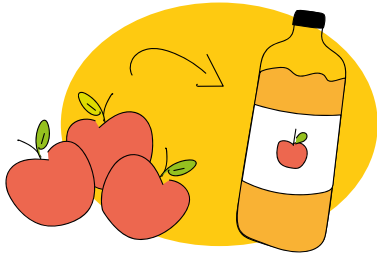


Ateliers de transformation de proximité



- Gestion de petits volumes et de produits non standardisés
- Adaptabilité aux contraintes des producteurs locaux et de leurs clients
- Travail à façon (jus, coulis, mise sous vide...)
- Méthodes artisanales : produits sans additifs, les plus naturels possibles



Parties prenantes et fonctionnement

Elles peuvent être nombreuses : agriculteurs, collectivités (soutien financier, technique, politique), structures d'accompagnement sur des sujets techniques et économiques ou autres acteurs de la filière (distributeurs).

Insérés dans la filière, les ateliers de transformation travaillent avec les agriculteurs pour les matières premières et avec leurs clients : plateformes de distribution, collectivités, consommateurs...

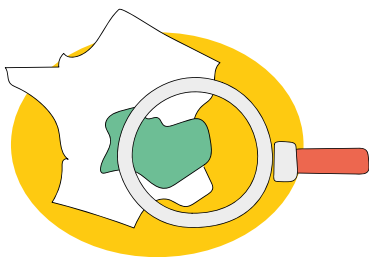
De quoi s'agit-il ?

Les ateliers de transformation de proximité (légumeries, fromageries, conserveries, abattoirs...) transforment des matières premières agricoles brutes en produits transformés. Ils réalisent des opérations comme le lavage, le tri, la découpe, la cuisson, l'affinage, le conditionnement...

Leur objectif :

- Faciliter l'usage du produit par un tiers : légumes 4^{ème} gamme (carottes épluchées, découpées en rondelles, viande...)
- Créer de nouveaux produits à partir de matières premières (confitures, yaourt...)

Ces transformations, étapes clés de l'organisation d'une filière, sont nécessaires pour de nombreux produits.



Impacts sur le territoire et le système agri-alimentaire

- **Création et captation de valeur ajoutée :** la transformation génère une plus-value économique réinvestie localement

Exemple :

> lait vendu brut 0,51 €/L

> lait transformé en yaourt
et vendu à la ferme 3,40 €/L

- **Mutualisation des ressources :** outils, récoltes, main d'œuvre, administratif...
- **Création d'emplois non délocalisables :** main d'œuvre nécessaire au bon fonctionnement de l'atelier
- **Débouchés fiabilisés :** une sécurité pour les agriculteurs
- **Meilleure rémunération pour les producteurs :** une réflexion sur la juste répartition de la valeur
- **Dynamisation du territoire :** attractivité accrue (création de services de proximité, d'emplois...)



Interactions avec les autres moyens

- **Plateformes de distribution de produits locaux** qui peuvent être un partenaire, un client
- **Contractualisation :** pour réguler les relations avec leurs agriculteurs partenaires, garantir un prix juste et équitable

Marques et labels



De quoi s'agit-il ?

Les marques et labels sont des outils de communication valorisant la qualité des produits (goût, origine, environnement, éthique) auprès du grand public.

En mettant en évidence une démarche, ils permettent de se faire connaître des consommateurs, de gagner en visibilité, voire de générer une plus-value.

Les produits labellisés ou agréés dans le cadre d'une marque / label répondent à des critères écrits, validés et formalisés dans un cahier des charges commun :

- Qualité et provenance des matières premières
- Transformation
- Respect de l'environnement
- Partage équitable de la valeur

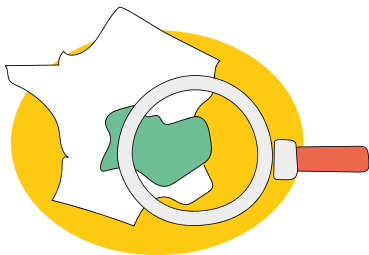
Ces engagements renforcent la confiance des consommateurs, prêts à payer plus cher pour des produits locaux et de qualité.



Parties prenantes et fonctionnement

Les marques et labels rassemblent des adhérents issus de la filière alimentaire et des acteurs du territoire, tous engagés dans une démarche de valorisation du terroir :

- Producteurs
- Transformateurs (artisans, industries agroalimentaires)
- Distributeurs
- Structures départementales fédérant autour de l'alimentation
- Collectivités territoriales



Impacts sur le territoire et le système agri-alimentaire

- **Dynamisation du territoire :**
les marques territoriales participent à l'économie locale, favorisent la création d'emplois et génèrent de la valeur ajoutée.
- **Notoriété et tourisme :**
les produits de marque valorisent le terroir.
Plébiscités par les touristes, ils contribuent à l'attractivité locale et à la renommée du territoire.
- **Meilleure rémunération / équité :**
certains labels favorisent une répartition plus juste de la valeur.
- **Création de valeur ajoutée :**
porteurs de valeurs, les produits labellisés ou vendus sous une marque peuvent être vendus un peu plus cher.
Cette démarche de qualité répond aux attentes des consommateurs, demandeurs de produits respectueux des Hommes et de l'Environnement.

Les plateformes de distribution



De quoi s'agit-il ?

Interface unique au service des agriculteurs et des professionnels de l'alimentation, les plateformes de distribution sont nées d'un double constat :

- **Côté agriculteurs :**
peu familiarisés avec les exigences de la restauration collective (plans sanitaires, fiches techniques, marchés publics...), des déplacements peu rentables
- **Côté professionnels de l'alimentation :**
contraints par des normes sanitaires, débordés par la gestion de multiples fournisseurs

Les plateformes de distribution répondent aux besoins logiques, administratifs et commerciaux :

- Une offre la plus large possible en produits locaux
- **Pour les agriculteurs :**
1 seul point de livraison
- **Pour les professionnels de l'alimentation :**
1 catalogue, 1 interlocuteur, 1 facture, 1 plan de maîtrise sanitaire

Leur objectif :

- Faciliter l'accès à de gros marchés pour les **producteurs locaux** (logistique simplifiée)
- Faciliter l'accès aux produits locaux pour les **professionnels de l'alimentation** (administratif simplifié)

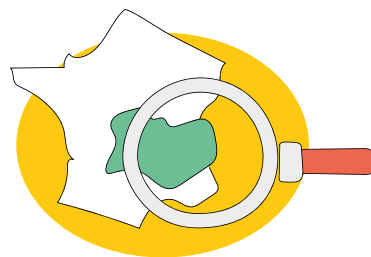


Parties prenantes et fonctionnement

Conçues pour les agriculteurs et les professionnels de l'alimentation, les plateformes de distribution reposent sur une relation partenariale forte avec les producteurs.

Elles travaillent avec eux pour trouver des débouchés locaux toute l'année et leur garantir des prix rémunérateurs (co-construits avec les producteurs ou fixés par les producteurs eux-mêmes).

Sur certaines plateformes, une planification avec les producteurs (volumes, produits, livraisons) permet aux agriculteurs d'avoir une meilleure visibilité (comptabilité, ventes...).



Impacts sur le territoire et le système agri-alimentaire

- **Mutualisation :**
logistique, administratif, récoltes
- **Création d'emplois non délocalisables :**
main d'oeuvre nécessaire au bon fonctionnement de la plateforme
- **Sécurisation des débouchés**
dans le temps
- **Meilleure rémunération**
et répartition de la valeur
- **Dynamisation du territoire :**
attractivité accrue (création de services de proximité, d'emplois...)
- **Solidarité et esprit d'équipe**
entre les adhérents et la plateforme
- **Dialogue renforcé**
entre les acteurs du monde agricole et de la restauration collective

Exemples en Auvergne-Rhône-Alpes

- Agri Court (26)
- Bio A Pro (69)
- Isère à Saisonner (38)
- 63 Saveurs (63)



Travail réalisé avec le soutien financier de :



Structure départementale fédérant autour de l'alimentation

De quoi s'agit-il ?

Les structures de gouvernance alimentaire territoriale, souvent associatives, sont issues de l'initiative conjointe :

- Du Conseil Départemental
- De la Chambre d'agriculture
- De la CCI
- De la CMA

Répondant à un objectif commun, elles dépassent les stratégies propres à chaque entité pour structurer et promouvoir une alimentation locale, de qualité et accessible à tous. Elles rassemblent agriculteurs, transformateurs (artisans ou industries agroalimentaires), distributeurs (GMS, grossistes, distributeurs spécialisés...), collectivités et acteurs de l'accompagnement.

Leur rôle :

- **Créer du lien** : accompagner les acteurs dans la recherche de matières premières ou de débouchés, favoriser les rencontres...
- **Faciliter la création d'un réseau départemental soudé** contribuant à lever les freins à la coopération entre acteurs de l'alimentation
- **Trouver des synergies entre les parties prenantes** du système alimentaire

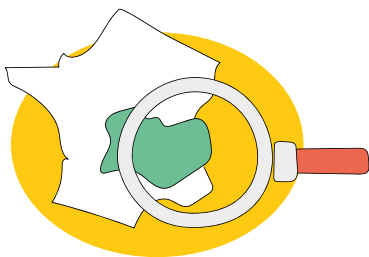
Au-delà de la restauration collective, ces structures favorisent aussi l'approvisionnement local des grandes surfaces et des transformateurs. Une démarche qui permet de soutenir un plus grand nombre d'agriculteurs du département et de toucher un public plus large (85 % des achats alimentaires se font en GMS).



Parties prenantes et fonctionnement

Ces structures rassemblent une grande diversité d'acteurs, tous mobilisés et engagés dans une dynamique collective :

- Agriculteurs
- Industries agroalimentaires
- Chambres consulaires
- Collectivités territoriales
- Distributeurs
- Etc.



Impacts sur le territoire et le système agri-alimentaire

- **Dynamisation du territoire :**
contribution à la création d'un réseau local actif
- **Augmentation de la renommée du territoire et de son attractivité touristique :**
valorisation du terroir, de son identité et de ses spécificités à travers ses produits et son agriculture
- **Création d'un effet boule de neige :**
capacité à essaimer des projets, à capitaliser sur les expériences, à générer des projets collectifs...
- **Dialogue et interconnaissance :**
lieux d'échange favorisant la compréhension mutuelle, les projets communs...
- **Esprit collectif / solidarité :**
création d'un réseau de partenaires autour de valeurs communes et d'un objectif partagé
- **Sortie des silos professionnels :**
renforcement des liens entre acteurs d'une même structure ou à différents maillons de la chaîne
- **Création d'emplois :**
accompagnement des acteurs de la filière pour contribuer à leur pérennité et favoriser le développement d'activités économiques

Exemples en Auvergne-Rhône-Alpes

- Ardèche le Goût
- Pôle Agroalimentaire de l'Isère
- Club Drômois de l'Alimentation

Contractualisation

De quoi s'agit-il ?

Un contrat est un acte d'engagement entre des parties prenantes. Il fixe trois éléments clés : **un prix, un volume et une durée**.

Il sécurise les revenus et les débouchés des agriculteurs et l'approvisionnement des acheteurs.

Dans le cas d'une filière émergente, il aide à mieux répartir les risques entre les différents acteurs.

Prix minimum garanti

Le prix des produits agricoles varie selon le cours des marchés nationaux et internationaux. Très volatile, il est impossible à anticiper.

Un contrat à long terme permet de garantir au producteur un **prix minimum**, indépendamment du marché. Il offre une garantie financière aux agriculteurs et à leurs banques en cas de besoin.



Les différents types de prix dans un contrat :

- **Prix minimum** :
prix garanti au producteur pendant la durée du contrat
- **Prix tunnel** :
fourchette de prix possible (borne minimale et maximale).
Le prix effectivement payé pourra être régulièrement revu dans la limite de ces bornes (exemple : chaque année pour le blé)
- **Critères qualité** :
ajustement du prix selon des critères définis (exemple : taux de protéines)
- **Prix en cas de déclassement** :
tarif fixé si les critères de qualité ne sont pas réunis

Engagement sur un volume et dans la durée

Le contrat précisant le volume prévu, l'agriculteur peut planifier son assolement.
À la clé : plus de visibilité sur son activité.

Il est recommandé de mettre en place un contrat sur **3 ans** pour :

- Sécuriser les agriculteurs
- Pérenniser les filières et les exploitations
- Avoir une vision à moyen terme



Parties prenantes et fonctionnement

Dans la majorité des cas, le contrat est conclu entre un agriculteur et un transformateur ou distributeur.

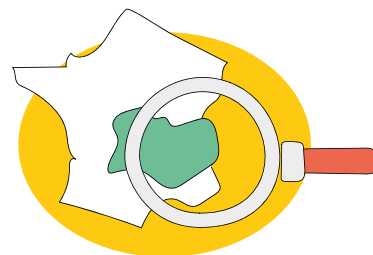
Il peut aussi impliquer trois parties (contrat tripartite).



Interactions avec les autres moyens

Les plateformes locales de distribution et les ateliers de transformation peuvent aussi utiliser des contrats pour :

- Réguler les relations avec leurs partenaires
- Répartir la valeur équitablement
- Planifier leurs besoins en approvisionnement



Impacts sur le territoire et le système agri-alimentaire

- **Sécurisation des débouchés/ approvisionnements dans le temps :**
les agriculteurs savent à l'avance qui achètera, en quelle quantité et à quel prix. Cela facilite l'organisation de leur production, réduit le stress et favorise les investissements.
- **Meilleure rémunération et répartition de la valeur :**
la notion de prix plancher et le calcul des coûts de revient permettent aux agriculteurs de vivre dignement de leur travail.
- **Esprit collectif et solidarité :**
partenaires, les signataires créent une relation durable. En cas d'aléas (récolte, marché), ils peuvent ajuster le contrat et le faire évoluer.
Dans une filière émergente, la contractualisation permet aussi un meilleur partage des risques.