
Prouhèze	Jérôme	Grand Clermont
Fialla	John Cyril	AgroParisTech

9. Pour poursuivre la co-élaboration du PAT

Les participants aux ateliers peuvent détailler leurs propositions émises lors des ateliers via les fiches actions/mesures.

Un modèle est joint à ce compte rendu.

Les fiches remplies, au format électronique de préférence, sont à renvoyer au Grand Clermont à c.poussard@legrandclermont.fr