

**COMMENT RENFORCER LES FILIERES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES
DE LA REGION OCCITANIE POUR FAVORISER L'APPROVISIONNEMENT
ET LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE ?
QUEL IMPACT DU e-COMMERCE SUR LES MODES DE DISTRIBUTION EXISTANTS ?**



Le Conseil Economique, Social et Environnemental Régional (CESER) est l'Assemblée consultative, instituée par la loi du 05 juillet 1972, placée au côté du Conseil Régional, avec lequel il constitue la Région.

Composé de membres issus d'organisations socioprofessionnelles diverses représentant la société civile organisée et reconnus pour leurs compétences, leur sens de l'intérêt général et leur expérience, le CESER est un lieu d'écoute, d'échange, un laboratoire d'idées pour répondre aux besoins des citoyens.

Le dialogue instauré doit permettre d'aboutir à une vision partagée de l'intérêt régional, au-delà de tout clivage.

Les avis du CESER, rendus dans le cadre d'une saisine obligatoire de la Présidente de Région ou d'une autosaisine, constituent de véritables outils d'aide à la décision publique.

**Assemblée plénière du CESER Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
11 octobre 2018**

**COMMENT RENFORCER
LES FILIERES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES
DE LA REGION OCCITANIE POUR FAVORISER L'APPROVISIONNEMENT
ET LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE ?**

**QUEL IMPACT DU E-COMMERCE
SUR LES MODES DE DISTRIBUTION EXISTANTS ?**

Avis adopté

Rapporteur : **Jean-Pierre ARCOUDEL**

**Conseil Economique, Social et Environnemental Régional
Occitanie/Pyrénées-Méditerranée**

SOMMAIRE

EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF
DE MONSIEUR JEAN-LOUIS CHAUZY,
PRESIDENT DU CESER OCCITANIE / PYRENEES-MEDITERRANEE

EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF
DE MONSIEUR JEAN-LOUIS CAZAUBON
VICE-PRESIDENT EN CHARGE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA VITICULTURE
POUR LA REGION OCCITANIE / PYRENEES-MEDITERRANEE

EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF
DE MONSIEUR PASCAL AUGIER,
DIRECTEUR REGIONAL DE L'ALIMENTATION, DE L'AGRICULTURE ET DE LA FORET DE
LA REGION OCCITANIE

AVIS
COMMENT RENFORCER LES FILIERES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES DE LA
REGION OCCITANIE/PYRENEES-MEDITERRANEE POUR FAVORISER
L'APPROVISIONNEMENT ET LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE ?
QUEL IMPACT DU E-COMMERCE SUR LES MODES DE DISTRIBUTION EXISTANTS ?

EXPLICATIONS DE VOTE

REVUE DE PRESSE

**EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF DE MONSIEUR JEAN-LOUIS CHAUZY,
PRÉSIDENT DU CESER OCCITANIE / PYRÉNÉES-MÉDITERRANÉE**

Monsieur le Directeur Régional de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt, représentant Monsieur le Préfet de région Occitanie,
Monsieur le Vice-Président de Région, Monsieur le Conseiller régional représentant Madame la Présidente de Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée,
Mesdames les Conseillères, Messieurs les Conseillers,
Mesdames, Messieurs,

Je vous souhaite la bienvenue pour cette 2^{ème} assemblée plénière de l'année 2018 consacrée à l'examen et au vote de trois projets d'avis élaborés dans le cadre d'autosaisines.

(...)

Comme je vous le disais au début de mon discours, à l'ordre du jour de cette matinée, il y a trois projets d'avis qui vont être présentés et soumis au vote, élaborés dans le cadre d'autosaisines :

- "Comment renforcer les filières agricoles et agroalimentaires de la région Occitanie pour favoriser l'approvisionnement et la consommation alimentaire locale? Quel impact du e-commerce sur les modes de distribution existants?" Ce projet d'avis réalisé par la Commission 2 "Espace et développement rural – Agri-Agro – Forêt – Bois - Alimentation", présidée par Denis CARRETIER est une autosaisine qui intègre la saisine de la Présidente de Région en date du 9 mars 2018 sur l'impact du e-commerce sur les modes de distribution existants. Le rapporteur est Jean-Pierre ARCOUDEL.

- « Quelles perspectives pour les filières pêche et aquaculture en Occitanie / Pyrénées-Méditerranée ? », projet d'avis préparé par la commission 6 "Méditerranée - Littoral - Relations internationales", présidée par Marc CHEVALLIER. Le rapporteur est Bernard PEREZ.

- « L'universitarisation des formations paramédicales en Occitanie : les infirmiers en pratique avancée », ce projet d'avis est élaboré par la commission 4 "Enseignement supérieur - Recherche – Valorisation – Transfert - Innovation" présidée par Alain RADIGALES. La rapporteure est Catherine MIFFRE.

Je tiens à remercier les présidents de commission, les rapporteurs, les conseillers des commissions concernées ainsi que les chargés de mission pour la qualité des travaux produits, dans des délais parfois contraints.

(...)

Les rapports élaborés après débats sont conformes aux cahiers des charges votés à l'unanimité par le Bureau du CESER avant le 31 janvier 2018 pour l'avis sur la pêche, après cette date pour les deux autres avis.

Pour le maintien de la politique de cohésion sociale et territoriale de l'Union européenne

Avant de vous dire quelques mots sur ces travaux, permettez-moi de souligner la promotion que nous faisons de nos premiers avis adoptés le 18 juin 2018, notamment celle de la résolution du CESER pour le maintien de la politique de cohésion sociale et territoriale de l'Union européenne. Cette résolution a fait l'objet d'un plan de diffusion exceptionnel aux autorités nationales et européennes qui en ont accusé réception.

Avant les prochaines élections européennes de mai 2019, les négociations concernant l'adoption par la Commission européenne du budget de l'Union européenne pour la période 2021-2027 devront être achevées. La réduction des crédits annoncée pour la PAC et la politique de cohésion sociale et territoriale a soulevé la légitime inquiétude des élus locaux et des acteurs du monde économique, social et environnemental et a donné lieu à une mobilisation sans faille. En effet, ces deux politiques de solidarité et de développement des territoires ont prouvé à ce jour leur efficacité : la PAC, qui a assuré à l'Union européenne jusqu'à aujourd'hui sa sécurité alimentaire, tout en développant sa puissance économique, permet de protéger et de responsabiliser les agriculteurs face à la volatilité des marchés mondiaux, de libérer le développement des entreprises agricoles et agroalimentaires et d'accompagner la transition environnementale ; la politique de cohésion qui s'appuie sur les instruments financiers que sont les Fonds européens structurels d'investissement (FEDER, FSE, FEAMP...) bénéficie à un grand nombre de thématiques sectorielles et à une typologie d'acteurs variés, irriguant et vivifiant l'ensemble de l'économie régionale.

Le Président de la République a pris connaissance de notre position et de nos inquiétudes concernant l'avenir de l'Europe après 2020, et précise que le Gouvernement est pleinement mobilisé au soutien d'une politique de cohésion simplifiée, mieux ciblée pour les territoires fragiles, au bénéfice de l'ensemble des régions et faisant la démonstration d'une Europe qui protège nos concitoyens. Cette position sera défendue auprès de la Commission européenne. Le Président de la Commission européenne Jean-Claude JUNCKER qui a été destinataire de notre avis nous informe que Mme Corina CRETU, membre de la commission en charge de la Politique régionale, étudie les différents points que nous avons soulevés afin de nous apporter une réponse. Nous ne pouvons que nous féliciter de l'intérêt porté à nos travaux. Enfin, nous avons reçu une lettre chaleureuse du Commissaire européen Michel BARNIER nous assurant de son soutien et que nous pourrions peut-être rencontrer à Toulouse en janvier 2019.

A quelques jours de la 4^{ème} université européenne de l'AFCCRE (Association française du conseil des communes et régions d'Europe) qui se tiendra les 18 et 19 octobre à Toulouse, avec notamment un atelier de travail sur « les enjeux européens pour les territoires, dialogue sur la politique européenne de cohésion et son avenir » à l'Hôtel de Région en présence de la Présidente Carole DELGA, de représentants de collectivités et des instances européennes, l'intérêt porté à notre travail est un bon signal. Je participerai à cette manifestation pour continuer à défendre notre position, dire nos inquiétudes et faire état de nos préconisations. Il s'agit là d'une ligne d'engagement qui nous lie aux habitants d'Occitanie, cela fait partie de la feuille de route qui nous oblige pour cette mandature.

La mobilisation pour une refondation de l'Europe, plus solidaire, plus protectrice, plus humaine défendant sans faiblesse les principes et les valeurs de nos traités est plus que jamais d'actualité.

Garantir un développement harmonieux et équilibré de nos territoires est important. Tous les travaux que nous menons, et ceux qui seront présentés au cours de cette séance, formulent des préconisations en faveur de domaines qui font levier sur la croissance, le développement social et le rayonnement de notre région.

L'agri, l'agro : 1^{er} secteur d'activité de la région Occitanie

Dès la mise en place de la région Occitanie fusionnant les deux ex territoires de Midi-Pyrénées et du Languedoc-Roussillon, nous savions qu'il y aurait à défendre les conditions d'un développement économique et social optimal, conscients des atouts et des faiblesses du nouveau territoire, de la diversité de son économie.

Ainsi pendant la période transitoire, le CESER débutait sa réflexion sur des secteurs clés de l'économie régionale, celui de l'agriculture mais aussi celui de la pêche, la région s'ouvrant sur la façade méditerranéenne.

2^{ème} région agricole de France, 1^{ère} région pour l'agriculture biologique, plus grand vignoble du monde, premier port de pêche de Méditerranée, première région d'Europe en signes officiels de qualité, l'Occitanie dispose d'atouts pour parvenir à l'autonomie alimentaire, pour assurer une bonne alimentation des consommateurs en produisant des produits locaux en quantité suffisante, de qualité, et ce, dans le respect de l'environnement.

En novembre 2017, le CESER Occitanie adoptait un avis sur l'agriculture intitulé "Une approche de l'agriculture en Occitanie : 1^{er} cahier"; dès ses conclusions, le CESER émettait le souhait de faire un 2^{ème} cahier sur le développement des filières agricoles et agro-alimentaires, des circuits de proximité, en s'appuyant sur les producteurs et les consommateurs, permettant à notre région de parvenir à l'autonomie alimentaire, en prenant en compte le défi du changement climatique.

Cet avis était élaboré dans le contexte des Etats Généraux de l'Alimentation (EGA) : avec un quart d'agriculteurs vivant sous le seuil de pauvreté en France, une production d'aliments générant de multiples pollutions et des émissions de gaz à effet de serre, une forte précarité alimentaire ((4 millions de personnes aidées), des problèmes de santé, un niveau élevé d'utilisation de pesticides et d'importants gaspillages et pertes dans les filières alimentaires, ces EGA - clôturés le 21 décembre 2017 - avaient pour objectif d'aborder ces problématiques afin d'amorcer le virage agro écologique de notre agriculture et de notre alimentation. Il faut une agriculture et une chaîne agroalimentaire qui préservent la santé et assurent la bonne alimentation des producteurs et des consommateurs, qui permettent de développer l'emploi et de préserver les terres agricoles.

A la clôture des EGA, le Gouvernement fixait sa feuille de route concernant la politique alimentaire, structurée autour de trois axes stratégiques : assurer la souveraineté alimentaire de la France ; promouvoir des choix alimentaires favorables pour la santé et respectueux de l'environnement ; réduire les inégalités d'accès à une alimentation de qualité et durable.

La Présidente de Région Carole DELGA, pour faire suite à ces EGA et partant du constat que les terres d'Occitanie fournissent des produits agricoles nombreux et de qualité, a fait de l'alimentation une grande cause régionale. Elle a lancé une consultation citoyenne qui contribuera à l'adoption par l'assemblée délibérante, en fin d'année, d'un Plan régional pour l'alimentation. Le CESER salue cette initiative, à laquelle il prend part. Par lettre en date du 9 mars 2018, la Présidente nous a saisis pour émettre un avis sur l'impact du e-commerce sur les modes de distribution existants. Notre réponse est intégrée à notre autosaisine.

Conséquence des EGA, la loi "Pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous" a été adoptée par l'Assemblée nationale le 2 octobre 2018 avec 227 voix pour et 136 contre.

Quatre grandes mesures sont à retenir : la construction des prix à partir des coûts de production ; le relèvement du seuil de revente à perte (SRP) de 10 % et la limitation des promotions ; l'introduction d'un minimum de produits bio dans les cantines. Il fixe pour cela l'objectif de 50 % de produits locaux, dont 20 % de bio d'ici 2022 en restauration collective publique ; et une expérimentation du menu végétarien ou encore l'interdiction de l'utilisation de contenants alimentaires plastiques dans les cantines.

Vers l'autonomie alimentaire locale

Le Gouvernement souhaite que la France assure sa souveraineté alimentaire. Pendant très longtemps, nos villes géraient pleinement leur subsistance, puis avec la mondialisation, elles ont délaissé peu à peu leur autonomie alimentaire. La gouvernance alimentaire a été transférée en partie à la politique étatique puis internationale.

Selon l'analyse d'économistes, dans le contexte d'une économie mondialisée, plus le tissu agricole et industriel est tourné vers l'extérieur du territoire, et plus la spécialisation est grande, plus la capacité à répondre à la demande alimentaire locale est faible. Nous exportons en grande partie ce que nous produisons, et nous importons ce que nous consommons.

Cette mondialisation des productions agricoles et de leur transformation a des conséquences en termes d'impact environnemental, mais aussi de lien social car il y a une perte de connexion entre ceux qui produisent et ceux qui consomment sur un même territoire.

Ainsi, aujourd'hui, face à ce constat, et aux scandales sanitaires plus nombreux, on assiste à une prise de conscience citoyenne et entrepreneuriale : le retour à une alimentation locale, durable, de qualité est prônée. Relocaliser la production deviendrait donc non seulement un enjeu écologique, mais aussi sociétal et économique.

Le retour vers une politique alimentaire des territoires est souhaité, avec une autonomie dans ce domaine, pour passer de l'aliment issu de la ferme à l'assiette.

Ce concept de l'autonomie alimentaire, nous en trouvons la définition dans une étude réalisée en 2017 par une agence de conseil en Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et développement durable Utopies. Le degré d'autonomie alimentaire est évalué à travers la part en pourcentage et en valeur de la production agricole locale dans la totalité des produits agricoles incorporés dans les produits alimentaires (bruts, élaborés, transformés ou cuisinés), consommés localement sur une année.

Ce degré d'autonomie alimentaire des 100 premières aires urbaines françaises est estimé aujourd'hui à seulement 2 %, par conséquent 98% du contenu des aliments qui y sont consommés sont "importés".

Ce chiffre de 2 % doit être pris avec du recul, selon Utopies, d'une part parce qu'il n'est pas lié à un mauvais état de la production agricole française, et d'autre part parce que l'objectif n'est pas d'arriver à 100% d'autonomie alimentaire. Il semble possible aujourd'hui d'atteindre les 15% d'autonomie alimentaire pour nos villes et territoires, si l'on commence :

- par favoriser la diversification des productions, en permettant l'installation de nouveaux agriculteurs ou la reprise d'exploitations, mais aussi la transformation de celles existantes en agriculture biologique ;
- par tenir la chaîne de valeur : production, transformation, distribution, consommation, gestion des déchets. L'industrie agroalimentaire est un maillon majeur de cette chaîne. Le réseau de distribution ne peut pas être pensé seulement en circuit court - vente directe producteur-consommateur -, il faut aussi recréer une filière avec tous les acteurs, localisés, de la chaîne. Distributeurs et restaurateurs ont aussi leur part de responsabilité.
- améliorer le système du e-commerce, qui représente 6% des achats de nourriture en France, et interroger le système de la grande distribution.

Dans le projet d'avis qui vous sera présenté plus en détail par Jean-Pierre Arcoutel, le CESER fait état de ces différents éléments.

En région, on constate les nombreuses initiatives pour améliorer l'autosuffisance des villes.

Dans le top des 100 aires urbaines en matière d'autonomie alimentaire, on retrouve les villes de Montauban (12^{ème} position), Toulouse (25^{ème}), Tarbes, Carcassonne et Albi (56^{ème} à 58^{ème} place).

A titre d'exemple, Albi, dans le Tarn, est la première ville française à avoir lancé un programme d'autonomie alimentaire. Son taux d'autosuffisance est estimé à seulement 1,56 % en 2017, alors qu'elle pourrait atteindre 95 % si les ressources agricoles locales étaient intégralement orientées vers la demande locale.

Comme initiative de distributeur, à Saint-Jean-de-Védas (34), Locavorium ne vend que des produits issus d'un rayon de moins de 150 km. Les références sont livrées par 75 producteurs environ.

Face à ce grand défi de passer du système agricole au système alimentaire durable, le CESER a fait émerger 41 préconisations répondant à cinq enjeux stratégiques :

- produire : repenser une partie de la production occitane pour la consommation locale et renforcer les filières de production là où nous sommes déficitaires ;
- consommer : différencier et segmenter les produits de consommation locale;
- éduquer : sensibiliser tous les acteurs
- e-commerce : mutualiser et structurer les initiatives et l'offre en produits locaux
- aide à la décision : réguler et se coordonner.

Il est important à ce jour, pour amener les territoires vers l'autonomie alimentaire, de remettre la problématique du local au cœur des débats et politiques publiques dans leur globalité.

Dans notre rapport, nous avons identifié l'alimentation comme un nouvel enjeu de pouvoir dans les politiques locales.

Dans un rapport de janvier 2016 portant sur l'aménagement des territoires ruraux et périurbains, remis à l'ancienne ministre du Logement Sylvia Pinel, l'architecte Frédéric Bonnet proposait dans ce sens la création d'une compétence alimentaire pour les collectivités locales ; la prise en charge du projet alimentaire et agricole apparaissant, selon lui, de plus en plus comme une nécessité pour les collectivités locales et territoriales (collectivités acquérant des terrains agricoles pour installer des maraîchers biologiques afin de fournir la restauration collective, construction de bâtiment pour maintenir ou installer des agriculteurs, etc.).

Une économie de la mer à développer

Un autre secteur d'activité économique pourrait permettre d'influer vers l'autonomie alimentaire de nos territoires : celui de l'économie de la mer, avec notamment les activités de la pêche et de l'aquaculture. L'ouverture de notre région sur la Méditerranée est un véritable atout.

Le projet d'avis "Quelles perspectives pour les filières pêche et aquaculture en Occitanie / Pyrénées-Méditerranée?" qui sera présenté est le résultat d'une réflexion débutée pendant la période transitoire. Un rapport d'étape était acté par notre Bureau du 5 décembre 2017.

Avec ses 220 kilomètres de côtes, un parc naturel marin, celui du Golfe du Lion, 54 communes littorales, 20 stations balnéaires, 70 ports de plaisance, 1^{ère} flottille de pêche de Méditerranée, 3 ports de commerce et 4 criées, 95 % de la production halieutique en Méditerranée française et 10 % de la production conchylicole nationale avec 476 exploitations (Thau et Leucate), notre région Occitanie est résolument tournée vers la mer. Dans cet écosystème, les activités de pêche et d'aquaculture y jouent un rôle majeur et représentent 4500 emplois directs et indirects.

Lors des 9^{èmes} assises de la pêche et des produits de la mer qui se sont tenues à Sète en juin dernier, le ministre de l'agriculture et de l'alimentation, Stéphane Travert, s'est lui-même exprimé sur les qualités du bassin méditerranéen en matière de pêche et d'aquaculture. La conchyliculture est également une activité emblématique de la région et dont le dynamisme est à souligner. Mais la mer Méditerranée, c'est aussi un écosystème fragile, exposé à des pollutions diverses, terrestres et maritimes, et devant prendre en compte la réglementation européenne.

Comme notre rapport l'indique, à l'horizon 2030, de nombreux secteurs de la mer pourraient connaître une croissance supérieure à celle de l'économie mondiale, que ce soit en termes de valeur ajoutée ou d'emploi. Une progression est attendue pour l'aquaculture marine (qui dépasse désormais la pêche en volume), le secteur de la transformation du poisson et des activités portuaires, tandis que la pêche professionnelle en mer subira une baisse liée à la pollution et à la diminution de la ressource de certaines espèces (exemple : poissons bleus), à la succession de plans de sortie de flotte de chalutiers, à la diminution des zones de pêche, aux contraintes réglementaires européennes.

L'aquaculture, ce sont toutes les activités de production animale ou végétale en milieu aquatique. Ce terme générique rassemble, entre autres, la pisciculture (production de poissons), la conchyliculture (production de coquillages).

Ce développement de l'aquaculture est une priorité politique nationale, mais aussi européenne, a rappelé le Ministre de l'agriculture, car il y a une demande prégnante des consommateurs pour des produits de qualité. Les professionnels français sont en capacité de répondre à la demande, disposant d'un savoir-faire et s'appuyant sur une recherche performante, même si l'on constate quelques obstacles à franchir : image de l'aquaculture, gestion des risques sanitaires et environnementaux, réglementation complexe.

L'aquaculture est une alternative à la surpêche pratiquée dans les mers et océans, notamment à l'heure où la demande mondiale en poissons ne cesse d'augmenter.

Afin de faire face aux problématiques rencontrées, le CESER fait des préconisations pour soutenir ce secteur de la pêche et de l'aquaculture, entre autres :

- Mieux connaître les ressources et lutter contre la pollution : le CESER souhaite que le Conseil régional encourage la recherche et soutienne les actions de sensibilisation, d'éducation, et initie des états généraux d'échanges avec les régions riveraines de la Méditerranée.
- Concevoir le chalutier méditerranéen du futur (bateau économe, écologique limitant la consommation de diesel, et diminuant l'émission de CO2) : il y aurait moins de pêche mais dans des conditions permettant le maintien de l'équilibre d'exploitation des chalutiers et de la pêche. Le chalutier est indispensable à l'équilibre général, structurant l'économie locale et doit rester complémentaire de l'activité des petits métiers.
- Aider les criées en difficulté : la crise du poisson bleu a conduit à la destruction de nombreux navires. Il est demandé à la Région d'entreprendre un travail de mutualisation et de recherche d'une meilleure complémentarité entre criées d'Occitanie.
- Soutien à la filière conchylicole, vrai potentiel de développement économique.
- Développer la pisciculture des espèces marines
- Accentuer et soutenir la formation des métiers de pêche, conchyliculture et pisciculture. Le renouvellement des générations indispensable pour ces filières passe avant tout par l'attractivité des métiers. Des efforts sont à faire en matière de formation (formation initiale, continue, apprentissage).
- Soutenir le CEPALMAR qui fait des études sur lesquelles s'appuient les professionnels : la Région doit mettre plus de moyens humains et financiers à sa disposition.

Je proposerai une initiative : l'organisation d'une réunion de travail avec les CESER du sud, PACA et Catalogne.

L'universitarisation des formations paramédicales en Occitanie : les IPA

Depuis toujours le CESER manifeste son intérêt pour les questions de santé, le dernier projet d'avis qui sera présenté relatif à l'universitarisation des formations paramédicales en Occitanie le confirme.

Face aux évolutions de l'organisation des formations sanitaires et sociales de niveaux III, II et I du fait du processus engagé d'universitarisation et des textes visant à définir l'exercice de la pratique avancée pour la profession d'infirmier et les conditions de formation et d'accès à la formation d'infirmier en pratique avancée (IPA), la commission 4 "Enseignement supérieur - Recherche – Valorisation – Transfert - Innovation" du CESER a souhaité porter une réflexion sur la mise en perspective de cette nouvelle approche de la formation des professionnels du secteur sanitaire et social.

L'importance des enjeux de ces questionnements étant partagé par le Conseil régional, la Présidente de Région a demandé à Michel BOUSSATON, Conseiller régional délégué à la Santé, à la Silver Economy et aux Formations sanitaires et sociales d'être notre interlocuteur tout au long du travail mené. Nous remercions Michel BOUSSATON d'être présent ce matin pour prendre connaissance du rendu du rapport.

La commission s'est attachée à rappeler les enjeux de l'universitarisation des professions d'auxiliaires médicaux pour le territoire régional, et a présenté ce que revêt la notion de pratique avancée, question novatrice en France.

Le déploiement des formations en pratique avancée pour les professionnels de santé s'inscrit dans une stratégie de réorganisation du dispositif de soins nécessitée par l'augmentation des besoins de santé due à davantage de maladies chroniques, aux dépendances, au vieillissement de la population, et un nombre de professionnels de santé encadré du fait de la rationalisation des dépenses de l'assurance maladie.

Le CESER a émis des préconisations. Ainsi, le CESER est favorable à l'élargissement des compétences et de l'autonomie des professionnels de soins que permet la pratique avancée et adhère au principe de prise en charge globale du malade. Néanmoins, celui-ci regrette que la pratique avancée ait été restreinte pour l'instant aux infirmiers. En effet, ce concept a été introduit en France par l'article 119 de la loi n° 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé et concerne l'ensemble des professions d'auxiliaires médicaux.

Pour exercer comme infirmier en pratique avancée (IPA), les professionnels devront suivre une formation de 2 ans conduisant à un diplôme d'Etat et justifier de 3 ans d'expérience comme infirmier diplômé d'Etat. Valant grade de master, la formation IPA s'inscrit complètement dans le système d'enseignement supérieur européen Licence – Master- Doctorat (LMD).

Bien que ce diplôme soit ouvert à la formation initiale et à la formation continue, le CESER s'inquiète que l'accès à cette formation soit malaisé pour les infirmiers libéraux ou salariés issus des zones sous tension pour l'accès aux soins. Le CESER recommande ainsi un accompagnement financier de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée afin de promouvoir les candidatures de professionnels issus des zones sous-denses qui exercent dans le secteur libéral ou salarié et propose ainsi d'augmenter le budget régional consacré à la formation professionnelle.

Le CESER souhaite être associé aux travaux de l'observatoire régional des métiers de la santé et du social qui devra suivre le déploiement du dispositif IPA.

Et d'une manière plus générale, le CESER sera attentif à l'évolution de l'ensemble des formations des professionnels de santé dans un schéma LMD et à la mise en place d'un tronc commun initial partagé pour favoriser les passerelles, décloisonner les métiers et faciliter la pratique interdisciplinaire.

Respectant l'objet principal de sa mission et son domaine d'expertise, la commission « Enseignement Supérieur Recherche – Valorisation – Transfert - Innovation » du CESER, a volontairement axé son analyse des nouvelles mesures IPA sur l'universitarisation et la valorisation de cette formation. Elle a pleinement conscience qu'en limitant son champ d'analyse, elle n'aborderait pas l'impact de cette mesure sur l'organisation des soins qui interroge également les parties prenantes. Toutefois, au regard des préconisations proposées focalisant pour l'essentiel sur la formation des IPA, cet avis contribuera, sans aucun doute, à faciliter et à accompagner la mise en œuvre concrète de cette mesure.

L'actualité en Occitanie

Besoins de main d'œuvre en région

Pour en revenir au secteur de l'économie régionale, j'ajoute que la reprise économique observée dans le pays se mesure également en Occitanie. La récente enquête d'avril 2018 réalisée par Pôle Emploi sur les besoins en main d'œuvre montre une hausse de plus de 18 % des projets de recrutement recensés en 2018 ; c'est une bonne année pour les perspectives d'embauche, il y a près de 226 000 intentions d'embauche et sous forme de contrats durables (plus de 6 mois). Pour les 20 000 actifs qui s'installent chaque année, c'est là un vivier d'opportunités, principalement dans les départements de la Haute-Garonne et de l'Hérault (41 % des besoins exprimés), et dans les bassins d'emploi de Toulouse, Montpellier, Perpignan, Nîmes réunissant 39 % des besoins de main d'œuvre de la région.

Tous les départements recensent des besoins de main d'œuvre non négligeables.

Une intention d'embauche sur deux émane de petites entreprises mais les grandes entreprises ont aussi une grande propension à recruter.

Tous les secteurs anticipent une progression de leurs effectifs, ceux de la construction et de l'industrie sont en particulier en forte hausse.

Toutefois, le secteur des services, avec plus de 132 000 intentions d'embauches, reste le plus grand pourvoyeur (59 % du total).

L'agriculture et le tourisme occupant une place importante dans la région, la part de projets liés à une activité saisonnière reste élevée. Pour le tourisme, 49,2% des recrutements seront saisonniers : l'Occitanie est, après la Corse, la deuxième région dont la part d'emplois saisonniers est aussi forte.

Il y a par conséquent des opportunités mais qui pourraient ne pas être saisies, car les difficultés de recrutement sont réelles et en hausse (37 % de projets d'embauche sont jugés difficiles à pourvoir contre 34 % en 2017).

Et c'est un paradoxe pour une région qui a le 2^{ème} plus fort taux de chômage de France (10,5 % fin 2017, 570 000 chômeurs). Il y a donc là un défi à relever par la formation, le développement de l'apprentissage et le développement de l'approche des offres.

Des initiatives de lutte contre le chômage et la précarité

Pour faire face au chômage, il existe le dispositif "Territoires zéro chômeur de longue durée" lancé fin 2016 par le Gouvernement avec 10 territoires d'expérimentation, qui, fin 2017, affichait un bilan positif, avec plus de 500 chômeurs de longue durée qui ont retrouvé un travail en CDI. Les activités sont variées (transports, services, proximité, recyclage...). L'expérimentation doit durer encore 4 ans, et pourrait être étendue à une cinquantaine de nouveaux territoires dans le cadre d'une deuxième loi qui serait portée par des parlementaires ou le gouvernement. La Commission européenne suit de près cette initiative. Ce dispositif commence à essaimer en Occitanie.

Le CESER doit proposer cette expérimentation pour les bassins d'emploi où le taux de chômage est le plus élevé.

En effet, dans les 15 bassins d'emploi au plan national qui enregistrent les plus forts taux de chômage, 7 se trouvent en Occitanie avec des taux entre 16,9 % et 13,9 % pour Agde-Pézenas, Alès, Céret, Perpignan, Narbonne, Sète et Béziers.

Le 13 septembre, le Président de la République présentait le Plan pauvreté : 8 milliards d'euros sont prévus, dont 4 Mds de crédits nouveaux, pour financer les cinq grandes mesures : petite enfance (crèches accessibles à tous), enfance (repas à 1 euro dans les cantines pour les plus défavorisés), jeunes (créer une obligation de formation jusqu'à 18 ans pour les décrocheurs du système scolaire), accompagnement vers l'emploi, minima sociaux (mise en place d'un revenu universel d'activité, s'inscrivant dans une refonte des minima sociaux).

Je réunirai les ONG agissant dans le domaine de la pauvreté pour faire vivre en Occitanie ce Plan pauvreté et rendre opérationnelles les propositions largement partagées.

Des solutions de financement pour la réalisation du GPSO

Pour réussir ce pari, il faudra aussi mailler le territoire par l'organisation des modes de transports. Comme cela vient d'être évoqué, nous connaissons une forte progression démographique avec des populations nouvelles qui veulent se former, travailler, investir, créer des activités dans les territoires. Nous devons par conséquent poursuivre la mobilisation - depuis des mois, les acteurs socio-économiques, les entreprises se sont mobilisés à l'occasion de tous les rassemblements, conférences, rendez-vous ministériels, en faveur de l'interconnexion des LGV du Grand Sud-Ouest européen (réalisation de la LGV Bordeaux-Toulouse, phase 2 du GPSO, et finalisation de la ligne nouvelle Montpellier-Perpignan).

Le rapport du Conseil d'Orientation des infrastructures de février 2018 a déclaré prioritaire la réalisation de la LGV Bordeaux-Toulouse. Le choix du rythme de réalisation appartient au Gouvernement. Le Conseil a développé 3 scénarii de financement, le scénario permettant la livraison dans 10 ans a la faveur des élus. Des propositions de financements innovants pensées par les collectivités permettraient de s'inscrire dans ce scénario favorable.

Ainsi, en vue de son rendez-vous programmé avec la Ministre des Transports Elisabeth BORNE le 25 septembre, le président de la CCI de Toulouse Alain di Crescenzo, et moi-même au nom du CESER, signions un courrier commun à l'attention de Carole DELGA, afin qu'elle défende notre proposition pour le financement : la création de sociétés de financement avec des ressources fiscales dédiées dont les taxes sur les bureaux et équipements de zones aménagées qui devront en tout état de cause rester raisonnables et cohérentes avec les taux appliqués ailleurs dans notre pays.

Le modèle financier qui a permis la réalisation concédée du projet SEA (Tours-Bordeaux) - phase 1 des GPSO - et l'arrivée de la LGV à Bordeaux le 1^{er} juillet 2017 n'est pas reproductible.

C'est la raison pour laquelle, nous défendons la création de sociétés de financements qui sont des modèles économiques différents, permettant de tenir compte de la situation financière de notre pays, de l'Etat et des collectivités.

Nous souhaitons que les grandes collectivités, qui ont déjà été sollicitées pour financer hier la régénération du réseau ferré et la réalisation de Tours-Bordeaux, aient aujourd'hui les moyens de mettre en œuvre les engagements de l'Etat pour répondre aux besoins de mobilité de la région Occitanie et du Grand Sud-Ouest européen. C'est le seul scénario qui permettra de réaliser les infrastructures dans la décennie qui s'ouvre à compter de ce jour. Les autres hypothèses renverraient l'achèvement en 2040, ce qui serait inacceptable pour les populations concernées.

En contrepartie, les entreprises seront sécurisées sur la transparence du dispositif, sur les délais de réalisation et les retours sur investissement. Ces derniers permettront la réalisation d'infrastructures nouvelles pour l'attractivité de zones concernées et une mobilité renforcée et équitable au regard des régions voisines (Espagne, Sud-Est, couloir rhodanien).

Nous agirons auprès du Premier Ministre et du Président de la République pour que soit inscrite dans l'article 30 de la Loi d'Orientation des Mobilités (LOM) la création d'une société de financement pour les 2 lignes LGV.

Zonage des médecins libéraux

Je terminerai avec quelques mots sur la thématique santé. La Directrice de l'Agence Régionale de Santé Monique CAVALIER a soumis à la CRSA pour avis, durant l'été, un projet de détermination des zones caractérisées par une offre de soins insuffisante ou par des difficultés d'accès aux soins. La proposition de zonage concernait les médecins généralistes et les orthophonistes. En tant que membre de la CRSA, le CESER a été appelé à émettre un avis. La CRSA devant donner son avis au plus tard le 26 septembre 2018, la Conférence permanente réunie le 24 septembre a validé la réponse du CESER transmise à Mme CAVALIER.

D'autres propositions de zonage pour les masseurs kinésithérapeutes, les sages-femmes, les infirmiers et les chirurgiens dentistes sont à venir.

Le CESER estime la méthodologie qui a amené à la définition du nouveau zonage plus rationnelle que celle appliquée auparavant : la prise en compte de critères et de leur interaction - pas seulement le nombre - tels que la répartition géographique par classe d'âge et le niveau d'activité et modalités d'exercice des professionnels de santé mis en lien avec les caractéristiques démographiques des territoires est plus intéressante que le seul critère de densité médicale.

Néanmoins, le CESER indique que ce zonage s'apparente plus à un cadre pour l'application d'une réglementation administrative et technocratique (aides à l'installation des professionnels de santé) qu'à une solution globale visant à résoudre le problème des inégalités d'accès aux soins, donc à une politique de régulation des aides à l'installation de nouveaux médecins dans les zones sous-dotées.

Le CESER préconise de réfléchir à l'instauration d'un dispositif cohérent et fluide pour que la multiplicité des aides proposées (contrats, aides, exonérations) ainsi que celles des organismes concernés (Assurance maladie, ARS, collectivités territoriales) ne deviennent pas, en raison du manque de lisibilité pour les acteurs, un élément de dissuasion pour les candidats à l'installation ou, a contrario, un vecteur de nomadisme au gré des opportunités.

Au-delà de ces remarques, le CESER a formulé deux autres vœux :

- l'installation des professionnels de santé en zones sous-dotées pourrait être favorisée par l'introduction dans les cursus de formation de la dimension de responsabilité citoyenne nécessairement inhérente à la pratique médicale. Le CESER se réjouit par ailleurs des changements annoncés dans l'organisation du PACES qui vont permettre de réduire la tension quantitative sur la profession médicale dans les 10 ans à venir.

- Encourager les autorités sanitaires à s'appuyer sur les structures sanitaires, sociales et médico-sociales existantes sur les territoires, pour y adosser des professionnels de santé qui pourraient assurer les démarches administratives et ainsi disposer en proximité de praticiens dont ont besoin leurs résidents. Cela permettrait de réhabiliter le rôle des hôpitaux locaux dans le système global de soins.

Le Plan Santé annoncé par la Ministre invite à un travail spécifique dans notre région en raison de sa démographie, des disparités et de la nécessité de garantir un accès à des soins sécurisés pour tous dans les territoires.

(...)

Je vous remercie pour votre écoute.

**EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF DE MONSIEUR JEAN-LOUIS CAZAUBON,
VICE-PRESIDENT EN CHARGE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA VITICULTURE POUR LA REGION
OCCITANIE / PYRENEES-MEDITERRANEE**

**EXTRAIT DU DISCOURS INTRODUCTIF DE MONSIEUR PASCAL AUGIER,
DIRECTEUR REGIONAL DE L'ALIMENTATION, DE L'AGRICULTURE ET DE LA FORÊT
DE LA REGION OCCITANIE**

Je vous remercie, M. le Président, de me donner la parole à mon tour, après Jean-Louis CAZAUBON qui a fait un plaidoyer dont il a le secret pour présenter, avec conviction, les politiques auxquelles il croit.

Je suis très heureux de participer et d'intervenir à cette session du CESER et je salue chacune et chacun d'entre vous. Jean-Louis CHAUZY l'a dit, j'interviens au début de cette session, alors que j'aurais dû le faire à la fin, car je dois rejoindre la préfecture en fin de matinée pour une conférence de l'administration régionale (CAR), avec l'ensemble des préfets de la région Occitanie, mais je resterai pour la présentation des rapports jusqu'à midi à peu près, après je serai obligé malheureusement de vous quitter. Je sais que cela va durer jusqu'à 14 heures pour vous, je serai donc obligé de partir avant la fin.

Pascal MAILHOS m'a demandé de le représenter parce qu'il est retenu par d'autres engagements et vous savez combien les sujets que vous allez évoquer ce matin sont importants pour lui, que ce soit l'agriculture et l'agroalimentaire, mais aussi la pêche et l'aquaculture qui feront l'objet de vos discussions.

J'ai lu avec grand intérêt les rapports que vous nous avez transmis ; je les ai lus en détail et j'y retrouve une grande partie des éléments que nous avons déjà échangés, parce que j'ai moi-même été auditionné dans différentes commissions, à la fois celle qu'évoquait Jean-Louis CAZAUBON présidée par le Conseil régional dans le cadre de la politique de l'alimentation, et aussi celle du CESER en charge des thèmes «Espace et développement rural-Agriculture-Forêt-Bois-Alimentation», le 4 mai dernier à Carcassonne.

Vous le savez tous dans cette instance, la région Occitanie a une particularité assez forte c'est sa croissance démographique ; on a une telle croissance démographique qu'on va très vite devenir la troisième région de France. On peut se satisfaire sur le plan démographique de rentrer sur le podium des régions françaises derrière l'Île-de-France et Auvergne-Rhône-Alpes, mais ce n'est pas le vrai sujet. Le sujet est qu'on puisse avoir un développement équilibré de ces territoires pour faire en sorte que l'économie, l'emploi, les transports, le logement, l'alimentation, soient au rendez-vous de l'accueil de ces populations, pour que l'on puisse offrir, non seulement à ceux qui vivent déjà en Occitanie, mais à tous ceux qui arrivent chaque année, des conditions de vie qui soient les meilleures possibles.

Les sujets que vous évoquez ce matin sont des sujets hautement stratégiques. Les filières agroalimentaires et agricoles, vous le savez tous - mais ce n'est pas toujours connu de nos concitoyens - ont une place prépondérante dans l'économie de cette région. C'est normal qu'on y accorde une importance particulière et je salue le travail qui a été fait par le CESER.

Je voudrais intervenir sur quatre points :

- le premier est la création de valeur, c'est un sujet central qui a fait l'objet des États généraux de l'alimentation et Jean-Louis CAZAUBON vient aussi d'y faire référence ;
- le deuxième est la transition agroécologique engagée dans nos territoires ;
- le troisième est la transition alimentaire et l'innovation parce qu'il y a des habitudes alimentaires qui changent et on doit aussi répondre aux besoins de l'ensemble de nos populations en offrant une diversité de production ;

- le quatrième est la sécurisation des systèmes d'exploitation ou des filières les plus vulnérables, car il ne faut pas sous-estimer les difficultés conjoncturelles que nous connaissons en Occitanie. Alors que les planètes s'alignent, comme le dit Jean-Louis CAZAUBON, et que les perspectives sont encourageantes, il faut veiller à ce que l'on ait encore des producteurs et des filières demain, en pleine forme économique, pour pouvoir satisfaire ces nouveaux marchés qui s'ouvrent avec les demandes fortes des consommateurs de produits de qualité.

Le premier sujet c'est la création de valeur, c'est facile à dire et si c'était simple les professionnels l'auraient fait depuis longtemps. Il faut prendre le sujet à bras-le-corps et c'était le sujet central des États généraux de l'alimentation ; faire en sorte qu'on crée plus de valeur autour des productions alimentaires. Je rappelle que l'alimentation n'est pas quelque chose de banal, mais c'est devenu parfois secondaire, par rapport à d'autres priorités que les citoyens et les consommateurs ont eu l'habitude d'avoir dans la vie. Il faut redonner à l'alimentation la place centrale qu'elle doit avoir pour des tas de raisons évidentes, on a parlé de santé, mais il n'y a pas que la santé, il y a le plaisir de partager un repas, le fait de pouvoir trouver des produits de qualité que l'on souhaite, à proximité. En redonnant une place primordiale à l'alimentation, cela permet de prendre en compte les enjeux sur la création de valeur, de retrouver pour les filières agricoles des capacités à avoir une durabilité économique, sociale et environnementale.

Pour cela, je peux vous garantir que vous aurez à vos côtés un État stratège en tout cas c'est ce que je souhaite et je pense que je peux m'exprimer au nom du préfet Pascal MAILHOS. L'État ne veut pas se retirer de ces réflexions, non pas pour faire à votre place ou à la place du monde agricole ou du Conseil régional, mais pour faire en concertation, parce qu'on a besoin de travailler ensemble et il me semble que l'Occitanie est une région dans laquelle ce travail en commun peut porter ses fruits. Ce que l'on appelle de nos vœux, c'est une déclinaison régionale des plans de filière nationaux. Vous savez que les interprofessions nationales ont élaboré, au mois de décembre 2017 et janvier 2018, des plans de filière qui déclinent des stratégies pour ces filières et on pense qu'il faut être capable, sur le territoire de l'Occitanie, qui n'est pas la Bretagne, qui n'est pas les Hauts-de-France, qui n'est pas le Grand-Est, de décliner des spécificités de notre région, sur nos territoires. Nous avons la chance en Occitanie d'avoir toutes les filières de production, on est une France en miniature avec toutes les filières. Des régions sont beaucoup plus spécialisées que la région Occitanie, et sont incapables de fournir autant de diversité de produits. Je vais prendre un exemple concret, d'autres régions françaises ne sont pas en mesure de satisfaire tous les besoins de leurs consommateurs, ni de leur restauration collective, notamment en produits bio parce qu'elles ne produisent pas suffisamment. On a la chance d'être dans une situation différente, il faut que cela devienne un atout.

Le deuxième thème est la transition agroécologique. On en parle tous les jours, l'eau, les pesticides, les nitrates, la biodiversité, le changement climatique qui a fait encore la Une des journaux la semaine dernière, la préservation du foncier agricole sont des sujets majeurs dans notre région, dont on doit se préoccuper. Toutes ces questions affectent la durabilité de l'agriculture et des filières. Tout cela est global, il ne faut pas considérer que l'agriculture est à part, et qu'on peut ne pas tenir compte de ce qui se passe autour. Il faut que la globalité de ces sujets soit prise en compte pour permettre cette durabilité de l'agriculture dont on a absolument besoin. Je le dis souvent, si l'on perd notre agriculture, comment nourrira-t-on demain les Français et les Européens ? Est-ce qu'on dépendra complètement de la viande importée du Brésil, des céréales d'Ukraine ou des poulets qui viendront de Chine ? Je propose qu'on se pose tout simplement cette question qui est géostratégique.

Le troisième sujet est la transition alimentaire. Avec les États généraux de l'alimentation, la question des relations entre l'agriculture et l'alimentation a été posée. On a remis l'alimentation comme un sujet majeur, cela concerne l'ensemble des citoyens européens, l'ensemble des Français, ce n'est pas qu'un sujet agricole. On a souvent oublié que nos produits alimentaires proviennent à 100 % de notre agriculture, il y a un lien très fort qu'il faut absolument remettre en avant.

Je ne reviens pas sur la loi qui a été adoptée la semaine dernière, vous la connaissez tous, peut-être pas dans les détails, car elle est assez dense, il faudra encore un peu de temps pour mettre en œuvre l'intégralité des actions, en tout cas nous nous y attelons dès à présent pour pouvoir développer sur l'Occitanie l'ensemble des opportunités ouvertes par cette loi.

Je rappelle que les États généraux de l'alimentation, ce n'était pas que la loi ; la loi c'est un des piliers, une jambe de ces États généraux. La deuxième jambe ce sont les plans de filières et je crois beaucoup au travail autour de ces plans de filière qui ne concernent pas que la production agricole. Je rappelle que la filière va de la production jusqu'aux consommateurs, en passant par tous les intermédiaires, les transformateurs et les distributeurs notamment. Ce sont les relations au sein de ces filières que l'on doit être capable de faire évoluer en Occitanie. Il me semble que votre rapport insiste beaucoup là-dessus puisque vous parlez même de la notion du « dernier kilomètre » dont M. ARCOUTEL vous donnera le détail, je n'en doute pas.

On a beaucoup d'atouts dans cette région et le dernier point sur lequel je voulais intervenir c'est qu'il faut prendre garde à la sécurisation des systèmes de production et des filières qui souffrent en ce moment en raison des crises, qu'elles soient économiques, climatiques ou sanitaires. Il y a beaucoup d'aléas auxquels le monde agricole doit faire face et il me semble que la puissance publique doit être aussi très attentive à ces situations pour permettre de passer un cap et faire en sorte que demain on ait une agriculture florissante qui permette de répondre aux attentes de ce grand plan d'alimentation qui pour moi est un sujet central.

Je voudrais terminer mon propos en soulignant que j'aurais pu aborder de nombreux autres thèmes. Je vous ai dit que l'agriculture, l'agroalimentaire et même la pêche et l'aquaculture ne sont pas des secteurs isolés et je pense que la gestion de l'eau, la préservation du foncier que j'ai déjà citée, le renouvellement des générations à la fois de producteurs, d'agriculteurs, mais aussi de pêcheurs, de conchyliculteurs, d'aquaculteurs, sont aussi des enjeux majeurs. Aujourd'hui on ne renouvelle pas les générations, il faut qu'on améliore cette situation.

Les filières ont de nouvelles ambitions en matière de contractualisation pluriannuelle. On progresse dans un certain nombre de filières, mais il a fallu de très nombreuses années pour qu'on arrive à avoir des choses qui tiennent la route et on n'y est pas partout. Il faut qu'on avance sur ce sujet car cela permettra de créer de la valeur.

Je voudrais également évoquer un sujet qui ne sera pas détaillé aujourd'hui, mais qu'il ne faut pas passer sous silence ; la région Occitanie est une région exportatrice de produits agricoles et de produits alimentaires, sur lesquels il faut être aussi capable de créer de la valeur et pas simplement de « dégager des marchés à l'export » avec une plus-value quasi-nulle, ce n'est pas acceptable. Il faut que la qualité et la diversité des productions de l'Occitanie puissent aussi être valorisées sur des marchés à l'export et si on s'y prend bien il y a aussi de la demande extrêmement forte.

Je vous remercie pour votre attention.

**COMMENT RENFORCER
LES FILIERES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES
DE LA REGION OCCITANIE POUR FAVORISER L'APPROVISIONNEMENT
ET LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE ?**

**QUEL IMPACT DU E-COMMERCE
SUR LES MODES DE DISTRIBUTION EXISTANTS ?**

Avis adopté

Suffrages exprimés : 162

Pour : 131

Abstentions: 31

Rapporteur : **Jean-Pierre ARCOUDEL**

**Conseil Economique, Social et Environnemental Régional
Occitanie/Pyrénées-Méditerranée**

Cet Avis a été élaboré sous l'autorité de la Commission « Espace et Développement Rural – Agri-Agro - Forêt – Bois - Alimentation » du CESER, présidée par Denis CARRETIER. Elle adresse ses remerciements aux personnes qui ont bien voulu alimenter sa réflexion :

Monsieur **André AUDOUY**,
Restaurateur et Ambassadeur IRQUALIM à Toulouse,

Monsieur **Pascal AUGIER**,
Directeur Régional – DRAAF Occitanie,

Monsieur **André BELLOC**,
Président du comité de coordination
des restaurants de collectivités,

Madame **Véronique BELLON-MAUREL**,
Directrice de l'institut #DigitAg,

Monsieur **Pierre BOURDEREAU**,
Directeur adjoint des relations extérieures
Groupe CASINO,

Monsieur **François CALMELS**,
Responsable de la restauration CE Airbus opérations Toulouse,

Monsieur **Alain CANIL**,
Directeur de la Cuisine Centrale de la régie municipale de Blagnac,

Madame **Stéphanie DEGOUTE**,
Association « Les Loco-Motivés à Arvieu (Aveyron),

Madame **Sandra ESTRADE**,
Directrice de la Cuisine Centrale de Toulouse,

Monsieur **Frédéric GARCIA**,
Directeur Adjoint de l'institut #DigitAg,

Madame **Pascale HEBEL**,
Directrice du pôle consommation et
entreprises CREDOC,

Madame **Charlaine PAPET**,
Coordinatrice Agrilocal34,

Monsieur **Charles LEBREC**,
Dirigeant associé Super U,

Madame **Coline PERRIN**,
Chargée de recherche,

Monsieur **Philippe POINTEREAU**,
Directeur du Pôle Agro-environnement – SOLAGRO,

Madame **Maguelone PONTIER**,
Directrice du Marché d'Intérêt National (MIN) à Toulouse,

Monsieur **Florent SAUCEDE**,
Chercheur et Ingénieur de recherche,

Monsieur **Jean-Marc TOUZARD**,
Directeur adjoint de l'UMR Innovation,

Monsieur **Stéphane VEYRAT**,
Directeur de l'association « Un Plus Bio ».

Cet Avis a été élaboré sous l'autorité de la Commission
« Espace et Développement Rural – Agri-Agro - Forêt – Bois - Alimentation »

Le Bureau

Président

Denis CARRETIER

Vice-Président

Alain FAUCONNIER

Secrétaire

Muriel LARGUIER

Les membres

Françoise ABADIE	Sylvain LABBE
Ludovic ARBERET	Marie-Hélène LACOSTE-FERRAN
Jean-Pierre ARCOUTEL	Emeline LAFON
Marie-Josée AUGÉ-CAUMON	Eric LALANDE
Michel BAYLAC	Elisabeth LAVIGNE
Chantal BERGONIER	Philippe MAYDAT
Marie-Laure CAMBUS	Albert MOULET
Adeline CANAC	Pierre MOURET
Nathalie CASALE	Michèle MUR
Yann FORTUNATO	Edith PENET
Jacques GARCIA	Jean-Claude PRADIER
Roser GINJAUME GRATACOS	Florence PRATLONG
Myriam GONZATO	Sandrine PRAX
Jacques GRAVEGEAL	Guy PRESSEDA
Chantal GRIN	Laure SERRES
Michel GUIRAL	Julien TUFFERY
Claudie HOUSSARD	Serge VIALETTE
Georges JULES	Amélie VIGROUX

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
I. UN CONTEXTE EN DEMI-TEINTE.....	3
1. UNE PRODUCTION EXCEPTIONNELLE EN OCCITANIE	3
1.1 Une production de qualité, en pointe sur la bio et les circuits courts	3
1.2 Le palmarès des filières agricoles occitanes	5
1.3 Une production diversifiée et de qualité	8
2. UN SYSTEME EN CRISE FACE A UNE CONSOMMATION EVOLUTIVE.....	10
2.1 Un système économique défaillant.....	10
2.2 La consommation alimentaire du particulier évolue	13
2.3 La Restauration Hors Domicile (RHD)	15
2.4 L'avènement du e-commerce modifie les habitudes.....	16
3. UN CADRE POLITIQUE ET REGLEMENTAIRE FAVORABLE	17
3.1 Un déclencheur : les Etats Généraux de l'Alimentation	17
3.2 Une nouvelle loi agriculture et alimentation aux sujets contestés	18
3.3 Des outils pour dynamiser les initiatives territoriales : les PAT.....	19
3.4 Des réglementations européennes allant dans le même sens	20
II. CONSTAT D'EVOLUTION ET DE TRANSITION	22
1. (R) EVOLUTION DE LA CONSOMMATION	22
1.1 Les nouvelles tendances structurelles.....	23
1.2 Les nouvelles tendances conjoncturelles	26
1.3 Une nouvelle tendance émergente : digital et alimentation	27
2. L'ADAPTATION DES FILIERES DE PRODUCTION	28
2.1 En réponse à la demande quantitative.....	28
2.2 En réponse aux attentes sociétales	31
2.3 En réponse à la demande qualitative.....	32
2.4 En faveur d'une agriculture économiquement viable	33
3. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN MUTATION	34
3.1 Le e-commerce alimentaire	35
3.1 La vente directe	37
3.2 Les circuits courts.....	39
3.3 Les circuits longs aux particuliers	41
3.5 La restauration collective.....	44
3.6 La restauration privée	45
II. ANALYSE.....	47
1. AU NIVEAU DE LA PRODUCTION.....	47
Le paradoxe de la production occitane	48
1.2 Renouer le lien agriculteur/consommateur	49
Une production nationale mal organisée pour la consommation locale.....	50

2. AU NIVEAU DE LA CONSOMMATION	52
2.1 Des consommateurs occitans en attente	52
2.2 Le levier de la restauration collective.....	53
2.3 L'alimentation comme nouvel enjeu de pouvoir ?	55
3. AU NIVEAU DE LA COMMERCIALISATION ET DE LA DISTRIBUTION	58
3.1 Une identification complexe pour les consommateurs.....	58
3.2 Des schémas de distribution locale à organiser	59
3.3 Zoom sur le e-commerce	60
IV. PRECONISATIONS	62
1. VOLET "PRODUIRE" : REPENSER UNE PARTIE DE LA PRODUCTION OCCITANE POUR LA CONSOMMATION LOCALE.....	62
1.1 En préalable, structurer et rémunérer les filières de production	63
1.2 Préserver voire développer le potentiel nourricier des territoires.....	64
1.3 Organiser la production pour les besoins de consommation.....	66
2. VOLET "CONSOMMER" : DIFFERENCIER ET SEGMENTER LES PRODUITS DE CONSOMMATION LOCALE.....	68
2.1 Pour le particulier : différencier les produits locaux	68
2.2 Pour la restauration collective : inciter et faciliter l'approvisionnement local	69
3. VOLET "EDUQUER" : SENSIBILISER TOUS LES ACTEURS	71
3.1 Communiquer auprès du grand public	71
3.2 Eduquer le jeune public à l'Alimentation.....	72
3.3 Former les cuisiniers et les gestionnaires	72
3.4 Différencier les restaurants privés	73
4. VOLET "E-COMMERCE" : MUTUALISER ET STRUCTURER LES INITIATIVES ET L'OFFRE EN PRODUITS LOCAUX.....	73
4.1 En préalable, mieux structurer l'offre en circuits de proximité	73
4.1 Créer un portail régional	74
5. VOLET "AIDE A LA DECISION" : REGULER ET SE COORDONNER.....	74
5.1 Créer un Observatoire de l'alimentation en Occitanie	74
5.2 Créer un "Pacte pour une alimentation régionale"	75
5.3 S'appuyer sur la recherche, les études et les démarches collaboratives.....	77
CONCLUSION.....	78
GLOSSAIRE	84

INTRODUCTION

Dès la conclusion des débats de l'Avis du CESER « Une approche de l'agriculture en Occitanie : 1^{er} cahier » adopté le 23 novembre 2017, le souhait a été émis d'établir un second cahier dédié au développement des filières agricoles et agroalimentaires, des circuits de proximité permettant à la région Occitanie, qui sera dans cinq ans la 3^{ème} région française avec plus de 6 millions d'habitants, de s'approcher de l'autonomie alimentaire.

Par lettre de saisine en date du 9 mars 2018, dans le cadre du lancement d'une grande concertation citoyenne sur l'alimentation, la Présidente de Région Carole DELGA a sollicité l'avis du CESER pour nourrir la réflexion, plus particulièrement sur « l'impact du e-commerce sur les modes de distribution existants ».

Pour faire suite aux Etats Généraux de l'Alimentation et partant du constat que les terres d'Occitanie fournissent des produits agricoles nombreux et de qualité, la Présidente de Région a fait de l'alimentation une grande cause régionale en Occitanie.

Sur la question de l'alimentation, il ne peut y avoir de logique descendante, de l'Etat vers les collectivités locales. C'est bien dans les territoires, avec tous les acteurs locaux, que la transition alimentaire et agricole se fera.

L'objectif est de répondre aux besoins, depuis le consommateur local jusqu'à la production de matières premières et de produits aboutis, le moins loin possible de son domicile.

En Occitanie, la grande concertation citoyenne sur l'alimentation, inédite en France, a été lancée et s'échelonne d'avril à décembre 2018. Elle a démarré par un état des lieux des modes de consommation en Occitanie, se poursuit avec l'organisation des réunions territoriales, et il y aura une grande votation citoyenne sur des propositions de scénarii du plan régional de l'alimentation qui sera mise en ligne à l'automne pour arriver à la présentation du plan en fin d'année.

L'objectif de cette concertation est de "faire prendre conscience à nos concitoyens qu'ils ont le pouvoir de contribuer de façon très concrète à l'emploi, au développement du territoire, à l'environnement, à notre qualité de vie en général, en misant sur des produits d'Occitanie", comme l'explique la Présidente de Région.

Ce plan régional de l'alimentation viendra compléter les mesures déjà prises pour soutenir l'agriculture, pilier majeur de l'économie régionale.

Le défi est de taille car le contexte régional est très complexe. L'agriculture et l'agro-alimentaire constituent en effet le 1^{er} secteur d'activité économique de la région Occitanie avec 164 000 emplois, soit 14 % des emplois régionaux. Parallèlement, l'Occitanie est la région la plus attractive de l'Hexagone avec plus de 50 000 nouveaux habitants chaque année. Mais le dynamisme de l'Occitanie masque une autre réalité : la région a également le deuxième taux de chômage le plus élevé de France (532 000 demandeurs d'emploi pour l'ensemble des catégories), et par-delà une pauvreté et une précarité importante (près d'1 million d'habitants vivant avec moins de 951 euros par mois). Le croisement de ces composantes oblige donc à proposer une alimentation saine et de qualité, accessible à tous. L'agriculture en Occitanie a vocation à nourrir tous les habitants ; il y a là un véritable enjeu de société.

Après l'installation du nouveau CESER Occitanie fin janvier, le premier Bureau réuni le 12 mars 2018 a donné son accord pour que le 2^{ème} cahier soit réalisé - actant ainsi les conclusions des débats de l'assemblée plénière du 23 novembre 2017- en intégrant la saisine de la Présidente de Région.

C'est par conséquent dans ce contexte, que la commission "Espace et Développement Rural - Agri - Agro - Forêt - Bois - Alimentation" émet un avis sur le renforcement des filières agricoles et agroalimentaires pour favoriser la consommation locale, et sur l'impact de l'e-commerce sur les modes de distribution existants.

Ce nouvel avis porte l'ambition de présenter un état des lieux de la production et de la consommation, d'exposer les constats d'évolution et de transition, d'en faire l'analyse et de formuler des préconisations utiles à la Région Occitanie/Pyrénées-Méditerranée pour favoriser la consommation locale.

L'enjeu dépasse l'organisation des circuits économiques puisque les dimensions sociétale et environnementale sont essentielles. La question de l'alimentation s'étend à la société civile et fait partie de notre patrimoine commun avec des enjeux d'intérêt général, d'éducation, de formation, de cohésion sociale, de santé.... Parce qu'elle est au cœur des interactions entre l'Homme et la nature et parce qu'elle constitue un droit fondamental pour tous, l'alimentation engage la responsabilité des producteurs, des transformateurs, de tous les acteurs de la mise en marchés et des consommateurs.

I. UN CONTEXTE EN DEMI-TEINTE

L'agriculture régionale est exceptionnelle puisque diversifiée et de grande qualité ayant misé sur les signes de qualité, la bio et les circuits courts. Les consommateurs sont de plus en plus nombreux en Occitanie avec 52 000 nouveaux arrivants par an, et de plus en plus impliqués et préoccupés vis-à-vis de leur alimentation. Les Etats Généraux de l'Alimentation et les nouvelles réglementations européennes viennent conforter ce mouvement citoyen engagé.

1. UNE PRODUCTION EXCEPTIONNELLE EN OCCITANIE

L'alimentation est un secteur essentiel de l'économie régionale¹. Avec 164 000 emplois, 82 515 exploitations agricoles, 1 990 entreprises agroalimentaires dont 400 coopératives et 160 filiales, l'agriculture et l'agro-alimentaire assurent 14 % des emplois régionaux, ce qui en fait le premier employeur d'Occitanie.

Son chiffre d'affaires annuel est de 21 milliards d'euros dont 5 milliards à l'export.

Les agriculteurs de la région cultivent plus de 3 millions d'hectares de terres ce qui en fait la 2^{ème} région agricole de France avec 12 % de la Surface Agricole Utile (SAU) métropolitaine.

1.1 Une production de qualité, en pointe sur la bio et les circuits courts

Une production exceptionnelle

Deuxième région agricole de France pour le nombre d'exploitations, 1^{ère} région en surface certifiée bio, 1^{er} vignoble sous appellation au monde, 1^{er} rucher de France, 1^{ère} région européenne en nombre de productions sous Signes Officiels de Qualité et de l'Origine (SIQO), le palmarès agricole et agro-alimentaire de la région Occitanie est une force.

Malgré l'érosion continue, la densité d'exploitations agricoles sur le territoire reste importante. On comptait en effet près de 1,4 exploitation agricole pour 100 habitants en moyenne sur la région en 2010, soit presque deux fois plus que la moyenne nationale. L'augmentation rapide de la population et la diminution du nombre d'exploitations porte ce chiffre à 1,15 exploitation agricole pour 100 habitants en 2015.

Le maillage territorial suit les disparités liées à l'urbanisation particulièrement forte autour de Toulouse, de Montpellier et du littoral méditerranéen. Ainsi, le Gers est le département le plus agricole, suivi de la Lozère et de l'Aveyron, alors que la Haute-Garonne affiche un taux plus bas que la moyenne nationale (0,5 exploitation agricole/100 habitants). Bien que leur taille ait augmenté, les exploitations régionales sont plutôt petites en termes de SAU. En effet, la SAU moyenne régionale reste inférieure de 27 % à la moyenne française et est la 2^{ème} plus petite de France.

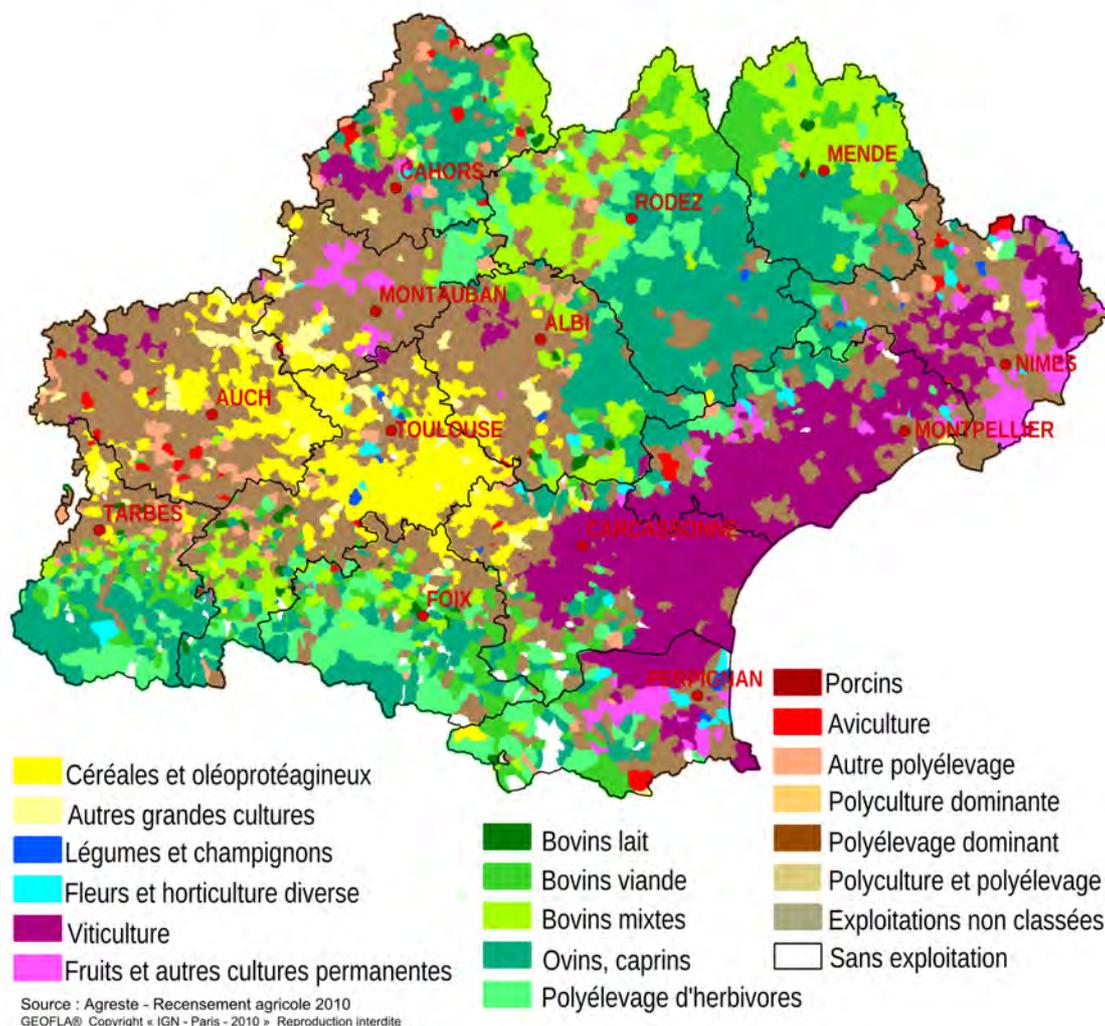
La région Occitanie présente une très grande diversité de productions agricoles comme le montre la carte ci-dessous. La variabilité des paysages et du climat ont permis le développement d'agricultures très variées, couvrant pratiquement la totalité des productions agricoles existantes en France.

Le relief et l'hydrographie expliquent en grande partie la répartition des productions sur le territoire. En effet, si les montagnes et les causses sont propices à l'élevage d'herbivores, les plaines et coteaux

¹Source des données du chapitre : Agri'scopie, édition 2018, réalisé par la Chambre Régionale d'Agriculture Occitanie et CERFRANCE.

du centre-ouest de la région sont plutôt orientés vers les grandes cultures, avec quelques zones adaptées au développement des cultures pérennes, essentiellement le long des cours d'eau. La façade littorale, méditerranéenne, quant à elle, se prête plutôt à la viticulture qui est très largement dominante dans cette zone.

Figure 1 : Orientation technico-économique à l'échelle communale en Occitanie



Un enseignement performant

Compte tenu de la forte antériorité de nos régions dans le domaine des produits sous signe officiel de qualité et d'agriculture biologique, il faut noter que l'ensemble de ces performances est sans aucun doute dû à la présence d'outils d'enseignements particulièrement performants, maillant le territoire et pour certains de renommée internationale. Dans le domaine de l'enseignement agricole, la plupart des lycées agricoles sont pourvus d'atelier ou de ferme pédagogique comme autant de leviers susceptibles d'accompagner les nécessaires évolutions des productions.

L'enseignement supérieur constitue aussi dans le domaine végétal et animal des espaces d'innovations et d'expertises de niveau international en capacité d'accompagner ce secteur

économique capital pour la région : école vétérinaire de Toulouse, écoles nationales d'ingénieurs publiques et privées, universités.....

Ces établissements à forte notoriété couvrent l'ensemble des champs de notre thématique : production, transformation, sociologie de la consommation.

Une implication dans la bio et les circuits courts

La région Occitanie se distingue au niveau français et européen par sa grande implication dans la production d'agriculture biologique certifiée. En 2015 et 2016, les terres agricoles certifiées bio ont augmenté respectivement de 34 % et 23 % en Occitanie contre 23 % et 16 % au niveau national. L'Occitanie est ainsi la 1^{ère} région française en agriculture biologique et la 4^{ème} région européenne engagée en bio.

Les filières agricoles occitanes sont en pointe sur la production en agriculture biologique, mais sont aussi déjà dans la dynamique des circuits vertueux de proximité.

En 2010, une exploitation sur cinq s'inscrivait, en Occitanie, dans une démarche de circuit court². L'implication des producteurs dans ces démarches n'est pas la même selon les productions. Par exemple, 49 % des producteurs de miel et 46 % des producteurs de légumes vendent en circuits courts alors que pour les produits laitiers et ceux de l'aviculture, seuls 8 % des producteurs sont concernés. Même si les exploitations les plus nombreuses en circuits courts sont les élevages bovins viande et les viticulteurs, cela ne concerne qu'une partie des exploitations de ces types (20 % environ). En Occitanie, 14 403 exploitations agricoles commercialisaient via des circuits courts en 2010, soit 37 % des exploitations agricoles ; alors que 17 % des exploitations agricoles françaises commercialisent en circuits courts.

Pour la plupart des exploitations concernées, les circuits courts représentent une part importante de leur chiffre d'affaires global. En 2010, 41 % des exploitations pratiquant les circuits courts déclarent en retirer plus des trois quart de leur chiffre d'affaires.

1.2 Le palmarès des filières agricoles occitanes

- **la viticulture** : avec 304 615 hectares de vignes cultivés par 14 609 exploitations, **la région Occitanie est la 1^{ère} région viticole de France** et représente 34 % des surfaces viticoles françaises.

L'Occitanie possède le **1^{er} vignoble national**. La région occupe une place majeure en France sur le segment du marché des Indications Géographiques Protégées (IGP) avec plus de 80 % des volumes majoritairement rouges ou rosés. Ces vins représentent **82 % des exportations françaises des vins en IGP** qui se concentrent dans les pays de l'Union Européenne. L'Occitanie se distingue aussi par sa grande diversité de terroirs valorisés par **87 appellations dont 51 Appellations d'Origine Protégée (AOP)**. Comme pour les IGP, l'Union Européenne est le premier client à l'export des vins AOP régionaux qui se tournent aussi vers l'international en développant aujourd'hui fortement les marchés asiatiques et américains à la recherche d'une meilleure valorisation concernant ce dernier. Avec 14,8 millions d'hectolitres produits en 2016, la filière viticole pèse 1,7 milliard d'euros soit 25 % du produit agricole d'Occitanie dont 900 millions d'euros de vins exportés en 2017.

²Source : Les différents circuits de proximité en Occitanie, Chambre d'Agriculture d'Occitanie, 2012

- **Les grandes cultures** : avec plus de 670 500 hectares cultivés par plus de 14 000 exploitations, l'Occitanie est la 5^{ème} région française avec 9 % des surfaces.

L'accès à la Méditerranée est un atout indéniable pour l'exportation de céréales et de *tourteaux* via les deux ports de Sète et Port-la-Nouvelle. La région est la deuxième exportatrice de blé dur avec 33 % des exportations nationales. Le développement des grandes cultures est étroitement lié à leur exportation sur les marchés espagnols (maïs, blé tendre et blé dur), maghrébin, italien, grec (blé dur) ainsi qu'à leur utilisation locale pour l'alimentation animale (maïs) ou la transformation (farine, huile). **La région est leader national pour la production de blé dur, tournesol, sorgho et soja.** Les grandes cultures représentent un produit annuel de 1,036 milliard d'euros soit 15 % du produit agricole de la région en 2016. L'Occitanie est la deuxième **région productrice de semences** avec 27 % des surfaces agricoles françaises.

- **l'élevage bovin viande** : avec 523 000 vaches nourrices en 2016 sur 8 209 exploitations, l'Occitanie dispose de 12 % du cheptel national.

L'élevage bovin viande représente une des principales activités agricoles de la région. La race Limousine domine (27 % des effectifs), suivie de la Blonde d'Aquitaine (20 % des effectifs) et de l'Aubrac (16 % des mères). La production s'établit à 88 000 tonnes équivalent carcasse en 2016, soit 6 % de la production de viande bovine nationale. Les exploitations produisent en grande majorité des brouillards destinés à l'exportation, vers l'Italie et l'Espagne. La filière bovin viande régionale se caractérise également par une production sous SIQO importante avec une exploitation sur cinq spécialisée en : Veaux d'Aveyron et du Ségala, Génisses Fleur d'Aubrac, Bœufs de Bazas (IGP), Bœuf fermier Aubrac, Bœuf Gascon, Veaux fermiers élevés sous la mère, Veaux fermiers du Lauragais, Bœuf limousin Blason prestige, Bœuf Blond d'Aquitaine (Label Rouge), Taureaux de Camargue (AOC)...

- **l'élevage ovine viande** : avec près de 21 % du cheptel national soit plus de 700 000 brebis nourrices sur 1 843 exploitations, **l'Occitanie est la 1^{ère} région de production ovine allaitante de France.**

Elle produit plus de 31 % de la viande ovine française avec 32 488 tonnes équivalent carcasse de viande produite, représentant 324 millions d'euros en valeur.

Le nombre d'éleveurs a fortement diminué en l'espace de 10 ans, et la production a chuté de 22 %. La filière régionale est bien structurée avec trois associations d'éleveurs et huit organisations commerciales. Elle se caractérise par la place importante accordée aux SIQO et la production d'agneaux labellisés : Label Rouge (LR) avec l'Agneau fermier des pays d'Oc, l'Agneau Lou Pailhol, l'Agneau fermier «Sélection des bergers», l'Agneau laiton, IGP et Label Rouge avec l'Agneau fermier du Quercy, l'Agneau de l'Aveyron, et l'Agneau de Lozère Elovel et enfin, AOC avec le Mouton Barèges-Gavarnie. De plus, le dynamisme des conversions en Agriculture Biologique observé depuis quelques années ne se dément pas.

- **l'élevage ovine lait** : avec plus de 738 600 brebis laitières sur 1 554 exploitations, une production en 2016 de 203,4 millions de litres de lait soit 71 % de la production nationale, **l'Occitanie se classe en tête des régions productrices de lait de brebis.**

La production est largement concentrée dans la zone AOP Roquefort. Les livraisons auprès des fabricants de Roquefort ont représenté, en 2016, 84 % de la production totale en lait de brebis de la région. La filière représente 198 millions d'euros de valeur produite.

- **l'arboriculture** : avec plus de 34 000 hectares en fruitiers cultivés par 4 750 exploitations, l'Occitanie est la **2^{ème} région productrice de fruits** avec 20 % des vergers français.

Elle produit l'ensemble de la gamme. La région est notamment **1^{ère} productrice de pêches, nectarines et brugnons, et de prunes de table**. Par ailleurs, elle se caractérise par une filière pommes performante et très dynamique à l'export. Les 535 000 tonnes de fruits produites en 2016 représentent 530 millions d'euros dont 320 millions d'euros exportés.

- **l'élevage de volailles, palmipèdes et lapins** : l'Occitanie a produit en 2016, 3 % des volailles de chair, **19 % des canards gras, 20 % du foie gras (canards et oies)** et 4 % des lapins du territoire national. La région produit également 7 % des volailles festives (dindes, pintades...) et 3 % des œufs de consommation.

Ces filières sont fortement marquées par la production sous SIQO. En volailles, trois SIQO dont un pour la production d'œufs, réalisent 23,5 % du chiffre d'affaires de la filière : Volailles fermières du Gers (IGP + LR), Volailles fermière du Ségala et du Quercy (LR), Œuf Cocorette (LR + AB). Concernant les palmipèdes, trois SIQO couvrent l'essentiel du chiffre d'affaires de la filière : Canard à foie gras du Sud-Ouest (LR + IGP), Canard à foie gras du Gers (IGP), Oie fermière Label Rouge (élevée dans le Gers). On retrouve également d'autres SIQO comme le Poulet fermier cou-nu jaune des Cévennes et le Poulet fermier du Languedoc (LR + IGP). La filière représente 233 millions d'euros de valeur produite en volailles et œufs, soit 3,4 % du produit brut total agricole d'Occitanie.

- **l'apiculture** : avec près de 180 700 ruches et 2 565 tonnes de miel produites en 2016, l'Occitanie détient 23 % des ruches et réalise 22 % de la production de miel nationale. **Elle est la 1^{ère} région apicole de France.**

La spécificité de cette filière est qu'il existe un grand nombre d'apiculteurs amateurs. En effet, sur 1 330 exploitations ayant des ruches, seules 473 sont spécialisées en apiculture. Ces dernières ne représentent que 35 % des exploitations mais détiennent 83 % du cheptel et produisent 86 % du miel. Les circuits courts sont fortement développés dans cette filière et 71 % des apiculteurs pratiquent la vente directe.

- **la conchyliculture³** : les données les plus récentes indiquent que les **huîtres** (10 000 tonnes) constituent avec les moules (3 000 tonnes) respectivement **10 %** et **3 % de la production nationale** pour une valeur de chiffre d'affaires généré d'environ 75 millions d'euros.

En terme d'emplois, la filière régionale est constituée de 500 entreprises et représente 1 200 équivalents temps plein et 500 saisonniers soit 12 % des emplois du secteur national.

³Source : Constats et contexte d'évolution de la filière conchylicole Méditerranéenne, avril 2018 - Comité Régional Conchylicole de Méditerranée (CRCM)

1.3 Une production diversifiée et de qualité

- **le maraîchage et l'horticulture : l'Occitanie est la 4^{ème} production française** avec 10 % des surfaces maraîchères (26 400 hectares et 1 778 exploitations)

Avec des filières structurées sur le territoire, des entreprises reconnues, y compris à l'export, de nombreux SIQO et une certaine précocité des productions en raison du climat, la région dispose d'un positionnement concurrentiel plutôt avantageux sur ces deux filières malgré la proximité avec l'Espagne.

Avec une période de forte baisse au début des années 2000, les surfaces en légumes tendent à augmenter de nouveau depuis cinq ans. La production maraîchère se développe notamment en péri-urbain, près des bassins de consommation. **La région se distingue plus particulièrement par sa production de melons, de légumes secs, de courgettes et d'ail. Les exploitations maraîchères sont nombreuses à développer les circuits courts.** Le maraîchage représente 270 millions d'euros dont 64 millions d'euros exportés en 2017 et l'horticulture 150 millions d'euros dont 1,6 million d'euro exporté.

- **l'élevage bovin lait** : avec 139 165 vaches laitières sur 1 622 exploitations, l'Occitanie représente 4 % du cheptel national.

L'activité laitière est en perte de vitesse dans l'ensemble des départements à l'exception notable de l'Aveyron. Entre 2000 et 2017, le nombre d'exploitations ayant un atelier bovin lait a diminué de 32 %. Le lait livré à l'industrie est en majeure partie transformé en lait de consommation. Viennent ensuite les produits frais et les fromages. Concernant la transformation laitière, il existe quelques SIQO mais les volumes concernés sont relativement modestes : Laguiole, Bleu des Causses, Bleu d'Auvergne, tomme des Pyrénées. Dans ce contexte fragile, on note une augmentation importante des conversions des exploitations bovins lait en Agriculture Biologique.

- **l'élevage porcin** : l'Occitanie possède 5,3 % du cheptel national de truies alors qu'elle produit 3,3 % de la viande porcine française.

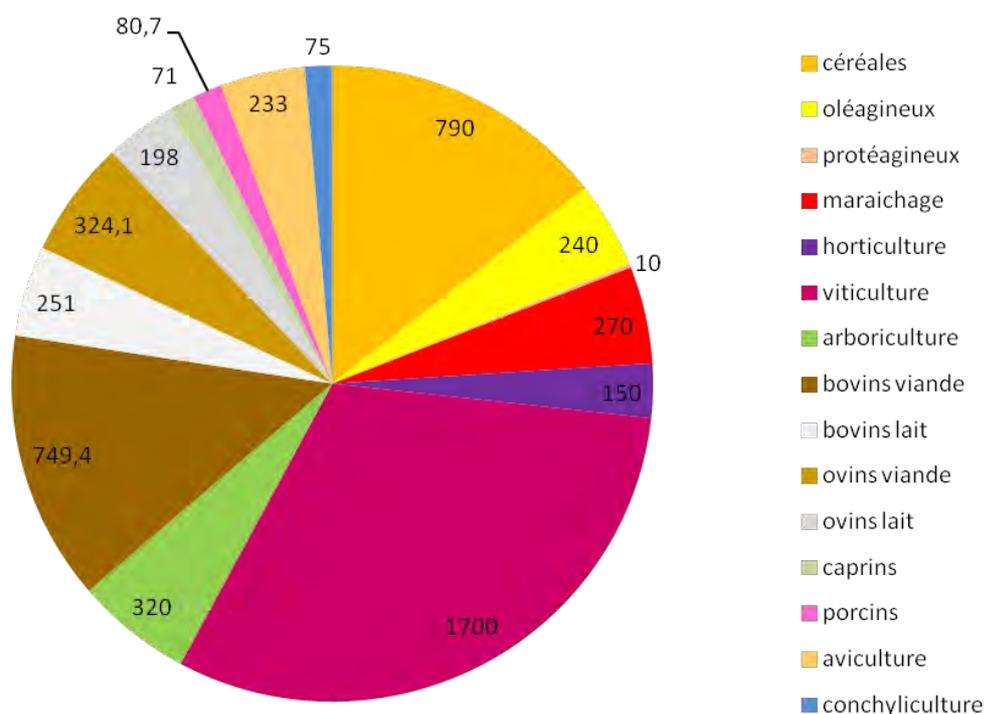
Cette filière décline depuis les années 2000, conséquence des crises successives qui l'ont secouée. La production est insuffisante pour répondre à la demande de transformateurs locaux, nombreux sur le territoire. Plus de 85 % des porcs sont produits dans le cadre d'un cahier des charges SIQO : IGP Bayonne, IGP Jambon de Lacaune, IGP Saucisson et saucisses de Lacaune, IGP Porcs du Sud-Ouest, Label Rouge. Depuis décembre 2015, le porc noir de Bigorre a obtenu une AOC tout comme le jambon noir de Bigorre.

- **l'élevage caprin** : en détenant **13 % du cheptel de chèvres françaises**, l'Occitanie produit 12 % de la production de lait nationale et 14 % des fabrications de produits fermiers. Deux logiques de productions différentes se retrouvent dans les exploitations : les spécialisées livreurs et les spécialisées fromagers qui transforment le lait en fromage. Cette production a triplé en l'espace de 20 ans, bien qu'un ralentissement soit observé depuis 2012, en raison d'une conjoncture plus défavorable. Dans la région, deux SIQO existent en fromages de chèvre et ont une forte notoriété : l'AOC Rocamadour dans le Lot et l'AOC Pélardon (Gard, Hérault, Aude et Lozère). La filière représente 71 millions d'euros de valeur produite.
- **l'élevage équin** : avec 66 016 équidés recensés en 2016 dont 46 089 dans les exploitations agricoles, **l'Occitanie détient le 4^{ème} cheptel national.**

Cette filière est extrêmement diversifiée avec la présence de tous les types d'utilisation et d'activités liées au cheval et aux équidés : courses de trot et de galop, activités sportives, tourisme et loisir et élevage de chevaux de trait. L'Occitanie est par ailleurs le berceau de plusieurs races équinnes emblématiques : le cheval de Mérens, le cheval de Castillon, l'Anglo-arabe, le cheval de Camargue ou bien encore l'âne et la mule des Pyrénées et l'âne de Provence.

Le graphique suivant permet de constater la diversité des filières de productions en Occitanie et de les comparer entre elles selon un critère économique : la valeur nette du produit agricole régional (en millions d'euros).

**Figure 2 : Répartition des filières agricoles selon leur produit agricole en 2016
(en millions d'euros)**



source : CESER Occitanie, septembre 2018

Il est à noter que la **filière Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales (PPAM)** est en pleine structuration en Occitanie car son territoire convient à de très nombreuses espèces de plantes recherchées par les acheteurs locaux aux exigences de plus en plus fortes comme le basilic, la coriandre ou l'aneth mais aussi les plantes à garrigues comme le thym et la lavande⁴.

⁴ <http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/Plantes-a-parfum-aromatiques>

Cette production régionale pourtant exceptionnelle ne permet pas à la majorité des producteurs occitans d'en vivre. En effet, le système de commercialisation actuel monopolisé par la Grande Distribution n'est en général pas viable pour le producteur, comme nous allons l'évoquer dans le chapitre suivant.

2. UN SYSTEME EN CRISE FACE A UNE CONSOMMATION EVOLUTIVE

La consommation alimentaire des ménages a fortement évolué depuis 50 ans. Le système économique du supermarché prépondérant en France est aujourd'hui remis en cause, par les consommateurs, par les producteurs et par les résultats économiques peu probants.

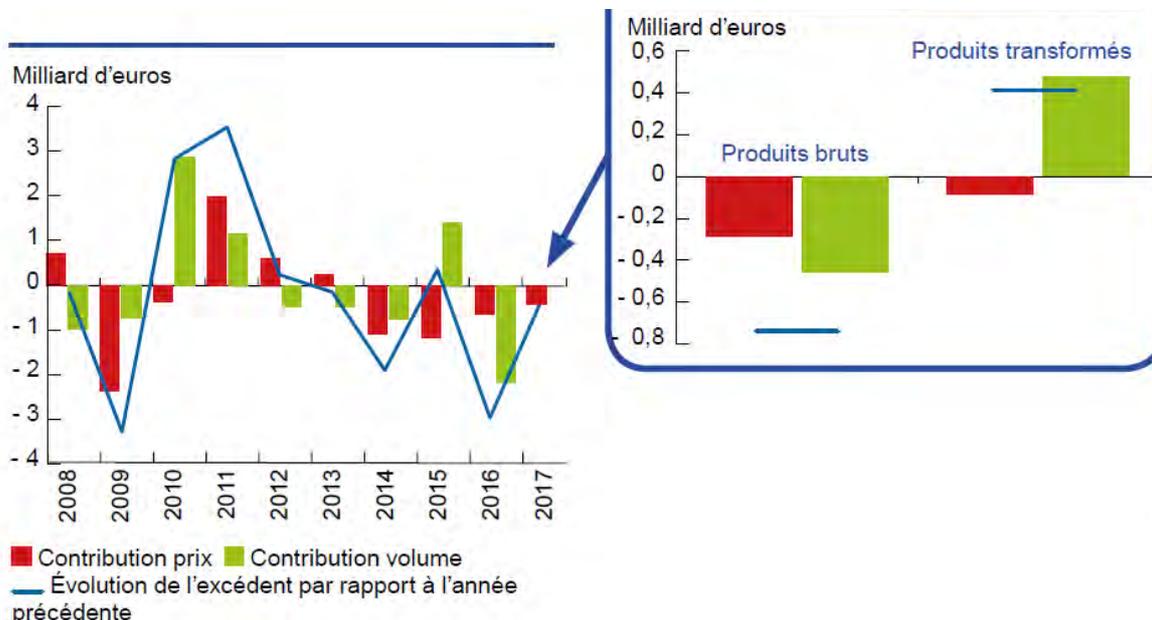
L'avènement du e-commerce vient aussi perturber ce système de la Grande Distribution bien établi.

2.1 Un système économique défaillant

Des indicateurs nationaux dans le rouge

En 2017, la balance commerciale a accusé un déficit de 62,3 milliards d'euros, soit 14 milliards de plus qu'en 2016, selon les chiffres des Douanes. Comme le montrent les graphiques suivants, la nouvelle baisse de l'excédent agroalimentaire français en valeur et donc les chiffres du secteur agricole se sont détériorés en conséquence d'un effet prix⁵. La progression des volumes des produits transformés a compensé la chute des produits bruts.

Figure 3 : Evolution du secteur agroalimentaire en 2017



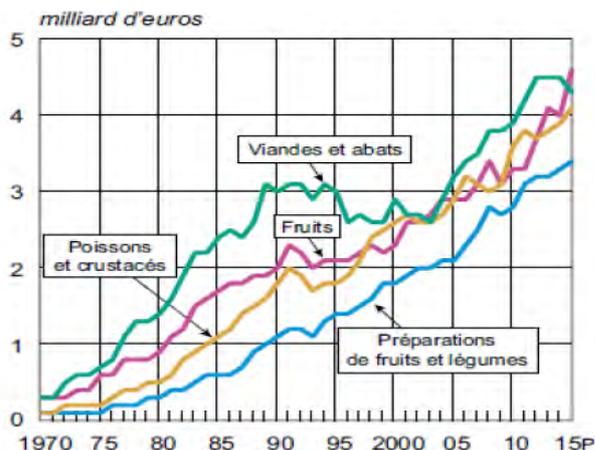
Concernant le commerce extérieur agricole et agro-alimentaire, la situation se dégrade depuis les années 2000. En 2015, les importations de produits agroalimentaires dépassent 50 milliards d'euros. Elles augmentent de 4 % par rapport à 2014 et de 79 par rapport à 2000 !

⁵Source : le commerce extérieur s'enfonce dans le rouge, les échos du 08/02/2018

Les fruits sont les principaux produits importés par la France, suivis par les viandes et abats et les poissons. Depuis 2012, l'Espagne est le premier fournisseur de la France, suivie de la Belgique, de l'Allemagne et des Pays-Bas⁶.

Figure 4 : Principales importations françaises

(source DGDDI - Douanes)



Le secteur de l'agro-alimentaire n'a pas attendu 2017 car depuis **plus de 10 ans son solde commercial est négatif en France**. Excédentaire à la fin des années 90, il plonge sous la ligne de flottaison à partir de 2006 sous l'impact d'une double offensive. Au milieu des années 2000, dans le secteur de la viande, des concurrents très déterminés ont usé et abusé de la directive de 1996 sur les "travailleurs détachés" pour faire chuter leur coût du travail et évincer les producteurs français.

La seconde vague, plus récente, vient d'Espagne et submerge cette fois-ci les secteurs du grain, de la panification, des fruits et légumes et enfonce un peu plus encore la filière viande, les industriels ibériques jouant sur la forte baisse des salaires.

Mais cela serait une erreur de limiter ces résultats à la seule concurrence étrangère. La Grande Distribution qui, en axant d'abord sa stratégie sur celle des petits prix, exerce une forte pression sur le tissu productif en amont, est largement coupable de ce système économique défaillant⁷.

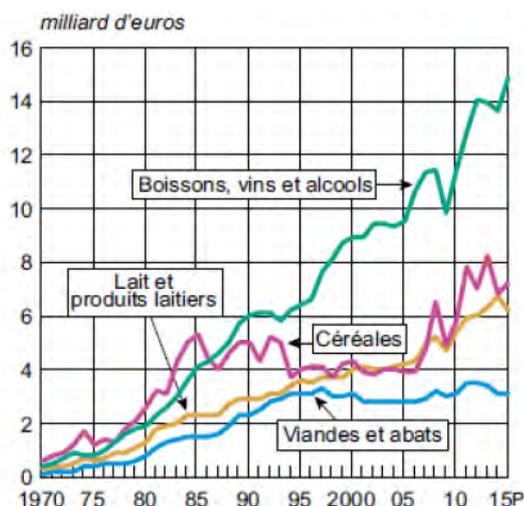
Le système de la Grande Distribution remis en cause

En 2016, le CESE (Conseil Economique Social et Environnemental) s'est prononcé sur les circuits de distribution des produits alimentaires et l'analyse reste identique deux ans après :

Le café, le thé ou le tabac, produits de grande consommation, peu produits en France, présentent structurellement un déficit. **La viande, le poisson et leurs préparations ainsi que les fruits et les préparations associés sont aussi en fort déficit**. Ces déficits sont tendanciellement à la hausse.

Figure 5 : Principales exportations françaises

(source DGDDI - Douanes)



⁶Source: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/conjoncture/commerce-exterieur-agroalimentaire/>

⁷Source : le fiasco de l'agroalimentaire français, la tribune Toulouse du 27/01/2018

"Alors que les réformes successives de la PAC ont remplacé les mécanismes de régulation des quantités et des prix par la contractualisation entre acteurs, la faiblesse de structuration des producteurs comme des filières, laisse les acteurs les plus forts dominer un secteur confronté à une concurrence de plus en plus mondialisée. **Les grandes enseignes assurent plus de 70 % de l'approvisionnement alimentaire en France** et poursuivent leur concentration par leur regroupement récent en quatre centrales d'achat. Leurs fournisseurs sont pour 98 % des TPE et PME, mais les grands groupes nationaux et internationaux dominent. Les intermédiaires, grossistes ou professionnels de la logistique jouent, quant à eux, un rôle de plus en plus stratégique.

Côté producteurs, le nombre d'exploitations agricoles (450 000 en métropole) s'est réduit de 8 % depuis 2010. Les organisations de producteurs, qui tentent de valoriser leurs productions, et les interprofessions, qui organisent les filières, ne disposent pas d'une capacité d'action suffisante.

Dans ce contexte, les négociations commerciales fournisseurs-distributeurs, encadrées par un arsenal juridique conséquent modifié en 2008 par la Loi de Modernisation de l'Economie (LME), sont marquées par une tension très forte. **Les marges sont réduites à un niveau historiquement faible sans pour autant que le consommateur en perçoive les bénéfices.** Producteurs agricoles et salariés paient le prix fort de cette concurrence exacerbée, qui a des conséquences néfastes pour tous les acteurs.

Ce constat alarmant démontre que le système des circuits de distribution actuel n'est plus viable. En plus de ce dysfonctionnement économique flagrant, ces systèmes ont un impact négatif sur les territoires et par conséquent, sur l'environnement notamment vis-à-vis du *bilan carbone*. En effet, les systèmes d'alimentation locaux répondent à un schéma économique relativement absurde. A l'échelle des aires urbaines, nous importons la quasi-totalité des produits agricoles qui entrent dans notre alimentation et exportons dans le même temps la quasi-totalité de ce que nous produisons dans nos fermes⁸.

Par ailleurs, ce modèle dominant de la Grande Distribution, concentré en six grands distributeurs, est largement contesté par les consommateurs qui y font majoritairement leurs courses : c'est le paradoxe du consommateur.⁹

Certains signes, comme l'émergence de nouveaux acteurs et de nouveaux comportements, pourraient toutefois préfigurer de nouvelles tendances. Ainsi, le consommateur demande à être mieux informé. Soucieux de sa santé, de son environnement et sensible au goût des produits, il est attentif aux signes de qualité de l'alimentation. Les circuits de proximité apportent une réponse à sa demande de confiance et de relation plus directe avec le producteur ou le transformateur¹⁰.

L'alimentation de proximité à taille humaine augmente

Au premier trimestre 2018, toutes professions confondues, le commerce de détail alimentaire réalise la plus forte hausse du chiffre d'affaires de l'observatoire national de la petite entreprise : +2 % en moyenne et quelques prouesses impressionnantes comme les +9 % de la pâtisserie artisanale, les +3,9 % des crémiers-fromagers ou encore les +3,7 % des bouchers et poissonniers¹¹. Cette

⁸ Source : "atteindre 10 à 15 % d'autonomie alimentaire est un objectif raisonnable", lagazettedescommunes.com, le 10/07/2017

⁹Source : évolution des stratégies des acteurs de la distribution - Florent Saucède (INRA/SupAgro/MOISA)

¹⁰Source : "Les circuits de distribution des produits alimentaires", avis du CESE du 27 mai 2016

¹¹Source : l'observatoire de la petite entreprise, N° 69 - Juillet 2018

remarquable performance pourrait bien annoncer un mouvement de reprise durable dans les boutiques de proximité.

Par ailleurs, dans le bilan dressé par l'INSEE sur l'activité du commerce alimentaire en 2017, les ventes dans la catégorie "autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé" (incluant notamment la plupart des magasins bio) poursuivent leur ascension avec +6,1 % en 2017 après +13,3 % en 2016.

Les ventes des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) sont aussi en hausse, de près de 5 %. A l'inverse, l'activité des grandes surfaces, qui représente les deux tiers des ventes alimentaires, est en berne (-1,7 % en volume).

2.2 La consommation alimentaire du particulier évolue ¹²

Les données sur la consommation alimentaire de ce chapitre sont à l'échelle nationale, des données à l'échelle régionale auraient été plus pertinentes mais n'ont pas été trouvées.

La part de l'alimentation dans la consommation diminue

En 2014, les ménages consacrent 232 milliards d'euros à leur budget « alimentation », à domicile ou en dehors du domicile, soit **3 600 euros en moyenne par habitant sur l'année**. Ainsi, ils y affectent **20,4 % de leur dépense de consommation**. Il y a un demi-siècle, cette part était beaucoup plus élevée (34,6 % en 1960) et l'alimentation constituait le principal poste de dépense des ménages. Depuis, cette part tend globalement à diminuer, en lien avec l'élévation du niveau de vie moyen. De 1960 à 2014, la consommation alimentaire progresse certes en volume par habitant, de 1,1 % par an en moyenne, mais deux fois moins rapidement que l'ensemble de la dépense de consommation. En revanche, les prix de l'alimentation évoluent au même rythme que ceux de l'ensemble de la consommation.

En 2014, **les trois quarts du budget alimentaire concernent l'alimentation à domicile, le quart restant étant dépensé dans les restaurants, cantines, débits de boissons, etc.** Cette structure a nettement évolué : en 1960, 86 % de la consommation alimentaire se faisait au domicile.

Le panier alimentaire se modifie

Les ménages ont profondément modifié leur panier alimentaire depuis les années 1960 : la part des trois principaux postes (**viande, fruits et légumes, pains et céréales**) **recule régulièrement**. La part de la viande diminue depuis les années 1980 et n'atteint plus que 20 % en 2014, contre 26 % à son apogée en 1967 ; **la viande reste toutefois la principale dépense du panier alimentaire** en 2014. Ce recul provient à la fois de volumes et de prix moins dynamiques que ceux des autres composantes du panier.

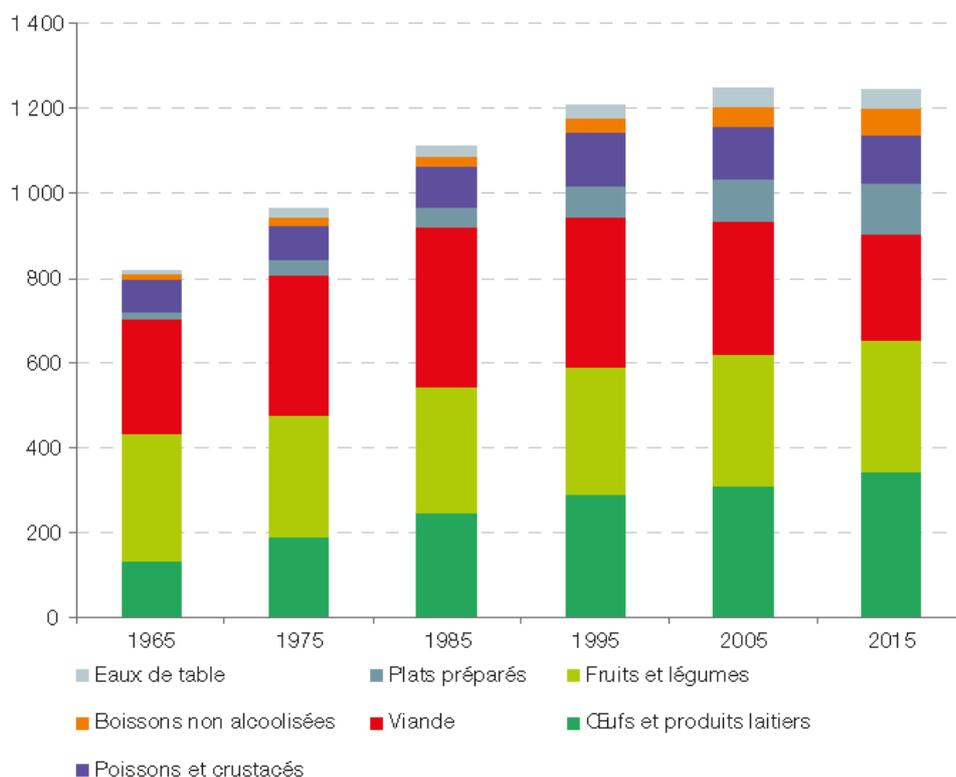
Les **boissons alcoolisées** et, dans une moindre mesure, les fruits et légumes occupent, en 2014, une **part plus réduite dans le panier** qu'en 1960. Il en est de même pour le budget global « pain et céréales » (13 % en 2014 contre 15 % en 1960) : la consommation de pain en volume diminue tandis que celle des autres produits à base de céréales (pâtes, biscottes, biscuits, riz, farine...) augmente.

À l'inverse, certaines dépenses prennent de plus en plus de place au sein du panier alimentaire : c'est le cas des **plats préparés, des produits sucrés** (sucre, confiserie, chocolat, confitures...) et des **boissons non alcoolisées**. Après avoir pris de l'ampleur entre 1960 et 1990 sous l'effet des hausses

¹² <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379769>

de prix, la part de la consommation en œufs et laitages, ainsi qu'en poisson, stagne depuis les années 1990.

Figure 6 : Evolution des dépenses alimentaires par ménage, par type de produits
En euros par habitant



Notes : dépenses de consommation effective des ménages par produit en volume aux prix de l'année précédente chaînés ; montant par habitant en euros 2010.

Champ : France entière.

Source : Insee (comptes nationaux – base 2010). Traitements : SDES

Le prix et le pouvoir d'achat influent sur la composition du panier alimentaire

Différentes pour chaque aliment, les évolutions de prix influencent la composition du panier alimentaire. L'intensité de la réaction des ménages aux évolutions relatives de prix dépend en outre de l'aliment considéré : par exemple, les volumes consommés de lait, de yaourts et de viande de bœuf ou de mouton sont très sensibles aux variations respectives de leurs prix. Pour ces produits, une hausse de leurs prix relatifs se traduit par une forte baisse de leur consommation et *vice versa*.

Pour d'autres produits, comme les pâtes alimentaires ou le pain, l'impact des hausses de prix est plus limité. Ce sont en effet des produits plus difficilement substituables.

De même, tous les produits alimentaires ne bénéficient pas de la même façon des hausses du pouvoir d'achat par habitant, ce qui fait varier le panier alimentaire des ménages.

La consommation de pain ou de pâtes alimentaires baisse ainsi en volume lorsque le pouvoir d'achat progresse. Les ménages utilisent alors leur supplément de revenu pour consommer des aliments moins bon marché, comme la plupart des viandes, les jus de fruits et certains alcools (champagnes et mousseux). En revanche, pour d'autres aliments, la consommation s'avère assez **indifférente aux hausses de pouvoir d'achat : c'est le cas de la viande de bœuf ou de veau, des fruits et légumes**

frais ou de la pomme de terre brute non transformée. Cette dernière constitue l'un des principaux produits de base de l'alimentation en France et est difficilement substituable par d'autres produits. Elle reste très appréciée, même si sa consommation se réduit légèrement (-0,8 % par an en moyenne).

Les ménages privilégient de plus en plus les vins de qualité (IGP et AOP)

En cinquante ans, les ménages ont profondément modifié leur consommation de boissons alcoolisées à domicile. Globalement, **la consommation d'alcool devient plus occasionnelle** : les ménages privilégient de plus en plus les vins de meilleure qualité. Ainsi, ceux de qualité supérieure progressent au détriment des vins de consommation courante (+1,8 % par an en volume par habitant contre -2,7 %). Par ailleurs, les achats d'alcools forts sont dynamiques (+2,2 % par an).

Au total, les vins de consommation courante ne représentent plus que 9 % de la consommation de boissons alcoolisées en valeur, contre 4 % en 1960. La part des vins de qualité supérieure passe, elle, de 8 % à 23 % et celle des alcools forts de 16 % à 35 %.

La consommation des produits bio augmente

En 2015, le chiffre d'affaires de la filière bio pour la consommation par les ménages atteint 5,5 milliards d'euros et a été multiplié par 2,7 par rapport à 2007. Le budget moyen des ménages **consacré à la consommation de produits alimentaires bio est estimé à 86 euros par an par habitant**. Pour leur consommation à domicile, les ménages achètent d'abord leurs produits en grandes surfaces alimentaires (45 %) et en magasins spécialisés dans le bio (36 %). La vente directe du producteur au consommateur (14 %) a connu la plus forte progression entre 2010 et 2015 avec un chiffre d'affaires multiplié par deux. En valeur, les trois quarts des produits bio consommés sur le territoire sont issus de l'agriculture française, limitant ainsi les pressions liées aux importations. Les produits d'épicerie constituent la part la plus importante des produits bio consommés (23 %, soit 20 euros par an par habitant), suivis des fruits et légumes frais, de la crèmerie, comprenant le lait, les produits laitiers et les œufs (18 % chacun), puis de la consommation de vin et autres boissons alcoolisées (13 %), et des viandes (11 %).

2.3 La Restauration Hors Domicile (RHD)

La restauration hors domicile est un secteur économique englobant la restauration collective (cantines scolaires, restaurants d'entreprises, maisons de retraite, hôpitaux,...) et la restauration commerciale (café, hôtel, restaurant, distributeur automatique...).

Une restauration commerciale volatile

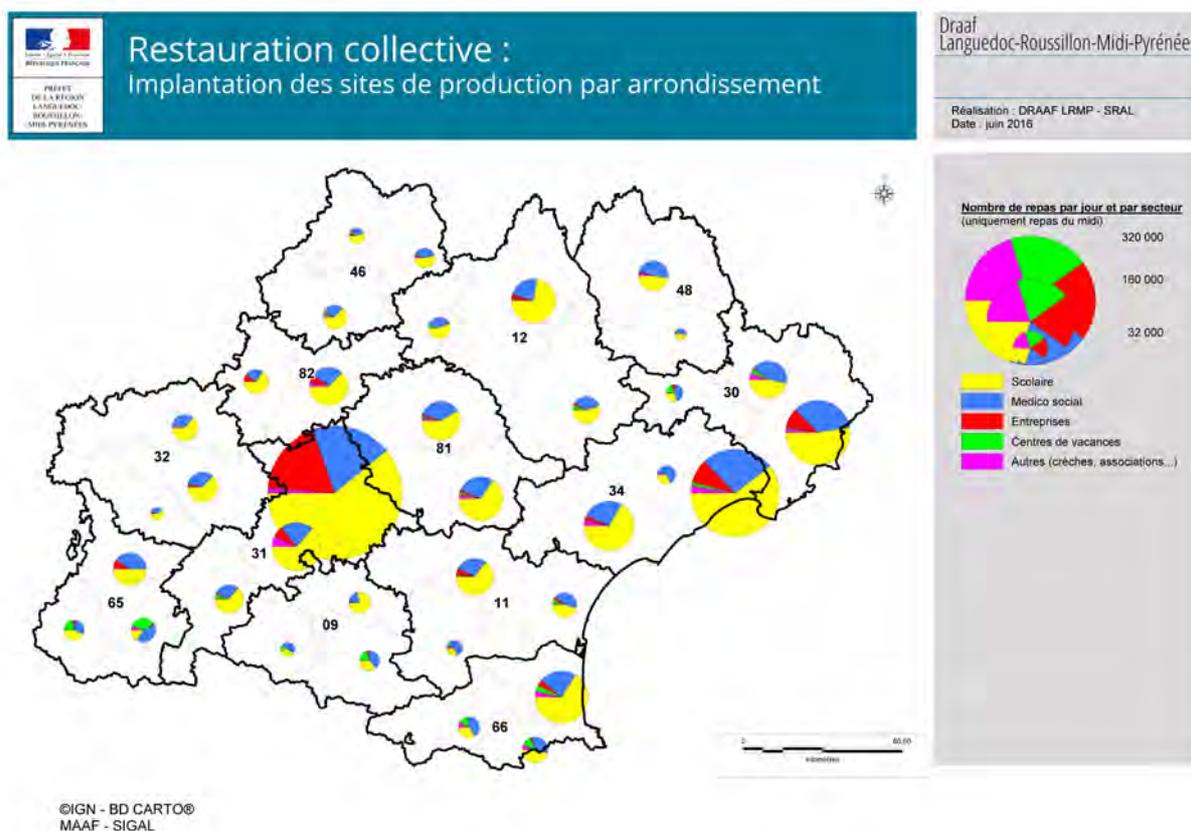
En 2014, les ménages ont dépensé 59 milliards d'euros pour leur **alimentation hors domicile, soit 26 % de leur budget alimentaire**. De 14 % en 1960, cette part n'a cessé d'augmenter sous l'effet des hausses de prix successives. En effet, **manger à l'extérieur coûte de plus en plus cher** : depuis 1960, les prix ont augmenté de 5,9 % par an en moyenne, soit davantage que les prix de l'alimentation au domicile (+4,0 % par an). Parallèlement, l'alimentation hors domicile s'accroît moins rapidement en volume que l'alimentation au domicile (+0,7 % par an et par habitant entre 1960 et 2014 contre +1,2 %). Les évolutions annuelles de l'alimentation hors domicile sont très volatiles : plus facilement arbitrable, **cette dépense est sensible aux variations de prix et aux fluctuations de revenus**. Enfin, l'alimentation hors domicile dépend aussi des changements de modes de vie : les ménages se détournent des débits de boissons (-2,0 % par an en volume par habitant), mais ils fréquentent davantage les restaurants et les cantines (+1,6 % par an).

Une restauration collective importante en Occitanie

85 % des repas pris hors domicile sont servis dans la restauration collective dont la gestion est directe ou concédée.

En Occitanie, 1,3 million de repas sont servis tous les midis en restauration collective et 1 personne sur 3 fréquente un site de restauration collective tous les midis. 4 320 sites préparent moins de 500 repas par jour et 527 sites entre 500 et 32 000 repas par jour.

Figure 7 :



Avec 25 millions de repas par an assurés par la région dans 193 restaurants scolaires soit 157 000 repas par jour, la restauration scolaire représente un formidable potentiel de débouchés pour les produits régionaux.

56 millions d'euros sont consacrés à l'achat de denrées alimentaires pour les lycées.

Pourtant 67 % de la viande en restauration collective est importée.

2.4 L'avènement du e-commerce modifie les habitudes

Internet contribue à réorganiser le déploiement des activités humaines dans l'espace mais aussi dans le temps, ce qui va générer des implications en termes d'horaires, de fréquence et de géographie des déplacements. Ces questions se posent en particulier dans le domaine des courses qui représentent un cinquième des déplacements des français.

Au cours des dernières décennies, les enquêtes nationales sur la mobilité des français et sur le budget des familles montrent que les lieux et les déplacements pour achats courants ont assez peu

évolué. 72 % des dépenses alimentaires se font dans les grandes surfaces et 15 % dans les commerces de détail spécialisés. Les achats sont réalisés principalement en voiture.

Cependant, le e-commerce vient perturber ce système bien établi.

La croissance du e-commerce aux particuliers s'est maintenue en 2016 notamment sous l'effet d'une augmentation de l'offre et de la fréquence d'achat. Au global, les ventes sur internet ont progressé de près de 15 % sur un an. Le chiffre d'affaires du e-commerce en France est de 72 milliards d'euros. L'alimentation et les produits de grande consommation représentent 24 % des produits et services achetés sur Internet en 2016.¹³

Le e-commerce alimentaire ne cesse d'augmenter depuis 2011 en particulier avec le phénomène des *drives* qui explose. Les drives accolés aux super ou hyper fonctionnent beaucoup mieux que les drives isolés, dont certains ont fermé faute de rentabilité.

Même s'il est encore pratiqué majoritairement par les jeunes, les diplômés et les cadres supérieurs, le e-commerce connaît une diffusion progressive dans la population. Les achats alimentaires sont minoritaires mais en forte croissance sur la période récente. Entre 2007 et 2011, l'INSEE estime que la part des Français ayant acheté de la nourriture ou de l'épicerie sur Internet est passée de 3 % à un peu plus de 6 %.

L'étude de SyndicatePlus¹⁴ sur l'état du e-commerce alimentaire en Europe montre que le Royaume-Uni et la France sont les deux marchés les plus développés malgré deux modèles de récupération différents, respectivement la livraison à domicile et le drive. Même si le e-commerce alimentaire a démarré très lentement en France, il consolide aujourd'hui ses parts de marché. Avec désormais 3 % de part du marché alimentaire national, il se rapproche du e-commerce britannique, le plus ancien et le mieux implanté en Europe.

Le choix des produits alimentaires qu'il est possible d'acheter sur Internet tend d'ailleurs à s'élargir ainsi que les possibilités de récupération des produits : livraison et retrait. La livraison à domicile reste généralement cantonnée à des produits de niche bien souvent onéreux. Par contre, les points de retrait se diversifient avec l'apparition de lieux uniquement dédiés au retrait, comme le casier automatique¹⁵. Dans les grandes agglomérations, la distribution s'organise pour la livraison à domicile.

3. UN CADRE POLITIQUE ET REGLEMENTAIRE FAVORABLE

Face à ce système de distribution défaillant et à la demande croissante des consommateurs pour une alimentation saine et de qualité, les politiques nationales et européennes ont dû évoluer.

3.1 Un déclencheur : les Etats Généraux de l'Alimentation

En décembre 2017, après cinq mois de travaux, les Etats Généraux de l'Alimentation ont abouti à un projet de loi, trente plans de filières et cinq plans d'actions.

¹³ Source : <https://www.fevad.com/chiffres-cles-cartographie-e-commerce-2017/> fevad (Fédération e-commerce et vente à distance),

¹⁴ Source : état de l'e-commerce alimentaire en Europe - VanHerpen, 2014

¹⁵ Casier automatique : casier de retrait automatique de colis (exemple : Amazon installé dans les gares)

L'exercice a surtout permis de renouer le dialogue entre les différentes parties prenantes du monde agricole, et avec la société civile. Par ailleurs, une "charte d'engagement pour une relance de la création de valeur et pour son équitable répartition au sein des filières agroalimentaires françaises" a été signée par les acteurs de la production, de la coopération agricole, des entreprises de l'alimentaire et de la distribution, ce qui a aussi renoué les liens entre les différents acteurs de la chaîne alimentaire.

La majeure partie du projet de loi issu des Etats Généraux de l'Alimentation est consacrée à la modification du cadre juridique qui régit les relations entre les producteurs, transformateurs et distributeurs avec pour objectif de rééquilibrer les rapports de force. Ce projet établira également la séparation du conseil et de la vente des produits phytosanitaires et inscrira le développement de l'approvisionnement en produits bios ou locaux dans la restauration collective mais sans fixer d'objectif.

Finalement, seules 5% des mesures passeront par le projet de loi. Les stratégies d'avenir des plans de filière définis par les interprofessions devront mettre en œuvre les autres mesures. Trente interprofessions ont déposé trente plans de filières¹⁶ : bovin viande, veau, ovin, caprin, équin, porc, volailles de chair, lapin, œufs, lait, pommes de terre, céréales, huiles et protéines végétales, betterave sucrière, chanvre, trufficulture, semences et plants, cidre, fruits et légumes, horticulture, tabac, génétiques des ruminants, banane, PPAM, vins. Ces plans de développement et de transformation des filières agricoles et agroalimentaires doivent permettre de fixer des objectifs de restructuration interne aux interprofessions, des objectifs de montée en gamme sur la bio, sur les signes de qualité, des objectifs environnementaux et sociétaux, des programmes de recherche agricole, de ciblage des investissements.

Par ailleurs, l'Etat entend agir à travers cinq plans d'actions qui sont ressortis des Etats Généraux de l'Alimentation :

- un plan d'actions pour la bio économie avec un volet agricole,
- un nouveau plan bio ayant pour objectif d'atteindre 8 % de la Surface Agricole Utile (SAU) d'ici 2020,
- en matière de restauration collective, le projet de loi sera renforcé par la réactivation du Groupement d'Etudes des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition (GEMRCN), par le renforcement des formations des acheteurs publics aux règles des marchés publics, par la simplification de la logistique,
- le plan Ecophyto qui sera adapté dans sa gouvernance, son pilotage opérationnel et son financement pour accélérer la mise en œuvre des solutions,
- le gaspillage alimentaire sera ajouté comme un volet possible de la *Responsabilité Sociétale des Entreprises* (RSE).

3.2 Une nouvelle loi agriculture et alimentation aux sujets contestés

La loi agriculture et alimentation pour "l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable et accessible à tous" a été votée et largement débattue par les diverses parties prenantes. Elle comporte plusieurs enjeux qui concernent pleinement notre sujet d'étude.

¹⁶ source : alimagri, site du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation - #EGalim-Les plans de filières, du 15/01/2018

En effet, elle vise d'abord à **améliorer l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole** et alimentaire. Assurer la souveraineté alimentaire passe notamment par la préservation de la capacité de production agricole et la juste rémunération des agriculteurs. Pour cela, le processus de construction du prix payé aux agriculteurs est inversé et s'appuie désormais sur les coûts de production des producteurs, les promotions en prix et en volumes seront limités, le seuil de revente à perte sera relevé.

Elle vise ensuite à renforcer la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits pour **une alimentation saine, de qualité et durable**. Par exemple, en matière de commercialisation de produits phytosanitaires, les activités de vente et de conseil sont séparées.

Enfin, elle vise à permettre à chacun d'accéder à une alimentation saine, sûre et durable. Dans ce cadre, **la restauration collective publique devra s'approvisionner avec au moins 50 % de produits issus de l'agriculture biologique, locaux ou sous signes de qualité** à compter du 1^{er} janvier 2022 et le gaspillage alimentaire sera réduit dans la restauration collective par la mise en place d'un diagnostic obligatoire et du don alimentaire.

L'Assemblée Nationale a adopté le projet de loi Alimentation le 30 mai 2018, après une semaine de débats passionnés.

Les sénateurs ont adopté le projet de loi sur l'agriculture et l'alimentation dans la nuit du 2 au 3 juillet 2018, après quelques modifications apportées au texte voté par les députés. Les sénateurs ont renforcé l'encadrement des promotions sur les produits alimentaires, et sanctionné les abus de pénalités imposés aux producteurs sans prendre en compte les contraintes d'approvisionnement propres à certaines filières.

Mardi 10 juillet 2018, la commission mixte paritaire chargée de proposer un texte sur les dispositions restant en discussion du projet de loi, s'est réunie mais n'est pas parvenue à un accord.

Les 12 et 25 septembre 2018, l'Assemblée Nationale et le Sénat ont entamé respectivement l'examen en nouvelle lecture du projet de loi Alimentation, dite aussi "Loi EGALIM".

Enfin, le projet de loi a été adopté définitivement par l'Assemblée Nationale le 2 octobre 2018 (227 Députés pour, 136 contre et 11 abstentions).

3.3 Des outils pour dynamiser les initiatives territoriales : les PAT

Créés par la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014, les Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) s'appuient sur un diagnostic partagé faisant un état des lieux de la production agricole et alimentaire locale, du besoin alimentaire du bassin de vie et identifiant les atouts et contraintes socio-économiques et environnementales du territoire.

Les projets alimentaires territoriaux répondent à l'enjeu d'ancrage territorial mis en avant dans le programme national pour l'alimentation et peuvent revêtir en particulier :

- **une dimension économique** : structuration et consolidation des filières dans les territoires, rapprochement de l'offre et de la demande, maintien de la valeur ajoutée sur le territoire, contribution à l'installation d'agriculteurs et à la préservation des espaces agricoles,
- **une dimension environnementale** : développement de la consommation de produits locaux et de qualité, valorisation d'un nouveau mode de production agro-écologique, dont la production biologique, préservation de l'eau et des paysages, lutte contre le gaspillage alimentaire,

- **une dimension sociale** : éducation alimentaire, création de lien, accessibilité sociale, don alimentaire, valorisation du patrimoine.

Les PAT sont soutenus par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, le Ministère des Solidarités et de la Santé et l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME). Pour l'appel à projet 2017-2018, une dotation de 1,5 million d'euros a été débloquée.

En Occitanie, cinq projets ont été retenus dans ce dernier appel à projet. Il s'agit des PAT :

- "Rapprocher les consommateurs de la métropole toulousaine des producteurs régionaux" porté par Toulouse Métropole,
- "EPIDAURE Market, savoir choisir librement pour une alimentation durable et pour sa santé" porté par Epidaure, département de Prévention de l'Institut régional du cancer de Montpellier,
- "Développement d'une agriculture et d'une alimentation de proximité" porté par la mairie d'Albi,
- "Co-création et diffusion d'un Escape Game sur le gaspillage alimentaire à destination des adolescents" porté par "Le temps presse"
- « Manger mieux bon et bien en Pyrénées Catalanes » porté par l'Association Chemin Faisant

Des visuels à l'appui

Les PAT retenus peuvent bénéficier d'une reconnaissance officielle délivrée par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Cette reconnaissance ouvre droit à l'usage de la marque "Projet Alimentaire Territorial" reconnue par le Ministère de l'Agriculture et du logo associé.

De plus, une collectivité qui à travers un PAT aura garanti une alimentation de qualité en rapprochant les acteurs de territoires pourra utiliser le slogan "Bien Manger, c'est l'affaire de tous !" ¹⁷



3.4 Des réglementations européennes allant dans le même sens

Entré en vigueur le 1^{er} janvier 2018, le **règlement européen dit "Omnibus"** engendre de nombreuses évolutions de nature à simplifier la mise en œuvre de la Politique Agricole Commune. Des avancées importantes, notamment en matière d'organisation et de négociation des filières agricoles, font écho à la Loi Agriculture et Alimentation. Ainsi, cet alignement du cadre communautaire et national renforcera la résilience du secteur et facilitera le travail des agriculteurs au quotidien :

- les Organisations de Producteurs peuvent négocier librement les contrats, au nom de leurs membres, ainsi que planifier et optimiser leurs productions et leurs commercialisations,
- une clause de partage de la valeur ajoutée qui peut être négociée entre les agriculteurs, et leur premier acheteur a été instaurée,
- le seuil de déclenchement de l'assurance climatique et le fonds de stabilisation des revenus sont désormais applicables dès 20 % de perte de revenu,

¹⁷ source : "Construire son projet alimentaire territorial" : repère et outils, DRAF - Edition 2015

- afin d'accroître le renouvellement des générations d'agriculteurs, les états membres peuvent majorer jusqu'à 50 % les paiements du premier pilier,
- les mesures de verdissement seront simplifiées.

Lors du Conseil des ministres européens de l'agriculture, le 16 avril 2018, le Commissaire Phil Hogan a présenté une **proposition de directive européenne sur les pratiques commerciales déloyales affectant la chaîne d'approvisionnement alimentaire**. L'Europe fait en effet le même constat que le gouvernement français de la nécessité de rechercher un meilleur équilibre entre les acteurs du secteur alimentaire et de renforcer le poids des agriculteurs dans les relations commerciales.

La France souhaite que la directive permette de clarifier l'application des règles de référencement ou d'achat aux centrales d'achats internationales et de renforcer la lisibilité juridique de leurs pratiques, notamment pour éviter toute délocalisation de ces centrales à seule fin de contournement du droit national des Etats membres¹⁸.

Il est à noter que la réglementation européenne s'était déjà impliquée dans la **composition des aliments**. En 2006, l'adoption du règlement REACH par le Parlement européen concernait les substances chimiques dans les aliments. En 2008, la réglementation européenne évolue en matière d'additifs, avec le "paquet substances".

¹⁸Source : communiqué de presse du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, 16/04/2018

II. CONSTAT D'EVOLUTION ET DE TRANSITION

La production régionale est exceptionnelle mais les revenus des agriculteurs sont au plus bas. Le même constat est fait au niveau national. Le système d'approvisionnement alimentaire français n'est plus viable pour tous les intervenants. Par ailleurs, l'alimentation est un sujet de préoccupation majeur. Les consommateurs attendent des réponses en matière de santé publique, de qualité des produits, mais aussi en termes d'impacts sociétaux, économiques, environnementaux, de lien social, d'éthique, de sauvegarde des paysages. La ruée vers le bio démontre cette évolution.

Face à ce bouleversement dans le secteur alimentaire, tous les acteurs s'adaptent et de grandes évolutions sont visibles au niveau de la consommation, de la production et des circuits de distribution.

La compétitivité est trop souvent réduite à une question de prix alors qu'elle intègre des paramètres extrêmement divers qui découlent de nouvelles attentes de la société et des consommateurs. Le CESER Occitanie considère la compétitivité comme « la capacité des filières agricoles et agroalimentaires à proposer une alimentation saine et de qualité, répondant aux besoins et attentes des consommateurs, des citoyens, et plus largement de la société, notamment en matière de santé, de préservation et de renouvellement des ressources naturelles, à des prix socialement acceptables et dont la valeur produite permet une rémunération équitable du travail ».

1. (R) EVOLUTION DE LA CONSOMMATION

Les sociétés contemporaines se caractérisent par un changement de plus en plus rapide, aussi bien au niveau des structures sociales que des comportements des acteurs. Parmi les diverses tendances à l'œuvre, nombreuses sont celles qui impactent les pratiques alimentaires : urbanisation, individualisation, accélération des rythmes de vie, nouveau rapport à la nature, volatilité des préférences... Le modèle alimentaire français, qui repose sur la commensalité, la qualité des mets et la séquence "entrée-plat-fromage-dessert" est une spécificité qui reste bien ancrée dans les mentalités et les pratiques. Cependant, les comportements alimentaires ont évolué et le consommateur aspire à explorer de nouvelles opportunités de consommation.

Une étude¹⁹ a permis d'identifier seize évolutions des conduites alimentaires partagées par tout ou partie de la population. Ces tendances peuvent être structurelles, profondes, observables seulement sur une longue période. Elles peuvent aussi être émergentes, donc d'origine plus récente et commençant juste à déployer leurs effets. Enfin, les tendances peuvent être conjoncturelles lorsqu'elles sont relatives aux circonstances vécues (crises sanitaires, intempéries...).

¹⁹ "Comportements alimentaires de demain" réalisée par Blezat Consulting, Crédoc et Deloitte Développement Durable, commandée dans le cadre du Contrat de Filière Agroalimentaire par le MAAF, l'ANIA, la CGAD, la CGI, Coop de France, la FCD et France Agrimer.

Figure 8 : les nouvelles tendances de consommation



Source : CESER Occitanie, septembre 2018

1.1 Les nouvelles tendances structurelles

Les facteurs de changement qui font émerger ces quatre premières tendances sont les facteurs démographiques et de modes de vie. Le mode de vie urbain et l'exigence croissante de rapidité de la société moderne ont restreint le temps accordé par les Français à l'achat et à la préparation des repas : 25 % de temps en moins en 25 ans. Il s'agit de la baisse du temps moyen consacré à la préparation des repas en France entre 1968 et 2010²⁰. Ils aspirent à davantage de temps pour les loisirs et recherchent praticité et gain de temps concernant leurs prises alimentaires.

- **Le "prêt à manger"** : nous assistons ainsi à l'augmentation de la consommation de produits transformés (légumes coupés, salades en sachet déjà lavées, purée lyophilisée, soupes...) et de plats préparés (frais, conserves de plats cuisinés, surgelés). Les sandwiches et les pizzas font partie des produits les plus consommés. La fréquentation des restaurants de type rapide est à la hausse, l'offre snacking connaît un succès grandissant, et la livraison des repas à domicile ne cesse de se développer.
- **La recherche de nouvelles occasions de consommation** : les clients n'hésitent pas à tester des concepts commerciaux innovants, tels que les fusions (boutiques-restaurants par exemple). Les abonnements avec livraisons de box (box fromages, box vins...) sont aussi un moyen de consommer autrement, tout en gagnant du temps, de même que les dégustations dans les lieux insolites. Les consommateurs recherchent de nouvelles occasions de consommation, basées sur la quête du plaisir, le goût de la découverte et la praticité (gain de temps). De nouvelles formes de repas comme les brunchs ou les apéritifs dînatoires se développent, en lien avec la recherche du lien social. Elles s'inscrivent dans la volonté de simplifier la préparation des repas.

²⁰Source : INSEE 2012

- **Les nouvelles expériences liées à la mondialisation** : les jeunes générations d'aujourd'hui voyagent plus que leurs aînés et aiment retrouver cette mixité culturelle dans leur alimentation. D'après l'enquête du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC) en 2016, la nourriture asiatique est toujours la plus plébiscitée par les consommateurs, suivie par la cuisine mexicaine puis par la cuisine méditerranéenne. A noter ces dernières années dans les grandes villes françaises, l'explosion des burgers, bagels et autres produits venant des Etats-Unis. L'essor des *fast food* dans les années 2000 en France illustre cette tendance. Plus récemment, le concept des *food trucks* s'est développé dans les grandes villes françaises.
- **L'individualisation** : les personnes vivant seules sont de plus en plus nombreuses du fait du vieillissement de la population, du célibat ou du divorce plus répandus. La part d'hommes ou de femmes vivant seul(e)s est passée de 27 % à 34 % de l'ensemble des ménages entre 1990 et 2012. Elle devrait atteindre 44 % en 2025. De plus, au sein d'une même famille, l'individualisation des modes et rythmes de vie implique des repas adaptés à chacun. Ainsi les produits en formats individuels, permettant une consommation nomade, ont le vent en poupe. Par ailleurs, le développement des offres personnalisables répond à cette ambition (emballage personnalisé avec le prénom du consommateur par exemple).

Ces quatre premières tendances vont avoir des impacts sur toute la chaîne de production et de transformation. L'effritement du modèle alimentaire, la simplification des repas, l'individualisation, la déritualisation du petit déjeuner ont des conséquences directes sur certains marchés : baisse structurelle et générationnelle de la consommation de légumes et de lait mais développement des produits "mini", exotiques. Au niveau de la transformation, ces tendances ont pour conséquences le développement constant du surgelé, de la 4^{ème} gamme voire de la 5^{ème} gamme, des repas tout prêts, des box. Pour ces tendances, un développement des partenariats entre agriculteurs et transformateurs est à envisager.

Les facteurs de changement qui font émerger les six prochaines tendances sont les facteurs culturels et de valeurs collectives. Face aux scandales alimentaires récents, aux idéologies nouvelles, aux considérations environnementales et à l'évolution du rapport Homme-Animal, le consommateur est devenu inquiet et méfiant et a pris conscience du lien qui existe entre son alimentation, sa santé et son bien-être.

- **Alimentation santé - bien-être** : une partie des consommateurs cherche à travers l'alimentation à réduire le risque de maladies et/ou à améliorer ses performances physiques et intellectuelles. Le plus souvent pour des raisons esthétiques, pour perdre du poids mais aussi pour des raisons de santé, les régimes "minceurs" ont toujours autant de succès auprès du public. Ces consommateurs recherchent des aliments "allégés" afin de limiter leur consommation de sucres et de graisses. D'autres consommateurs suivent un régime particulier dans le cadre d'une pathologie spécifique. Les consommateurs allergiques ou intolérants représenteraient 10 % de la population²¹. Enfin, certains consommateurs se servent de leur alimentation pour prendre soin de leur santé. Ils privilégient alors les aliments complets riches en fibres ainsi que les aliments enrichis en vitamine D, calcium, oméga 3... Au sein de ces aliments enrichis peuvent figurer les *probiotiques* et les aliments fermentés.

²¹ Source : Association Française Des Intolérants Au Gluten, 2016

- **Baisse de la consommation de protéines animales** : la consommation de protéines animales diminue en France comme dans les autres pays développés ainsi que celle du lait. On observe un report vers d'autres aliments d'origine animale (œufs, fromages) mais aussi une augmentation de la demande en protéines végétales (légumineuses, soja, céréales, algues...) ou en sources protéiques alternatives (insectes, levures). Les enjeux environnementaux, les conditions de production et de transformation (abattage) rentrent de plus en plus dans les critères de choix des consommateurs. Nous retrouvons dans cette tendance les végétariens (exclusion des viandes, poissons et fruits de mer) et les flexitariens (consommer moins de viande mais de meilleure qualité).
- **Recherche de naturalité** : les consommateurs sont attentifs à la composition des aliments et privilégient ceux sans éléments artificiels et cherchent à éviter les produits issus de biotechnologies, les Organismes Génétiquement Modifiés (OGM) ou encore l'utilisation de pesticides dans l'agriculture. Il est à noter qu'en France et en Europe, le terme "naturel" n'est pas défini réglementairement pour les denrées alimentaires. 63 % des consommateurs ont répondu à la question "qu'est-ce qui vous fait dire qu'un aliment est naturel ?" par "il ne contient pas de produit chimique" et 42 % par "il n'a pas été transformé"²². Le marché du Bio est quant à lui en pleine expansion répondant à l'attente des consommateurs en supprimant les intrants chimiques de synthèse.
- **Alimentations particulières et communautés** : parfois pour des raisons médicales (allergies alimentaires, intolérance au gluten, au lactose, régimes...) parfois pour des raisons éthiques (*véganisme, végétarisme...*), pour l'expression d'un besoin d'affirmation identitaire ou pour des raisons religieuses (*halal, casher*) et parfois pour des raisons non clairement identifiées (*crudivorisme, insectivorisme, régime sans gluten...*), le consommateur adopte des consommations particulières et des régimes spécifiques. Des communautés se créent ainsi via Internet autour de thématiques, d'opinions, de savoir-faire culinaires ou d'expériences diverses et variées.
- **Plus de transparence** : face aux scandales alimentaires récents (crise de la vache folle, fraude à la viande de cheval...), les consommateurs français ont développé une certaine méfiance vis-à-vis des produits standardisés. Cette demande de transparence se retrouve pour la nature même du produit (composition, traçabilité des matières premières, apports nutritionnels) mais également pour les modalités de sa production (conditions de travail, utilisation de produits chimiques en agriculture...). Elle est liée à un désir de rassurance et de sécurité, et renforcée par une montée des préoccupations éthiques ou écologiques dans la société française. Une politique de RSE exigeante, mettant en avant les valeurs de l'entreprise, est très appréciée par les consommateurs.
- **Proximité** : les consommateurs cherchant à revenir à des "valeurs sûres" privilégient la proximité, qu'elle soit géographique, sociale, économique. Ils entendent ainsi faire valoir la tradition (terroir), le respect de l'environnement (peu de transport), celui des producteurs (revenu et conditions de travail décentes). Ils font preuve de patriotisme économique et encouragent le développement de l'économie, de l'emploi et l'agriculture locaux. Cette demande des produits locaux se traduit au niveau des collectivités par une forte volonté politique d'introduire ce type de produits en restauration collective, en particulier pour les

²²Source : MEDIPRISM, 2013

enfants. Selon le Ministère de l'Agriculture, 71 % des consommateurs français souhaitent contribuer, par leurs achats, au soutien des produits régionaux²³.

- **Nostalgie et authenticité** : la société moderne se caractérise entre autre par des individus en mal de repères qui perçoivent l'avenir incertain, évoluant dans un monde plus globalisé et complexe. Leur besoin de sécurité et d'identité se traduit dans leurs comportements de consommation. Ils vont rechercher des produits "authentiques" issus de leur patrimoine culturel ou ayant trait à leur enfance.

Ces tendances promeuvent l'agriculture biologique et l'agriculture raisonnée (réduction de la quantité d'intrant de synthèse) ainsi que les signes officiels de la qualité et de l'origine, avec une traçabilité des produits utilisés. Elles orientent la production vers des cultures utilisées dans les produits sans gluten : riz, châtaigne, pois chiche, sarrasin, maïs, quinoa, la culture de protéines végétales : soja, quinoa, levure, légumineuses, les cultures innovantes à petite échelle type algues (spiruline par exemple) et insectes, la culture de fruits et légumes frais, légumes secs, la culture de variétés ou espèces "oubliées". Elles ont pour conséquence de forcer la recherche d'outils de transformation ou de conditionnement au plus près de la production.

Elles ont par ailleurs pour effet de freiner la production de viande de bœuf, agneau et porc, de poisson frais, de lait en tant qu'aliment mais non en tant qu'ingrédient.

1.2 Les nouvelles tendances conjoncturelles

En 2017, selon l'INSEE, la conjoncture est à la décélération de la consommation et du pouvoir d'achat en France. Les premiers critères de choix des consommateurs sont le prix bas et le choix des produits, devant les services et l'expérience client. Or, les contraintes économiques pèsent sur le budget alimentaire des ménages, surtout chez les jeunes générations. Celles-ci doivent arbitrer avec d'autres postes de dépenses : les loisirs, l'habillement, sans compter les contraintes de logement et d'énergie dont le poids dans le budget des ménages s'accroît sur une longue période. Les ménages les plus modestes sont particulièrement vulnérables, car ils consacrent une part importante de leur budget à l'alimentation.

- **Consommateur stratégique** : confrontés à de très fortes contraintes budgétaires, le consommateur cherche à profiter de prix bas, tout en continuant à se faire plaisir. Sur la question du prix, Internet et les e-comparateurs sont rapidement devenus déterminants dans la recherche du meilleur rapport qualité-prix, au même titre que les prospectus publicitaires autrefois. Cette tendance a créé les *hard discounts* ainsi que les magasins de déstockage alimentaire, spécialisés dans la seconde vie des produits non écoulés dans le circuit traditionnel (défaut, DLC courte, stocks importants...).
- **Faire soi-même** : la crise économique de 2008 et suivantes a entraîné le développement de nouvelles habitudes en termes de repas pour la pause méridienne. Ce phénomène se couple avec la volonté, pour certains consommateurs, de maîtriser le contenu de leur repas et la manière dont il a été préparé. Enfin, le "cuisiné maison" répond également à une recherche de lien social et de convivialité. La cuisine fait partie des loisirs préférés des Français. En témoignent les nombreuses émissions de télévision consacrées à ce sujet et le développement des cours de cuisine.

²³Source : Les différents circuits de proximité en Occitanie, Chambre Régionale Agriculture Occitanie

- **Moins de gaspillage alimentaire** : toujours par souci économique mais plus au niveau collectif qu'individuel, et pour des raisons environnementales et sociétales, nombreux sont les consommateurs qui souhaitent s'engager dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Cela engendre des évolutions des modes de consommation mais aussi des modes de production puisque l'ensemble des acteurs des filières alimentaires est concerné par le sujet.

Puisque les consommateurs sont à la recherche de produits bruts ou en partie transformés et d'informations sur le lieu de provenance, il y a là une formidable opportunité pour les producteurs de vente directe sur leurs exploitations. Les nouveaux types de vente comme la libre cueillette de fruits et légumes directement sur l'exploitation peuvent aussi se développer.

Les pratiques agricoles doivent aussi s'adapter de manière à délaissier le moins de produits possible que ce soit au moment de la récolte ou du tri.

1.3 Une nouvelle tendance émergente : digital et alimentation

S'appuyant sur des évolutions sociétales et technologiques fortes, cette tendance est encore émergente dans le champ de la consommation alimentaire.

La révolution digitale impacte tous les secteurs y compris celui de l'alimentation. Le digital transforme les comportements alimentaires des consommateurs dans toutes les étapes précédant ou suivant l'acte d'achat : recherche et partage de l'information (comparateurs, base de données, géolocalisation, alimentation connectée), l'acte d'achat, les services associés à l'achat comme la livraison et l'évaluation post-achat. Cette tendance émergente a déjà commencé à s'ancrer dans les habitudes avec notamment le succès des drives et pourrait encore s'amplifier dans les années à venir. Elle résulte de plusieurs moteurs : le nomadisme, la digitalisation, l'individualisation et la réduction du temps consacré à l'alimentation. Cette nouvelle tendance s'appréhende à différents niveaux : développement de nouvelles pratiques d'achat adoptées par des consommateurs en quête de praticité et de temps ; progression de l'alimentation connectée, basée sur l'utilisation de données personnelles (appareils électroménagers intelligents, scanners et emballages connectés, applications permettant le suivi des consommations alimentaires...) ; multiplication des réseaux sociaux et des sites prescripteurs, tiers de confiance facilitant les conduites alimentaires.

Parmi les impacts envisagés de cette tendance, on peut retenir ceux sur les circuits de distribution, pour lesquels les modèles économiques sont en cours d'évolution, avec à l'avenir de fortes possibilités de ruptures et d'innovations. Peuvent être cités l'arrivée de nouveaux acteurs (e-commerce), le défi de la livraison à domicile, le développement de la désintermédiation, la remise en cause du modèle de la distribution physique, ou encore les questions de collecte et de valorisation d'une masse croissante d'informations pour le consommateur.

On peut aussi retenir l'intérêt, pour les producteurs, d'exploiter la géolocalisation de certaines applications en tant qu'acteur de proximité, de développer la livraison (produits, repas) ou encore d'utiliser les nouveaux sites marchands regroupant plusieurs annonceurs. Des portails ou autres outils pourraient également être développés à une échelle régionale, voire nationale, en mutualisant les coûts.

Les seize tendances retenues dépendent de facteurs proches et présentent des points communs, qui sont autant de défis pour les acteurs de la filière alimentaire et les pouvoirs publics.

2. L'ADAPTATION DES FILIERES DE PRODUCTION

Face au système économique défaillant de la grande distribution et à l'évolution de la consommation française, la production régionale s'est depuis longtemps adaptée, comme le montre par exemple la progression de l'Agriculture Biologique en région, mais elle poursuit son évolution via les nouveaux plans de filières.

Comme demandé par le Président de la République, Emmanuel Macron, fin 2017, les interprofessions françaises ont élaboré trente plans de développement et de transformation des filières agricoles et agroalimentaires. Mais les ambitions sont hétérogènes car toutes les filières ne partent pas du même niveau.

En Occitanie, sous l'égide de la Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF) en co-animation avec le Conseil Régional, les interprofessions ont travaillé avec la Chambre Régionale d'Agriculture afin d'adapter ces plans nationaux en région. Ces Plans Régionaux de Filière²⁴ sont ambitieux et répondent à différents enjeux sociétaux, environnementaux et économiques.

2.1 En réponse à la demande quantitative

Pour répondre à la demande, qu'elle soit locale, nationale ou internationale, il faut avant tout **maintenir les exploitations sur le territoire occitan**, et plus particulièrement sur des territoires ciblés lorsque des appellations sont présentes. Si l'on veut promouvoir la consommation locale à l'échelle régionale, il ne nous faut pas oublier que chaque année l'Occitanie accueille 52 000 nouveaux habitants. Le maintien, voire le développement du potentiel de production agricole régional est le premier défi à relever. Il implique de poursuivre le travail engagé sur le renouvellement des générations en agriculture, d'amplifier la démarche de préservation des terres agricoles et d'accès au foncier en donnant de vrais outils pertinents, et d'adapter les exploitations au changement climatique.

Renouveler les générations et attirer de nouveaux agriculteurs sur certaines filières

Concernant le renouvellement des générations sur la filière animale, l'amélioration des conditions de travail sera incontournable pour attirer les jeunes générations. En premier lieu, les investissements concernant le renouvellement et la modernisation des bâtiments d'élevage devront être accompagnés financièrement, afin de garder un bon niveau de compétitivité et répondre à l'évolution des pratiques de la filière face aux enjeux sociétaux.

Par ailleurs, le dispositif du fonds d'avance cheptel (prêt à taux 0 pendant 7 ans) mis en place sur la filière élevage en ex- Midi-Pyrénées pourrait être conforté et élargi au périmètre de l'Occitanie et à d'autres filières.

Les filières animales ont inscrit dans leur plan, la promotion du métier et certaines ont déjà des programmes de formation portés par leur interprofession (exemple de Inn'Ovin). La filière bovins lait souhaite améliorer les possibilités de remplacement afin de libérer du temps aux producteurs. La filière avicole devra installer de nouveaux éleveurs dans toutes les espèces pour compenser les pertes de production actuelles, répondre au marché régional et développer la filière poules pondeuses.

²⁴Sources : propositions de plans de filières régionaux pour les productions avicole, lait de brebis de Roquefort, Caprine, Ovine, Bovin viande et lait, Porcine, Grandes cultures, Viticole, Fruits et légumes, travaillés par les interprofessions, Coop de France et la Chambre Régionale d'Agriculture d'Occitanie.

Concernant les filières végétales, il faut accroître le potentiel de production et sécuriser les outils de production sur la filière fruits et légumes. En effet, la demande locale à la fois pour la consommation directe et pour l'approvisionnement des unités de transformation en fruits et légumes d'Occitanie n'est que partiellement satisfaite y compris en Bio.

De la même manière, sur la filière arboricole, l'enjeu sera de relocaliser une partie des circuits actuels qui sont fortement tournés vers des circuits longs pour répondre à la demande locale. Sur la filière fruits, la vigilance sur le potentiel de production sera accrue car des dangers sanitaires sont susceptibles de remettre en cause la pérennité de certaines productions présentes sur le territoire régional : *sharka* sur les pêches, nectarines et pruniers. Une problématique identique se retrouve sur la filière ovine avec un besoin d'innovation pour trouver des solutions de protection des troupeaux ovins contre les prédateurs. Sur toutes ces filières, les nouveaux installés qui viendront soutenir les agriculteurs en place, permettront de relever ces nouveaux défis.

Permettre l'accès au foncier à l'agriculture et conserver le foncier agricole

La question foncière est majeure et bien identifiée par les collectivités. Faciliter l'accès au foncier, protéger les espaces agricoles face à la montée du prix du foncier, développer l'installation agricole, protéger les sols, les terroirs, les ressources naturelles, les paysages... sont autant d'enjeux apparaissant dans les Projets Alimentaires Territorialisés. Pourtant, tous les dix ans, l'équivalent d'un département français est artificialisé et les terres agricoles sont les plus touchées. En Occitanie, entre 2006 et 2012, la surface artificialisée a augmenté de 1 650 ha par an. Sur les 10 500 ha artificialisés pendant cette période, 90 % étaient initialement des territoires agricoles principalement localisés au pourtour des grands centres urbains et le long des principaux axes de communication. L'accès au foncier est indispensable pour installer de nouveaux agriculteurs ou conforter les productions présentes et donc assurer le potentiel nourricier des territoires²⁵.

Si toutes les filières partagent cet enjeu, la filière porcine en a fait un axe majeur de son plan de filière régional et souhaite développer la médiation territoriale en mettant en place un outil de communication vers les banques (références technico-économiques, débouchés...) et les associations environnementales pour promouvoir et mieux présenter les opportunités de cette production.

S'adapter face au changement climatique

Les filières végétales, notamment la viticulture et les grandes cultures, ainsi que les filières animales vont s'impliquer sur les thématiques de l'eau et du changement climatique.

La filière viticole est en train de construire un plan d'adaptation au changement climatique. Des études²⁶ ont été réalisées et donnent des préconisations d'adaptation : changer de cépages, tester de nouvelles pratiques agronomiques, irriguer au goutte à goutte selon les besoins, mettre en place des nouvelles pratiques œnologiques pour réduire la teneur en éthanol, ajuster le Ph, sélectionner les levures..., réorganiser les plantations dans l'espace, modifier les institutions, et construire des connaissances en intégrant consommateurs et citoyens. La démarche RSE pourrait être utilisée comme support. Pour faire face au changement climatique et à ses aléas, la filière viticole s'engage à améliorer l'efficacité et la généralisation de l'assurance récolte et/ou à mettre en place rapidement de nouvelles mesures fiscales, telle que la réserve de précaution en nature.

²⁵ source : Dynamiques d'Occitanie, juin 2017, regards croisés des agences d'urbanisme.

²⁶ source : Produira-t-on toujours du vin en Occitanie? Projet LACCAVE (2012-2016), INRA

La filière grandes cultures va utiliser la démarche RSE pour aboutir à des solutions sur la gestion de l'eau (économies, mobilisation de nouvelles ressources, approche variétale plus résistante...) au travers d'une négociation sociétale et territoriale constructive.

La filière Blé Dur travaille avec les pays producteurs de Méditerranée pour relever le challenge du changement climatique. Le développement des filières Blé Dur en Méditerranée passe d'abord par le développement d'innovations biotechniques dans le domaine de la génétique : innovations variétales, séquençage du génome, ressources génétiques traditionnelles...

Les filières animales vont s'impliquer dans la recherche de variétés fourragères plus résistantes à la sécheresse et/ou aux fortes températures et à leur variation.

Les filières d'élevage avec les instituts techniques et de recherche s'attachent à réduire les empreintes eau et carbone du lait et de la viande et à faire des économies d'énergie en établissant des bilans environnementaux des systèmes herbivores et en engageant les éleveurs dans des changements de pratiques pour réduire leurs impacts. D'importantes initiatives sont conduites au niveau national et dans un cadre international²⁷.

Le rôle de la recherche et de l'innovation

Le Pôle de compétitivité Agri Sud-Ouest Innovation (1^{er} pôle agro/agri de France) permet à l'agriculture et aux filières d'intégrer le changement climatique via de nombreux projets comportant cet enjeu.

Labellisé en juillet 2007, ce Pôle de compétitivité fédère des acteurs privés et publics, agissant dans les filières de l'agriculture, de l'agro-alimentaire, des agro-ressources et agro-industries, en région Occitanie et Nouvelle-Aquitaine.

Entreprises, investisseurs, organismes de recherche et de formation, collectivités et institutions locales s'appuient sur la dynamique associative et les services du Pôle pour générer des opportunités et concrétiser des projets collaboratifs, innovants et créateurs de valeurs. A ce jour, 623 projets ont été labellisés/agrésés par ce pôle.

Le projet R2T2 par exemple, vise à développer une solution robotisée de taille pour la vigne, qualitative et rentable afin d'améliorer les conditions de travail du vigneron et de sécuriser la filière vis-à-vis des difficultés à trouver de la main d'œuvre et des repreneurs.

Le projet SmartFertiReuse répond à la demande croissante en eau à des fins urbaines et agricoles. Le projet a pour objectif principal de développer un service complet et différenciant afin d'accompagner à la fois les collectivités et le monde agricole dans cette gestion agro-écologique. L'eau usée sortant des stations d'épuration sera ainsi traitée avant d'être réutilisée en irrigation. Avec l'aide de modèles et de capteurs en ligne innovants, l'optimisation de la quantité d'eau et de fertilisants par un pilotage numérique permettra un meilleur rendement.

Développer de nouvelles filières et de nouveaux circuits

La filière fruits et légumes devra poursuivre le déploiement des SIQO et des segments bio mais surtout développer les produits de niche fortement demandés tels que la **grenade**, les **fruits secs**, les **fruits à coques**... avec la volonté de se substituer aux importations.

²⁷Source : programmes LIFE Carbon Dairy www.carbon-dairy.fr et LIFE Beef Carbon idele.fr/reseaux-et-partenariats/Life-beef-carbon.html

Pour les principales filières animales, il est pertinent d'agir pour **structurer des stratégies de valorisation des produits en circuits de proximité** (RHD, GD, boucheries...). Il faut tout d'abord lever les freins juridiques et techniques en s'appuyant sur la Loi EGALIM, comprendre les besoins et contraintes des opérateurs RHD pour développer des offres adaptées, veiller au respect de l'approvisionnement local des collectivités et de la RHD, voire de la Grande Distribution (GD) et des boucheries, mieux cartographier les alternatives au manque d'abattoirs de proximité (ateliers de découpe, outils de transformation...).

La demande en viande de gibier qui est grandissante dans les assiettes est un potentiel inexploité au regard de ce qui est pratiqué dans d'autres pays européens (Suisse, Allemagne, Belgique...). Cela ne représente pas une concurrence à l'activité d'élevage, mais plutôt un produit d'appel et une activité rurale potentiellement complémentaire. Cette demande de venaison, qui est importante en période de fin d'année, est comblée par des importations en provenance de Nouvelle Zélande, d'Argentine, d'Europe de l'Est et autres.

Pour les filières végétales, des **investissements structurants** sont indispensables pour optimiser la vente de produits, dans le secteur de la logistique (route, fer, port), dans le secteur de l'irrigation (matériel et réseaux), au sein des outils de production et de transformation pour limiter le gaspillage et améliorer la compétitivité.

2.2 En réponse aux attentes sociétales

Au niveau des **filières animales, l'enjeu est de taille** : il faut adapter la production aux enjeux sociétaux.

Les filières caprine, ovine, bovine, avicole et porcine vont accompagner techniquement les exploitations en utilisant **des diagnostics innovants** ayant des thématiques spécifiques : sur l'environnement (Cap 2ER²⁸), sur la réduction des antibiotiques (Plan Ecoantibio²⁹ national), sur le bien-être animal (Diagnostic Ebène³⁰ en volaille de chair par exemple), sur la qualité sanitaire et la biosécurité (diagnostic d'évaluation "pulse"). De nombreux outils de diagnostics ont déjà été développés ; l'enjeu est maintenant de les réaliser sur les exploitations et de communiquer dessus. Des formations seront nécessaires pour les producteurs sur la plupart de ces nouveaux outils et sur les attentes sociétales.

Toutes ces filières tiennent à un encadrement et une animation au niveau régional afin de coordonner ces nouveaux enjeux et d'aider à l'émergence de nouvelles démarches. Elles vont travailler sur la communication envers le consommateur notamment autour des produits de qualité et de territoire.

La filière caprine souhaite expérimenter de **nouveaux modes de production** à partir d'expériences innovantes.

²⁸ Calcul Automatisé des Performances Environnementales en Élevage de Ruminants

²⁹ « Réduire de 25% en 5 ans l'usage des antibiotiques en médecine vétérinaire et préserver un arsenal thérapeutique efficace », tel est l'objectif du plan national Ecoantibio

³⁰ Depuis début juillet, l'Itavi propose l'application Ebène en téléchargement sur son site. Elle permet de mesurer simplement et objectivement le bien-être des volailles de chair.

La filière porcine Occitanie a lancé la démarche "élevage de demain" prévoyant le développement d'élevages répondant durablement aux exigences d'efficacité du système de production, aux demandes sociétales et de marché. Elle prévoit aussi de développer la production d'énergie renouvelable sur les élevages porcins (photovoltaïque en autoconsommation, bâtiment à énergie positive...).

La filière ovine souhaite mettre en avant les atouts sociétaux de l'agneau Label Rouge par des actions de promotion opérationnelles et virtuelles.

La filière avicole devra, elle, reconquérir des parts de marché perdues pendant la crise aviaire. Elle va communiquer positivement et de façon innovante vers les consommateurs au Salon REGAL par exemple et soutenir les opérateurs et organisations professionnelles lors d'actions de promotion.

Concernant **les filières végétales**, l'enjeu principal est de poursuivre **l'évolution des pratiques vers la diminution d'intrants** (herbicides, fongicides, insecticides...). La communication auprès du grand public et donc des consommateurs est là aussi capitale. Les filières végétales vont maintenir l'efficacité de la surveillance et de la sécurité sanitaire des productions.

En parallèle, des démarches environnementales devront être développées pour répondre à la demande de qualité des produits.

2.3 En réponse à la demande qualitative

Dans les plans de filières régionaux, l'enjeu prédominant est de **développer la place et le rôle des signes officiels de qualité** afin d'accroître la segmentation du marché.

Toutes les filières vont se donner les moyens pour **développer la production de produits bio** au sein des exploitations occitanes en incitant aux conversions, accompagnant les porteurs de projet, et mutualisant des références inter-réseau. Il est à noter que la filière porcine préconise la création de nouveaux ateliers en Bio ; la reconversion étant trop coûteuse. Pour certaines filières, le souhait est de structurer une sous-filière Bio ; c'est le cas des filières ovins et bovins viande, comme il existe par exemple en filière viticole, une interprofession bio structurée et dynamique.

D'autres **démarches environnementales** (HVE, RSE, diffusion de pratiques, réduction des produits phytosanitaires pour les filières végétales....), adossées à des stratégies de valorisation économique de la qualité, devront être mises en place.

Le projet « HNV-LINK³¹ » pour une **Agriculture à Haute Valeur Naturelle** est coordonné par le Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes et l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (CIHEAM-IAMM). Il mobilise un consortium de 13 partenaires et s'inscrit dans le prolongement du focus groupe sur l'agriculture HVN du Partenariat Européen pour l'Innovation.

A travers ses activités de réseau, le projet a pour objectif d'identifier et de partager les innovations qui contribuent à l'amélioration de la viabilité socio-économique et au maintien des qualités environnementales des systèmes agricoles HVN et de renforcer les communautés qui les animent.

³¹ HNV-LINK : *High Nature Value farming: Learning, Innovation and Knowledge* – **Agriculture à haute valeur naturelle** : apprentissages, innovations et connaissances

Dix zones pilotes ou « territoires d'apprentissages » sont étudiées (dont le territoire du patrimoine mondial Causses et Cévennes en Occitanie) pour mettre en valeur des types d'innovations et leurs combinaisons sur un territoire donné. Les terres agricoles à Haute Valeur Naturelle comprennent les zones en Europe où l'agriculture est un mode majeur d'utilisation du sol (généralement le mode dominant) et où cette agriculture favorise ou est associée avec soit une grande diversité d'espèces et d'habitats, soit la présence d'espèces dont la conservation revêt un intérêt européen et/ou national et/ou régional, soit les deux.

La filière Blé Dur réfléchit à une différenciation qualitative "Blé Dur méditerranée" avec l'ensemble des pays méditerranéens producteurs, qui doit se fonder sur des produits valorisés par des attributs organoleptiques, nutritionnels et culturels, par des itinéraires techniques reposant sur l'agro-écologie, par un ancrage territorial des filières garantissant l'origine des matières premières et des lieux de fabrication des produits.³²

La majorité des filières (viticole, grandes cultures, bovine et porcine) souhaitent mieux **définir et valoriser la segmentation régionale en intégrant une réflexion sur la qualité des pratiques et des produits à l'écoute des attentes sociétales**, en créant des lieux de rencontre entre producteurs / transformateurs / distributeurs pour faire émerger un projet moyen terme gagnant- gagnant. Pour une segmentation pertinente, il faut bien connaître la demande locale, nationale, européenne et internationale, **mais les données sur la consommation régionale détaillée par filière n'existent pas**. La filière fruits et légumes, peu structurée, a besoin d'une étude détaillée sur les circuits d'organisation économique en Occitanie.

2.4 En faveur d'une agriculture économiquement viable

Toutes ces adaptations se feront d'autant plus rapidement si le producteur d'Occitanie peut vivre convenablement de sa production et ainsi investir dans cette adaptation. Une marge de progrès importante est présente sur les revenus des agriculteurs en Occitanie.

Pour toutes les filières, il faudra **encourager la contractualisation pluriannuelle juste et équitable et construire des outils pour la faciliter**.

Sur la majorité des filières, il faudra avoir une meilleure visibilité des coûts de production et/ou des prix de revient (réintégrant les subventions PAC notamment dans la filière élevage), construire des indicateurs de coûts régionaux, puis aller les défendre pour une prise en compte au niveau national.

Sur la filière bovins et ovins viande, l'objectif est d'assurer un prix de vente pour le producteur car aucun cadre contractuel global n'existe à ce jour et les opérateurs mettent en place leurs propres modèles. Là aussi, la volonté est d'encourager un contrat chapeau pluriannuel avec des prix planchers pour harmoniser et valoriser les pratiques en place.

Sur la filière ovins lait, l'activité de l'interprofession devra être confortée et élargie à la valorisation des produits autres que le Roquefort.

Il est à noter ici, que l'élevage pastoral, caractéristique de la région Occitanie, contribue à l'entretien des paysages et à l'ouverture des milieux (Causse du Larzac par exemple).

Même si quelques aides PAC permettent de rémunérer cette contribution (ICHN par exemple), cela ne doit en aucun cas être assimilé à un revenu mais considéré comme un appoint financier lié à la

³² Exemple de la filière blé dur : de l'organisation des filières à la structuration d'un réseau méditerranéen, IPEMED, Palimpeste n°18, septembre 2017

pénibilité du travail et à l'environnement difficile. La grande partie du revenu des exploitations d'élevage extensif doit venir de la vente de la production.

Un autre défi de certaines filières (viticole, ovins, bovins, porcins) est de **renforcer la stratégie de valorisation des produits à l'export** :

- La filière ovins lait a inscrit dans son plan de filière la recherche de nouveaux débouchés et contrats à l'export puisque 25 % du Roquefort produit est exporté.
- La filière bovins viande souhaite accompagner l'export des animaux vivants et favoriser l'export de produits transformés haut de gamme.
- La filière porcine doit segmenter l'offre en fonction des marchés export. Pour ce faire, elle va accompagner les entreprises à l'export et lever les freins réglementaires.

La pertinence du niveau régional

Pour atteindre ces objectifs, les filières ont toutes fait le choix d'une coordination à l'échelle régionale.

Pour certaines filières, des **mutualisations régionales seraient nécessaires concernant des outils de production et de transformation** : création de centres d'engraissement régionaux et d'un centre de quarantaine proche du port de Sète pour la filière bovins viande, création d'unités de transformation et de valorisation des produits bruts en filière grandes cultures, diversification des outils de transformation spécialisés en fruits d'été.

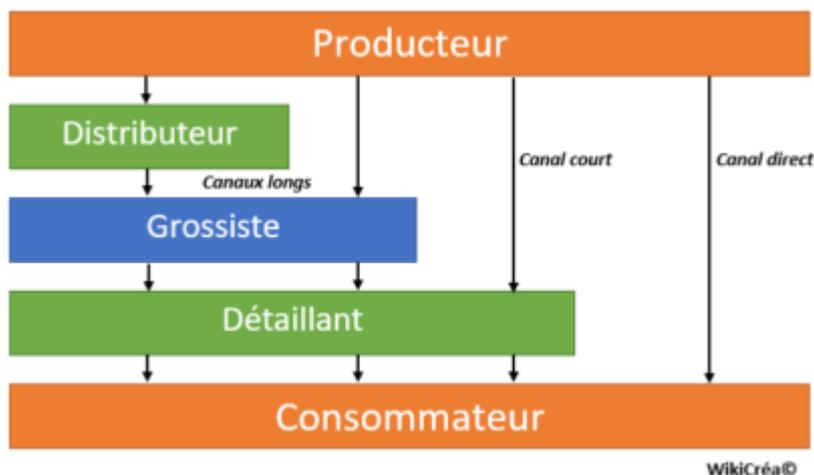
La filière viticole renforcera la gouvernance régionale de la filière en coordination étroite avec les deux bassins Languedoc-Roussillon et Sud-Ouest. La filière fruits et légumes ne possède pas d'interprofession opérationnelle à l'échelle régionale ni de structure de gouvernance comme les "conseils de bassin" en viticulture. Afin d'avoir une stratégie régionale, il faudra, avant tout, avoir les instances de gouvernance adéquates : **développer ou renforcer les interprofessions existantes dans toutes les filières.**

3. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN MUTATION

L'avènement du e-commerce alimentaire en France et les nouvelles attentes des consommateurs viennent totalement bouleverser les modèles établis des circuits de distribution (cf. schéma ci-dessous). De nombreuses initiatives sont déjà engagées dans la région Occitanie pour répondre à ces mutations profondes. En 2015, le Centre d'Innovation sur l'alimentation (CISALI) en recensait déjà 249 : des actions portées par les professionnels impliqués dans les chaînes de valeurs, et les projets de stratégies territoriales portés par les acteurs facilitateurs (collectivités, chambres consulaires...etc)³³. Nous citerons ici quelques initiatives qui ont attiré notre attention par leur caractère précurseur et/ou innovant, sans être exhaustif.

³³Source : Bulletin Régional Alimentation, DRAAF Occitanie, décembre 2016

Figure 9 : Les différents circuits de distribution



3.1 Le e-commerce alimentaire

Deux logiques pour deux acteurs

Comme dans les autres secteurs d'activité, le e-commerce alimentaire combine principalement :

- des *pure players* qui se positionnent uniquement sur le canal de vente électronique,
- des *click & mortar* qui vendent sur Internet et possèdent des magasins physiques.

Ces deux groupes d'acteurs obéissent à des logiques différentes. Si pour les *pure players*, l'enjeu est la **suppression des intermédiaires**, les entreprises *click & mortar* visent pour leur part la **diversification de leur offre**, pour maintenir ou augmenter leur part de marché. L'initiative la plus médiatique est celle d'Amazon qui propose depuis 2007 de livrer à domicile de la viande, des produits laitiers, des fruits et légumes aux habitants de Seattle. Amazon compte étendre ce concept intitulé *Fresh* à l'Europe.



La plupart des *pure players* sont positionnés sur des produits haut de gamme (gastronomiques, bio, etc...) ou très spécifiques (comme les surgelés, exemple de *Toupargel*), ou enfin provenant de circuits courts (associations de producteurs). Pour ces produits, les consommateurs sont, soit prêts à payer le coût additionnel de la livraison à domicile, soit à se déplacer pour récupérer leur colis à un endroit précis et à un horaire prédéterminé.

Les *pure players* français du e-commerce alimentaire sont donc plutôt positionnés sur des marchés de niche. Ils ont investi plus particulièrement trois marchés : les vins et alcools, les produits du terroir et les produits biologiques, équitables et diététiques.

Les entreprises qui combinent magasins physiques et vente électronique (les *click & mortar*), sont principalement composées d'acteurs traditionnels du commerce, à la fois des géants de la distribution alimentaire mais aussi, de plus en plus, de petits commerçants ou associations de petites entreprises.

Pour ces entreprises, la vente en ligne est un moyen de conserver voire d'augmenter leurs parts de marché, en diversifiant leur offre et leur visibilité et en y ajoutant des services : livraison à domicile,

garantie de gain de temps ou encore garantie de disponibilité du produit. La meilleure maîtrise des dépenses peut également faire partie des avantages perçus par le client. Internet est d'abord le moyen de toucher une clientèle plus large et de faire rayonner l'entreprise sans que l'activité soit en elle-même complètement rentable.

Deux modèles : livraison à domicile ou point retrait

La livraison à domicile est en recul dans les grandes enseignes de la distribution qui se sont rendues compte que l'activité n'était pas rentable à cause du coût du dernier kilomètre supporté intégralement par le vendeur. Ce modèle est en pleine mutation notamment au niveau des solutions de livraison. Certains web-marchands spécialisés dans la vente de produits périssables, gèrent en propre la livraison dans leur zone de chalandise de proximité mais externalisent cette dernière à des expressistes comme *UPS* ou *Chronopost* ailleurs en France.

Le principal intérêt du point de retrait par rapport à la livraison à domicile est le partage de la logistique du dernier kilomètre entre le distributeur et l'acheteur. La solution est plus confortable pour le vendeur qui regroupe ses expéditions vers des points de livraison et s'affranchit ainsi des coûts élevés de la livraison à domicile. Aujourd'hui deux grands types de points de retrait maillent le territoire français : les points relais et les *drives*.

Si la formule du drive est pratiquement monopolisée par la grande distribution, la formule du point relais se développe plus particulièrement dans le domaine des produits en circuits de proximité. Les casiers automatiques se multiplient dans les villes et les casiers réfrigérés également.

Diversification et réorganisation des chaînes de distribution

Les chaînes de distribution du e-commerce reposent en général sur le principe de suppression d'un ou plusieurs intermédiaires entre le producteur et le consommateur, qu'ils soient grossistes ou détaillants. Le résultat est la concurrence et la cohabitation de différents circuits de distribution ainsi que l'émergence de nouveaux nœuds du réseau que sont les drives ou les points relais (cf. figure suivante).

Compte tenu des pratiques actuelles et des offres de e-commerce alimentaire qui se développent, une substitution pure et simple entre courses en magasin et achat en ligne, suivis d'une livraison à domicile, ne constitue pas une hypothèse sérieuse. La thèse de l'hybridation entre courses sur Internet et en magasin est plus plausible³⁴. Par ailleurs, cette hybridation s'accompagne dans le domaine de l'alimentaire d'une plus grande dissociation entre le type de produit et le type de vendeurs. Cette évolution pourrait favoriser une spécialisation croissante entre les achats en grandes surfaces (dans un magasin ou en ligne avec récupération dans un *drive*), réservés aux produits pondéreux et/ou sur lesquels l'objectif est de payer le moins cher possible, et les achats auprès de commerçants ou producteurs recherchés pour leur qualité (notamment pour les produits frais) et /ou pour soutenir un développement économique local, voire durable.

Internet devrait donc favoriser les offres ciblées, et soutenir des pratiques alternatives, en facilitant l'accès direct aux producteurs et en offrant un choix vaste aux consommateurs qui peuvent acheter bio, local, en gros, etc. Les circuits de distribution alimentaire se raccourcissent certes mais se diversifient rendant finalement plus complexe la mobilité des consommateurs pour motifs d'achat.

³⁴ Source : Nora Marej, Anne Aguiléra, Lesili Belton Chevallier, Corinne Blanquart et Saskia Seidel "Pratiques et lieux du e-commerce alimentaire", Netcom 30/12/2016, 119-138

Figure 10 : La chaîne logistique conventionnelle des produits frais (circuits longs)

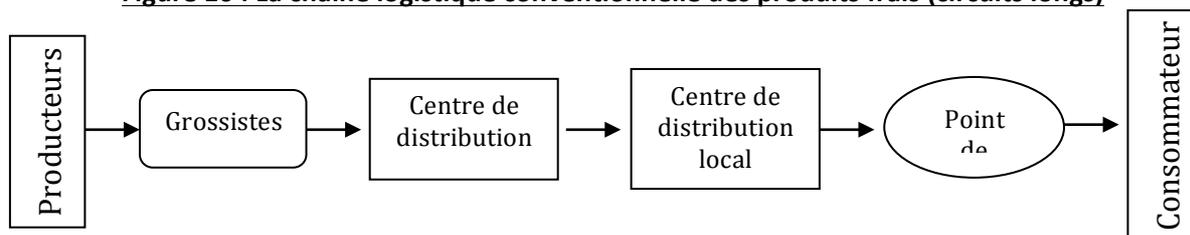
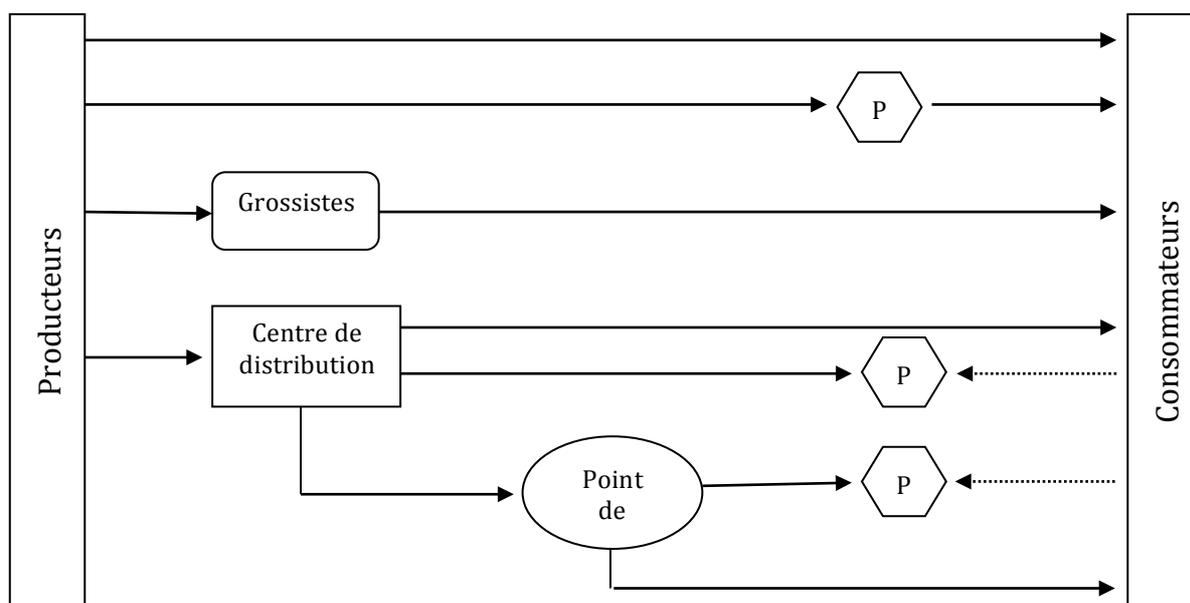


Figure 11 : La chaîne logistique des produits frais déterminée par Internet (P= Point relié)



Les exigences logistiques (préparation de commandes, transport) augmentent avec la profondeur de gamme proposée. Le modèle mono-produit de l'épicerie fine (vins, fromages, conserves) fonctionne grâce à des stocks de longues durées. A l'inverse, les cybermarchés proposant des produits frais, réfrigérés, surgelés, secs nécessitent une multitude de bacs et des véhicules adaptés.

Par ailleurs, les prestataires de services pour la livraison vont prendre une place importante dans le processus du e-commerce alimentaire. Ces acteurs interviennent lors de la dernière phase du processus. La maîtrise des enjeux logistiques est primordiale dans l'exercice du e-commerce. En effet, la logistique représente le deuxième poste de dépense après l'achat des matières premières.

3.1 La vente directe

La vente directe s'est largement développée dans la région Occitanie. Cependant dernièrement de nouveaux modes de commercialisation sont apparus. Le monde agricole a recherché à satisfaire les attentes et les besoins des consommateurs.

En effet, si l'on connaît depuis bien longtemps les marchés de plein vent, les foires et salons, la vente à distance/par correspondance, les ventes en tournée, ou à domicile, depuis quelques années, de nouveaux modes de commercialisation en vente directe sont apparus comme la vente à la ferme, les points de vente collectifs, les paniers, les aires de vente en bord de route, les marchés de producteurs, les marchés à la ferme. Mais la vente directe a aussi investi une nouvelle vente en ligne.

La vente à la ferme constitue la vente par un exploitant agricole de produits issus de sa ferme, bruts ou transformés aux consommateurs sur le lieu même de production. Le réseau des Chambres d'Agriculture d'Occitanie accompagne notamment 967 activités de produits fermiers de vente directe à la ferme sous le réseau "Bienvenue à la ferme". De plus en plus de producteurs notamment dans les filières fruits et légumes et vin avec les caveaux viticoles, optent pour ce moyen de distribution.

Les points de vente collectifs consistent au regroupement de producteurs pour faire de la vente en commun en créant une structure collective pour commercialiser leurs produits. Le réseau des Chambres d'Agriculture d'Occitanie accompagne plus de 70 boutiques ou magasins ou points de vente collectifs. Il est à noter que bien d'autres démarches existent mais ne dépendent pas d'un réseau.



Le drive fermier est un système proposant la vente sur internet de produits locaux, fermiers, artisanaux et de saison issus d'une association de producteurs d'un même territoire. Réalisées sur Internet, les commandes sont préparées à l'avance et mises à disposition du client au lieu, jour et créneau horaire convenus sur la commande. Soutenus à travers le label "Bienvenue à la Ferme" par les Chambres d'Agriculture, ils se développent dans de nombreuses régions dont l'Occitanie. Aujourd'hui, c'est neuf drives fermiers "Bienvenue à la Ferme" en Occitanie avec 25 points de retrait et 300 produits en ligne.

Beaucoup d'autres initiatives locales sont basées sur le même concept, comme le site "Paniers de Thau, le terroir local dans votre assiette"³⁵ qui permet de commander des produits frais et locaux directement auprès des producteurs du territoire sur Internet.

Le panier collectif est un concept qui propose, via un regroupement de plusieurs producteurs, des produits dans un panier préparé et payé à l'avance sur commande avec engagement sur plusieurs mois. C'est le concept de l'Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP). Il en existe 144 en Occitanie³⁶ mais leur nombre est très disparate d'un département à l'autre. En effet, on peut en trouver plus de 20 sur la ville de Toulouse et une seule dans tout le département du Tarn ou de la Lozère !



Il est à noter que beaucoup d'autres producteurs proposent des paniers sans être fédérés en AMAP. C'est le cas, par exemple, des Loco-Motivés dans l'Aveyron qui s'appuient sur des points relais bénévoles pour livrer plus de 170 panier-repas par semaine en lien avec 40 producteurs et 2 salariés.

Des aires de vente en bordure de route ont été mises en place en 2011 par le Conseil Départemental de l'Aude en partenariat avec la Chambre d'Agriculture de l'Aude. Ces lieux de ventes sont ouverts aux agriculteurs du département de l'Aude pour valoriser leur production en vente directe. Une vingtaine de producteurs sont présents tout au long de l'année selon les saisons de production. Cette action fait partie de la démarche "Manger Audois" initiée par le Conseil Départemental de l'Aude³⁷ qui comprend aussi la fameuse marque "Pays Cathare®" créée en 1992. Elle regroupe près de 900



³⁵ Source : <http://www.paniersdethau.fr>

³⁶ Source : <http://reseau-amap.org>

³⁷ <http://aude.fr/489-agriculture.htm>

professionnels audois des secteurs du tourisme, de l'agriculture et de la viticulture, de l'agro-alimentaire sans oublier les artisans d'art et de nombreux représentants des métiers de bouche. L'ensemble de ces produits et services répondent à des cahiers des charges spécifiques qui garantissent qualité, origine et authenticité des savoir-faire.

Les marchés de producteurs sont des marchés réguliers ou saisonniers exclusivement constitués de producteurs fermiers excluant tout type de revente et acceptant occasionnellement des artisans de bouche quand l'offre fermière ne peut être présente sur certaines gammes de produits. Le réseau des Chambres d'Agriculture d'Occitanie accompagne 655 marchés de producteurs de pays sur 89 sites et fédèrent 614 agriculteurs.

Les marchés à la ferme se définissent comme la vente par les agriculteurs de produits issus de leurs exploitations sur le même lieu de ferme lors d'une journée ou d'un week-end avec en général des animations et une offre de restauration à la ferme. Le département leader dans ce mode de commercialisation est le Gers avec 20 marchés à la ferme autour de l'opération "Printemps à la ferme" avec 161 fermes participantes.

3.2 Les circuits courts

Dans son rapport de mars 2016, le CESE indiquait que les *circuits courts* représentent 8% du commerce alimentaire. Il préconise de les développer notamment en soutenant des Projets Alimentaires Territoriaux et en réimplantant des structures de transformation de proximité.

LA RUCHE  QUI DIT OUI ! La "Ruche qui dit oui!"³⁸ fédère des producteurs locaux dont les produits sont vendus en ligne et récupérés par les clients sur un créneau horaire fixe (une fois par semaine) et dans un lieu dédié à savoir des commerces de proximité. Créées en 2011, plus de 700 ruches sont aujourd'hui en activité en France et dans les pays limitrophes mais le concept n'est plus vraiment un circuit direct puisque plus de 100 salariés font fonctionner le système (développeurs, responsable de ruche, support...).

Le site de vente en ligne de produits fermiers et agricoles "Paysans.fr" travaille sur la diminution du coût du dernier kilomètre pour livrer à domicile. Il dispose d'une flotte de camions en propre pour livrer le sud-ouest depuis son entrepôt de Marmande mais la livraison est confiée à des transporteurs pour l'Île-de-France et pour le reste du pays.³⁹

Les coopératives agricoles et agroalimentaires d'Occitanie ont également développé la vente directe auprès des consommateurs, à travers un réseau dense de boutiques et de caveaux. Coop de France Occitanie a recensé 400 points de vente, sur l'ensemble de la Région, qu'elle a cartographié sur une 'carte des boutiques et caveaux des coop's d'Occitanie', que l'on peut consulter sur leur site : <http://consommonscooperatif.com/>.

³⁸ Source : <https://laruchequiditoui.fr/fr>

³⁹ Logistiques Magazine, mai 2014, n°289 p 54

Figure 12 : La carte des boutiques coopératives



source : site : <http://consommonscooperatif.com/>

Ce réseau de magasins répond aux nouvelles attentes sociétales et au besoin exprimé par les consommateurs de mieux connaître l'origine des produits, et les moyens mis en œuvre pour les élaborer.

De multiples initiatives ont vu le jour dans les coopératives, pour y répondre :

- des dispositifs assez anciens, comme la **vente des produits de la coopérative dans son magasin ou caveau**, sur son site de production. A l'origine destinés aux coopérateurs, ils deviennent un lieu de prédilection pour les consommateurs en quête de terroir. Certains donnent parfois une dimension touristique en associant des visites de coopératives, ou des événements culturels. C'est le cas notamment des caves coopératives viticoles, qui ont depuis longtemps presque toutes un caveau de vente de leurs vins, mais également des magasins de produits locaux installés dans de nombreux Libre-Service Agricoles (Gamm Vert, Point Vert...) de la région.,
- "**Frais d'ici**", un **concept alimentaire**, dont le premier magasin a ouvert le 15 Octobre 2014, à Portet sur Garonne (31), et dont la promesse est : "Mangez frais, achetez local". On y trouve des produits alimentaires très majoritairement issus du travail des producteurs et coopératives régionales. Cette enseigne de distribution portée par la coopération agricole promeut la proximité juste (75 % des produits d'un magasin sont issus de sa région) et le partage de la valeur ajoutée entre producteurs et consommateurs. Derrière chaque produit frais et local, il y a donc un producteur, un groupe de producteurs et un territoire explicitement affichés. Depuis 2014, cette enseigne s'est implantée à Auch, Foix et Cahors.
- "**Les halles de l'Aveyron**", est le nom de l'enseigne alimentaire de la coopérative UNICOR (12), créée en 2008, à Rodez. La démarche était simple : s'appuyer sur les moyens et ressources de la coopérative, pour mettre en marché les productions de ses adhérents à un prix plus juste pour les consommateurs et les producteurs. Aux produits de la coopérative et de ses producteurs, viennent s'adosser des produits artisanaux d'acteurs locaux, et d'autres coopératives régionales. Un restaurant est accolé au magasin, permettant de prolonger le plaisir de la dégustation. Le succès du premier magasin implanté à Rodez, a conduit UNICOR à se projeter au-delà de sa région d'origine et à ouvrir deux points de vente en Ile de-France, à Herblay et à St-Gratien. De plus, UNICOR a implanté des corners "Les petites halles", installés dans ses jardineries et Libre-Service Agricoles.



ANDES innove pour l'insertion durable autour d'une alimentation de qualité pour tous. Avec 319 épiceries solidaires et 161 salariés dont 116 en accompagnement vers l'emploi, cela représente près de 10 000 tonnes distribuées auprès de 150 000 adhérents. Uniterres est un programme développé par ANDES depuis 2012 qui soutient les producteurs locaux de fruits et légumes en situation de fragilité. Les produits sont achetés pour approvisionner les épiceries solidaires ANDES et développer des circuits courts locaux.

Les producteurs bénéficient d'un accompagnement individualisé. En 2016, le programme concerne 13 épiceries solidaires en ex Midi-Pyrénées et 33 producteurs en difficulté et il s'est étendu à toute l'Occitanie.

En Occitanie, près de 150 associations sont habilitées chaque année à recevoir des contributions publiques destinées à la mise en oeuvre de l'aide alimentaire, dont ANDES.

3.3 Les circuits longs aux particuliers

"Le modèle de consommation de masse est en crise et chacun des acteurs perçoit les limites d'un système marqué par la guerre des prix, qui déséquilibre la chaîne de valeur et fragilise tous les acteurs" prônait déjà le CESE en mars 2016⁴⁰.

Face à ce constat, les distributeurs ont engagé une course de vitesse et d'expérimentation permanente, ce qui a eu pour conséquence la multiplication des produits et des formules de vente. Pourtant l'offre de la Grande Distribution reste moins pertinente face au e-commerce pour une tranche de la population et les drives ne sont pas forcément rentables⁴¹.

La Grande Distribution est en pleine adaptation : réaménagement intérieur de ses hypermarchés, développement de l'expérience client et du conseil dans ses magasins, développement de l'approvisionnement local, de la qualité, de la robotisation dans les entrepôts logistiques. Des initiatives venant de la production pour la Grande Distribution sont aussi à souligner.

La vente des produits locaux

La vente des produits de proximité et durables est en augmentation naturelle et constante dans la Grande Distribution en réponse à la demande croissante des consommateurs et grâce à une valorisation engagée depuis plusieurs années⁴². Ainsi la Grande Distribution repense les relations avec ses fournisseurs. Elle cherche des partenariats avec des "producteurs locaux" afin de reconquérir le consommateur et de retrouver la stabilité d'un modèle hégémonique.

La production aussi peut s'organiser pour proposer un produit qui correspond particulièrement aux attentes des consommateurs. C'est le cas, des Steakeurs : "En Ariège, on a le meilleur centre de formation de jeunes bovins du pays et ils sont tous transférés en Italie ou en Espagne au bout de six mois... On voulait que ça s'arrête, revenir au local, mettre le Sud-Ouest sous les feux de la rampe."⁴³ Depuis mars 2018, la marque "les Steakeurs" propose de la viande locale en supermarché (Intermarché, Super U, Leclerc en Ariège et en Haute-Garonne) et assure une bonne rémunération à la cinquantaine de producteurs qui sont entrés dans cette démarche tout en valorisant la filière "jeunes bovins".



Un autre acteur, les marchés de gros, a aussi misé sur la proximité. Les Marchés d'Intérêt Nationaux (MIN) de Montpellier, Toulouse et Perpignan disposent aujourd'hui d'un carreau de producteurs, ce qui permet aux producteurs locaux de venir vendre directement aux détaillants. Le MIN de Montpellier Méditerranée va plus loin en proposant un pôle de transformation regroupant une pépinière de six entreprises de transformation de fruits, légumes, viandes et produits de la mer, le lancement d'un carreau bio tous les mercredis matins, la création d'un box fermier.

⁴⁰Source : avis du CESE de mars 2016 "Les circuits de distribution des produits alimentaires"- rapporteur Albert Ritzenthaler

⁴¹Source : évolution des stratégies des acteurs de la distribution - Florent Saucède (INRA/SupAgro/MOISA)

⁴²Source : Synthèse de l'atelier n°2 "Développer les initiatives locales et créer des synergies" des Etats Généraux de l'Alimentation - 17/10/2017

⁴³Source : <http://lessteakeurs.com>

Le MIN de Toulouse quant à lui, nouvellement géré par Rungis en partenariat avec La Poste, ambitionne un projet unique. En aménageant une zone de 10 ha face au MIN en une immense plateforme logistique (2 bâtiments de 18 700 m², parking poids-lourds de 144 places) pour livrer toutes sortes de produits, il vise à favoriser les circuits courts et les approches locales et à anticiper l'explosion du e-commerce alimentaire⁴⁴. La mutualisation des moyens de transport avec La Poste pour la livraison en ville est inédite.

Les produits équitables

Dans la même continuité, la Grande Distribution distribue la marque "C'est qui le patron ?" créée par les consommateurs. Le principe : demander au consommateur son avis sur la qualité souhaitée d'un produit et combien il est prêt à payer pour. La brique de lait estampillée " C'est qui le patron ?!® " est devenue en quelques



mois un véritable phénomène de société. Cette démarche de transparence, qui redonne de la valeur ajoutée au travail des producteurs, place le consommateur face à ses responsabilités.⁴⁵

Si l'enseigne Carrefour a été la première à la proposer en rayon, la brique de lait « C'est qui le patron ?!® » est aujourd'hui disponible dans plus de 10 000 points de vente de la grande distribution. Forte du succès de sa première référence, la marque du consommateur étend sa gamme à plusieurs produits : pomme, pizza, beurre bio, compote de pommes, crème fraîche, œufs,

fruits, jambon, steak haché, yaourts, pâtes, fromage blanc, farine, salade, sardines, soupe de légumes, cookies...⁴⁶

Le groupe Intermarché propriétaire de la Laiterie de Saint-Père-en Retz, en Loire-Atlantique lance une marque de lait "équitable". Le nom et la photo de l'agriculteur s'affichent sur la brique ; plusieurs agriculteurs de Loire-Atlantique incarnent la nouvelle marque de lait "Les éleveurs vous disent merci !", proposée par Intermarché et une organisation de producteurs laitiers. Le principe : sur un prix de vente de 88 centimes d'euros, la moitié revient à l'agriculteur, protégé par un contrat de 5 ans (39 centimes sur 99 pour « C'est qui le patron ! ").

De nombreux autres produits équitables sont en vente mais les consommateurs peuvent-ils vraiment vérifier l'équité du prix ?



La vente de nouveaux produits

Pour répondre à la fois au besoin de manger des fruits et légumes, à la praticité et au gain de temps, voulus par le consommateur, la Grande Distribution s'est lancée dans la "fraîche découpe" : fruits et légumes frais, lavés et prêts à l'emploi. Ce marché représentait 37 millions d'euros en 2017, en croissance de 42% ! Certaines enseignes comme Cora ont internalisé la production, tandis que d'autres enseignes sous-louent quelques mètres carrés de leurs rayons à des TPE-PME qui animent leur propre stand de découpe ; c'est le cas de Casino et Franprix. Une autre stratégie consiste à faire appel à des sociétés spécialisées pour fournir des volumes plus importants. On parle alors de produits "frais emballés".⁴⁷

⁴⁴ Source : "Rungis, un lion dans le ventre de Toulouse", la dépêche Haute Garonne du 14/05/2017

⁴⁵ Source : <https://lamarqueduconsommateur.com/>

⁴⁶ Source : « C'est qui le patron ?!® », la marque qui rend consom'acteur, alim'agri du 31/08/2017

⁴⁷ Source : "les fruits et légumes prédécoupés enflamment le rayon frais", les échos du 29 mars 2018

La vente de produits sans résidu de pesticides⁴⁸

Décembre 2017, l'enseigne Auchan annonce être prête à proposer dès 2020 une gamme de fruits et légumes *sans résidu de pesticides*. Dans les magasins, les clients peuvent déjà acheter des oranges, mandarines et clémentines. Après les agrumes, Auchan vient de compléter sa gamme avec une mâche et des champignons "zéro pesticides".

A l'image d'Auchan, la coopérative "Rougeline" a proposé en 2017 une gamme de tomates et de fraises sans résidu de pesticides.

En 2018, pour poursuivre dans cette lancée, le collectif "Nouveaux Champs" a été créé et fédère déjà 21 entreprises autour de la promesse "zéro résidu de pesticides" représentant 10 % de la production nationale. Ce collectif a travaillé à l'élaboration d'un cahier des charges générique à l'ensemble de la filière fruits et légumes, avec une déclinaison espèce par espèce.

Le leader du marché français de tomates sous serre, Savéol, réussit, grâce à la *lutte biologique* intégrée, à produire 80% de ses volumes de tomates sans résidu de pesticides.



La vente du bio

Toutes les grandes enseignes de la Grande Distribution ont au moins un rayon bio, certains ont même misé sur des magasins spécialisés comme les Auchan Bio. La demande pour les produits issus de l'agriculture biologique est telle qu'industriels et grandes enseignes ouvrent maintenant leur porte-monnaie pour s'assurer d'avoir des rayons bios bien garnis. D'abord en payant plus cher le produit mais aussi en soutenant les producteurs pour les aider à se convertir. Chez Carrefour, par exemple, qui veut quintupler ses ventes de produits bio d'ici 2022, des "contrats de conversion" sont proposés aux agriculteurs avec un engagement sur un volume et un prix d'achat pendant 3 à 5 ans. L'objectif de Carrefour est de signer 500 contrats producteurs d'ici 2022 pour garantir et sécuriser ses approvisionnements.⁴⁹

La vente sur Internet

Les grandes surfaces alimentaires françaises ont développé la livraison à domicile au début des années 2000 : Ooshop (Carrefour) en 2000, Houra (Cora) en 1999 et Auchan Direct en 2001. L'exemple d'Ooshop illustre l'adaptation fine des distributeurs à la demande en prenant en compte leur stratégie économique. Après une implantation territoriale large lors de son lancement, l'offre est désormais exclusivement proposée dans les centres villes de sept grandes villes françaises à partir de trois entrepôts de préparation de commandes. Le périurbain et le rural sont volontairement laissés aux drives.

Intermarché, Super U et les fédérations de commerçants ont positionné leurs drives à proximité de leurs magasins. Les employés des enseignes concernées piochent dans les rayons des magasins pour préparer les commandes. Ce modèle nécessite peu d'investissements et correspond à une implication moindre dans le canal de vente en ligne. L'objectif n'est pas forcément d'étendre la zone de chalandise mais plutôt d'apporter un service aux clients, de les fidéliser.

⁴⁸ Source : "le zéro résidu de pesticides creuse son sillon", LSA du 1er avril 2018

⁴⁹ Source : "l'évènement : industriels et distributeurs financent les conversions", le Figaro du 5 avril 2018

Le Groupe Casino dispose de 9 500 magasins aux positionnements différenciés (milieu urbain, rural, centre-ville, discount et bio), ainsi que d'une filiale de e-commerce international Cdiscount. Il a créé une plate-forme "Les pros" qui permet à de petits producteurs de se connecter et de desservir 3 ou 4 magasins franchisés en proximité (environ 50 km) via un contrat allégé.

Les stratégies des grands groupes sont différentes mais tous ont pour objectif de développer le e-commerce alimentaire afin de répondre aux attentes et aux mutations de la consommation.

3.5 La restauration collective

Avec 7 millions de personnes en France servies par jour (1,3 million en Occitanie), la restauration collective est un levier majeur pour asseoir la transition écologique, la justice sociale et l'ancrage territorial de l'alimentation. Elle a été identifiée comme tel par les Etats Généraux de l'Alimentation. En conséquence, le projet de loi Alimentation fixe des objectifs en restauration collective avec l'utilisation de 50% de produits de qualité dont 20% de produits biologiques. Il est à noter qu'à ce jour, au niveau français, les restaurants collectifs ne proposent que 3,20 % de produits bio.

La Région Occitanie/Pyrénées-Méditerranée lance un nouveau dispositif intitulé "Plan de valorisation des produits de proximité et de qualité dans les restaurants scolaires des lycées de la région Occitanie". L'objectif fixé est de 40 % de produits locaux de qualité dans les lycées. En parallèle, elle met en place le "Plan Bi'O 2018-2020" pour accompagner les producteurs et structurer les filières.⁵⁰

Devant ces objectifs et ce défi, de nombreux acteurs se sont déjà engagés dans cette démarche en Occitanie et notamment les collectivités. Des outils comme "le bonus cantine bio et locale", "AgriLocal", "Un plus Bio" doivent permettre aux responsables de restaurants scolaires et hospitaliers de fournir des menus à base de produits locaux, de qualité et/ou bio aux jeunes scolarisés et aux seniors.

AgriLocal est une plate-forme virtuelle de mise en relation simple, gratuite et immédiate, entre les acheteurs publics de la restauration collective (collèges, écoles primaires, maisons de retraite, lycées...) et des fournisseurs locaux (producteurs agricoles, artisans, etc...), sans intermédiaire. Dès septembre 2013, le Département de l'Hérault a lancé cette plate-forme Internet mais l'association AgriLocal est un réseau national qui regroupe plusieurs Départements. Dans la région Occitanie, les départements de l'Hérault, de l'Aude, de la Haute-Garonne et de la Lozère sont adhérents au réseau national et les Départements du Gers, du Lot et de l'Aveyron sont en réflexion positive pour adhérer au réseau. AgriLocal est la seule plate-forme au niveau national permettant un respect rigoureux des règles de la commande publique et se veut un outil au service des territoires.



Une autre initiative, plus locale, est celle de la Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) Terroirs Ariège Pyrénées. L'objectif de cette SCIC est d'approvisionner en produits locaux la restauration collective ariégeoise. Avec le soutien du Conseil Départemental de l'Ariège, cette SCIC se concentre depuis le lancement en 2011 sur l'approvisionnement en circuit de proximité de la restauration scolaire du Département. Cette coopérative réunit une centaine de souscripteurs : agriculteurs, artisans, coopératives et groupements agricoles, collectivités, chambres consulaires, associations...qui s'organisent pour rapprocher producteurs et consommateurs.

⁵⁰ Source : article publié le 3/04/2018 "L'alimentation, grande cause régionale en Occitanie en 2018"

La démarche "Produit sur son 31"⁵¹ à l'initiative de producteurs et de la Chambre d'Agriculture de la Haute-Garonne en 2011 commence à prendre de l'ampleur. "Produit sur son 31" est une marque repère pour les producteurs, les acheteurs professionnels et les consommateurs. Plus de 130 adhérents producteurs s'attachent à respecter un cahier des charges spécifique à sa filière de production tout en respectant la politique prix et le règlement intérieur de fonctionnement. Le producteur se charge de livrer sa production à l'association. Une plate-forme sur Internet diffuse l'offre de produits locaux aux distributeurs de proximité (cuisines, commerces, bouchers...), centralise leurs commandes, les transmet aux producteurs, assure la facturation aux clients, le paiement aux fournisseurs. Elle assure une fonction logistique : réceptionne les produits, les contrôle, les regroupe en lots à partir des commandes et les distribue. Pour cela, l'association dispose d'un local de stockage au MIN et d'un animateur salarié en charge des commandes et des relations commerciales.

Le "bonus cantine bio et locale" devrait permettre d'inciter et de soutenir les restaurants scolaires, hospitaliers et médico-sociaux volontaires pour introduire des produits biologiques et de qualité issus de productions locales par une aide triennale permettant de compenser les coûts associés à ces démarches (surcoût, investissement, accompagnement) sans augmenter le coût des repas⁵². Ce bonus devrait être annoncé prochainement dans le cadre du grand plan agricole.



L'association "Un plus Bio" est un collectif d'acteurs souhaitant améliorer la qualité alimentaire dans les cantines et en faire un levier de santé publique. Cette association a créé un observatoire au service des politiques publiques alimentaires pour les collectivités volontaires et engagées qui partagent les valeurs de l'association : rendre accessible l'alimentation biologique à tous, tisser des liens sur les territoires par des choix de restauration cohérents, rétablir les relations équitables entre les acteurs de la restauration collective, inscrire la protection de l'environnement au menu des cantines, et agir sur la santé des convives. L'observatoire <http://observatoire.unplusbio.org> est accessible gratuitement.

De nombreux réseaux, guides et formations ont été mis en place en Occitanie pour accompagner les acteurs de la restauration collective :

- le réseau Restau'Co sensibilise les acteurs publics à l'achat local,
- Localim est une boîte à outils mise en place par le Ministère de l'Agriculture à destination des acheteurs publics en restauration collective pour accompagner le développement de l'approvisionnement local et de qualité,⁵³
- un guide "Favoriser l'approvisionnement local en restauration collective" et autres publications sont sur le site du Ministère.

3.6 La restauration privée

Sur place ou à emporter, **le marché de la restauration**, avec un chiffre d'affaires de 87 milliards d'euros, est **en recul pour la première fois depuis 10 ans**⁵⁴.

⁵¹ Source : <http://www.produitsurson31.fr/>

⁵² Source : bonus cantine bio et locale, une prime pour la conversion des restaurants collectifs, Restau'co - note de mai 2018

⁵³ Source : <http://agriculture.gouv.fr/localim-la-boite-outils-des-acheteurs-publics-de-restauration-collective>

Fast-food, brasseries ou encore tables étoilées, c'est tout le secteur de ce qu'on appelle la Consommation Alimentaire Hors Domicile (CAHD) qui accuse une baisse. La restauration hôtelière et la restauration commerciale sont les plus touchées.

Si les Français sont plus exigeants sur la qualité du lieu et de l'assiette présentée à table, ils sont aussi plus regardants sur leurs dépenses. "Ils revoient leurs dépenses à la baisse. Depuis 5 ou 6 ans, la structure entrée-plat-dessert ne pèse plus que 13 % des repas pris au restaurant avec service à table", commente ainsi le Président de Gira Conseil. Pour la troisième année consécutive, l'étude note que la dépense moyenne est en recul à 8,82 euros par repas et par personne (contre 9,05 euros l'année dernière).

Le décrochage des chaînes de restauration

Les chaînes de restauration en 2014 ont eu des chiffres en baisse. "Les chaînes de restauration suivent l'évolution des grandes surfaces, peut-être parce que le consommateur se sent moins accompagné. Sur les 176 réseaux de chaînes dans l'Hexagone, seulement 15 à 20 % s'en sortent bien. A l'instar de McDonald's, Brioche Dorée ou encore Buffalo Grill qui ont su renouveler leurs offres en terme de menus, sandwiches ou de design de leurs établissements.

Les Français rassurés par le snacking thématique

Le secteur de la vente au comptoir poursuit de son côté son essor avec une offre riche, qui se diversifie, comme les "cuisines ethniques ou exotiques, le développement du snacking sucré". Quand la restauration rapide est thématisée, elle séduit de plus en plus. Le café, le sandwich, la soupe, ou encore la salade. Le marché est aussi dopé par une évolution des comportements des Français. Faute de temps ou d'éloignement, ils sont de moins en moins nombreux à rentrer le midi pour déjeuner chez eux. Ainsi, le marché du midi est devenu un business explosif. Pour preuve : le nombre de repas pris en dehors du domicile continue de croître pour atteindre 10 milliards en 2014.

En parallèle, **le secteur est désormais concurrencé par les plateaux-repas**. Les experts anticipent une hausse de 6 % par an du chiffre d'affaires des spécialistes du secteur. Plusieurs enseignes à l'instar de Sushi Shop, Planet Sushi ou encore Allo Resto surfent ainsi sur cette tendance.

Le renouveau de la restauration privée

Comme la Grande Distribution, les circuits traditionnels et historiques de la restauration privée sont de plus en plus attaqués par une multitude d'acteurs innovants et émergents, et par de nouveaux modes de distribution.

Le service à table est en mutation, et c'est sans doute pour cette raison que les indépendants parviennent à se maintenir. Ainsi de plus en plus d'entrepreneurs, jeunes pousses de grandes écoles de commerce, lancent des concepts innovants, et fabriquent tout sur place. De quoi rassurer leurs clients.

De l'autre, des jeunes issus du sérail quittent de grands restaurants pour se lancer dans la bistronomie. Autrement dit, de la cuisine gastronomique, mais sans les artifices et les codes : les nappes sont supprimées, la vaisselle dépareillée, les cartes courtes et les cuisines ouvertes.

L'année 2015 est également marquée par la "digitalisation" du secteur. Avec l'explosion de Food Reporter, de Tripadvisor, la présence des restaurateurs sur Internet est devenue indispensable pour leur notoriété, et leur survie.

⁵⁴ source : étude sur la CAHD, Gira Conseil, 2016

II. ANALYSE

Partant de ces constats, une analyse reprenant d'une part les atouts et faiblesses de la région, et d'autre part les opportunités et menaces venant de l'extérieur, a été réalisée au niveau de la production, de la consommation, de la commercialisation et de la distribution. Un zoom sur l'e-commerce a été effectué.

1. AU NIVEAU DE LA PRODUCTION

FORCES	FAIBLESSES
<p>Une production diversifiée : toutes les filières présentes</p> <p>Une production de qualité : 250 SIQO avec une part importante en BIO</p> <p>Une production structurée : des interprofessions présentes et impliquées (plans de filières), de nombreuses structures économiques (coopératives, outils de transformation, Organisation de Producteurs (OP), Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole (CUMA) et l'IRQUALIM, un outil novateur, de référence, au service de la qualité agroalimentaire</p> <p>Présence des métiers de bouches de l'économie de proximité, qui sélectionnent et valorisent les productions régionales</p> <p>Organisation de la production en circuits courts et directs : de nombreuses initiatives engagées, nombreux réseaux créés...</p>	<p>Un revenu moyen par actif agricole < de 27% à la moyenne nationale</p> <p>Disparition du foncier agricole au profit de l'urbanisation : diminution du potentiel de production</p> <p>Absence de corrélation entre zone de production et zone de consommation</p> <p>En quantité ?/à la demande locale : manque des fruits et légumes, de porcs...</p> <p>Pas de label unique et reconnu pour l'agriculture responsable, identifiée comme intermédiaire entre le conventionnel et la BIO</p> <p>... Mais des initiatives éparses</p>
OPPORTUNITES	MENACES
<p>Des collectivités impliquées pour mettre en relation producteurs et consommateurs</p> <p>Des EGA qui fixent des objectifs de consommation locale</p> <p>Une réglementation plus favorable : LMAA, Omnibus... qui permettrait de relever les revenus des agriculteurs</p> <p>Des outils existants permettant de construire une stratégie alimentaire à l'échelle d'un territoire</p> <p>Maintenir, transmettre et ancrer, les savoir-faire des métiers de bouches qui valorisent les productions en région</p>	<p>Nouvelle diminution de la production confrontée au changement climatique / besoin de l'eau pour produire, aux attaques sanitaires</p> <p>Les subventions du 1^{er} pilier de la PAC ne sont plus liées à la production donc à l'économie des exploitations, ce qui n'incite pas les agriculteurs à produire et encore moins de la qualité.</p>

Le paradoxe de la production occitane

L'agriculture de la région Occitanie est un paradoxe. En effet, la production, grâce à la diversité et à la richesse des territoires régionaux, est exceptionnelle puisqu'elle est diversifiée, de grande qualité et bien structurée. Pourtant cette même production ne cesse de diminuer. Entre 2002 et 2016, plus de 2 000 exploitations agricoles ont disparu, soit 3 % des exploitations⁵⁵. Cette diminution se poursuit et certaines filières sont plus touchées : entre 2016 et 2018, disparition de 4 490 ha de vignoble, de 20 661 ha de céréales, de 5 869 vaches laitières et 1 324 exploitations orientées en bovins lait soit 33 % des exploitations en bovins lait !⁵⁶

Cette diminution de la production a deux principales causes : la diminution des terres agricoles et la non rémunération du travail agricole par ailleurs difficile.

Le territoire régional est confronté, comme la plupart des régions françaises, à l'urbanisation progressive de l'espace rural et à l'artificialisation des terres agricoles. En Occitanie, entre 2006 et 2012, 10 500 ha de surface ont été artificialisés et 90 % étaient initialement des territoires agricoles représentant 10 % du marché foncier rural. De 2012 à 2015, l'artificialisation des terres a baissé de moitié et ne représente plus que 5 % du marché foncier rural. Ce marché reste important sur les zones urbaines (périphéries toulousaine et montpelliéraine) ainsi que sur les territoires du littoral méditerranéen. Pour exemple, le département de l'Hérault dévore ses terres agricoles à un rythme alarmant : en 30 ans, près de 17 000 hectares ont été urbanisés. C'est plus de 2 fois la superficie de l'étang de Thau.

Le CESER regrette les Opérations Groupées d'Aménagement Foncier (OGAF) qui ont fait leur preuve pendant 30 ans de 1970 à 2000. Elles avaient pour rôle de servir, prolonger et renforcer la politique de modernisation agricole. L'objectif était d'avoir une action sur les structures foncières de l'exploitation de façon à améliorer, voire permettre la mise en œuvre des autres dispositifs de la politique des structures. A l'échelle de la parcelle, l'objectif était de favoriser les agrandissements, les regroupements et l'aménagement. A l'échelle d'un territoire, les OGAF mettaient en place un processus de discussion et de débat sur la mobilisation du foncier agricole et la réorganisation des exploitations⁵⁷. Ce type de dispositif permettrait de redynamiser la production et les filières agricoles en Occitanie car la souplesse des OGAF donne la possibilité de coordonner des actions locales sectorisées, afin de construire une véritable dynamique de développement rural local.

Malgré le poids de son agriculture, la région Occitanie ne représente que 10 % de la valeur ajoutée agricole et de l'EBE nationaux alors qu'elle compte 16 % des exploitations. La productivité des exploitations agricoles de la région est assez faible et leurs résultats économiques sont globalement bas. On observe notamment une dépendance aux aides plus forte et des charges qui restent importantes par rapport à la moyenne française, fragilisant ainsi l'économie des exploitations. Historiquement, le revenu agricole moyen en Occitanie a toujours été en dessous de la moyenne française (entre 60 et 75 % du revenu national) et la région enregistre régulièrement **le revenu le plus bas de France**. Néanmoins, ce résultat cache une grande disparité entre les exploitations, selon les filières et les systèmes. La région est notamment très concernée par les contraintes économiques liées aux zones à handicap naturel (ou zones défavorisées). En effet, 85 % du territoire est en zones défavorisées, dont environ la moitié en zones de montagne (y compris piémont et haute montagne).

⁵⁵ Source : Mémento de la statistique agricole 2018, Agreste Occitanie

⁵⁶ Source : Agri'scopie éditions 2016 et 2018, CRA et CER France

⁵⁷ Source : <https://agter.com>. Aménagement foncier et réorganisation des exploitations agricoles, Lisa Gauvrit, AGTER, Juin 2012

Du point de vue agricole, cela concerne 86 % de la SAU et 72 % des exploitations agricoles, principalement situées en zone défavorisée simple.

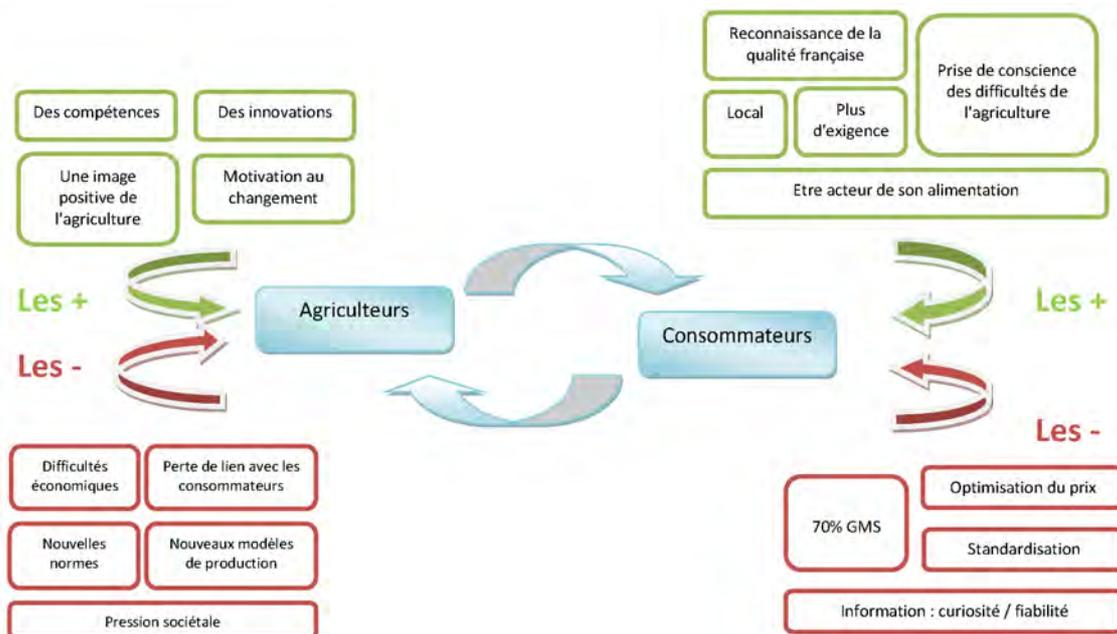
1.2 Renouer le lien agriculteur/consommateur

Le schéma ci-dessous relate les relations entre producteurs et consommateurs. Ce constat est valable pour tout le territoire national et plus particulièrement dans les villes où les citadins sont de plus en plus éloignés des campagnes et donc ignorants ou ayant des préjugés sur l'agriculture et le métier d'agriculteur en particulier. Le CESER souligne que l'agriculture française est une force pour la région car elle est sécurisée, de qualité et diversifiée. L'alimentation en France n'a jamais été aussi saine, avec des produits agricoles de meilleure qualité. Les citoyens français doivent être correctement informés sur la production agricole en France.

Dans une ère où il n'y a pas qu'un seul consommateur mais une multitude, il s'avère donc nécessaire pour les agriculteurs de s'adapter à des critères immatériels qui induisent des nouvelles pratiques de consommation. Il s'agit de rétablir la vérité sur le métier en mettant l'accent sur la communication : respect du bien-être animal, de l'environnement, technicité des éleveurs... autant de critères qui sont le gage de la fabrication de produits de qualité. « Et ne l'oublions pas, les nouveaux consommateurs seront à terme des consommateurs de produits de qualité » a assuré Claude Cochonneau, Président de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture et premier convaincu que les réseaux sociaux sont un outil à exploiter.

Les syndicats et les organisations professionnelles agricoles départementaux et nationaux sont focalisés sur cette nouvelle action qu'est la communication envers tous les publics. Les plans de filières nationaux et régionaux en font tous un axe fort.

Figure 13 : Forces et faiblesses des liens entre agriculteurs et consommateurs



source : CESER Occitanie, septembre 2018

Une production nationale mal organisée pour la consommation locale

Les territoires se sont progressivement inscrits dans la mondialisation par une ultra spécialisation et un modèle économique tourné essentiellement vers la demande extérieure. Cette forte spécialisation est autant agricole qu'agro-industrielle, avec des grands sites de transformation concentrés dans quelques territoires et majoritairement approvisionnés par les grandes monocultures françaises voire étrangères. L'organisation alimentaire de nos territoires est aujourd'hui clairement déséquilibrée : l'intégration à la mondialisation s'est faite au détriment de la diversification.⁵⁸

La conséquence est déplorable : les principales zones urbaines ne sont qu'à 2 % en moyenne d'autonomie alimentaire. Pour la région Occitanie, Perpignan arrive 7^{ème} du classement national avec 5,3 %, Montauban (12^{ème}) avec 3,78 %, Toulouse (24^{ème}) avec 2,63 %, Béziers (39^{ème}) avec 2,08 % et Montpellier (41^{ème}) avec 2,02 %.

Il est à noter ici que l'autonomie alimentaire repose sur quatre piliers⁵⁹ :

- l'accessibilité alimentaire (accès à une quantité suffisante de nourriture saine, lieux d'approvisionnement diversifiés et proches, prix raisonnables et équitables, pouvoir d'achat suffisant pour faire des choix alimentaires convenables en toute dignité),
- le pouvoir de choisir (prendre part aux décisions qui concernent la communauté, être collectivement outillé et informé sur les enjeux alimentaires),
- le respect des êtres humains, de la nature et de tous les êtres vivants, de l'environnement
- et l'action collective (se prendre en charge individuellement et collectivement, s'impliquer dans les mouvements collectifs, solidaires et locaux).

Le territoire d'Occitanie est aussi confronté à l'opposition entre concentration des moyens dans les grands bassins de consommation, villes et agglomérations, et déprise agricole, éloignement des

⁵⁸ "Avignon, Valence et Nantes, championnes françaises de l'autonomie alimentaire", planète du 2/06/2017

⁵⁹ Source : Regroupement des Cuisines Collectives du Québec

populations dans les campagnes. Les grandes villes s'organisent localement et à l'échelle internationale, par exemple au travers du Pacte de Milan⁶⁰ sur le principe d'une politique de l'alimentation urbaine (8 collectivités en France ont signé ce pacte dont Montpellier Méditerranée Métropole). Des réseaux comme "Terres en villes"⁶¹ voient le jour, réseau français des acteurs des politiques agricoles et alimentaires d'agglomérations (Toulouse, Perpignan et Montpellier en sont membres). Quelles solidarités de ces politiques de l'alimentation urbaine avec les campagnes les plus éloignées ? Certaines collectivités parce qu'elles ne trouvent pas de produits locaux, s'organisent pour en produire elles-mêmes.

Il faut souligner ici que l'objectif n'est pas de parvenir à l'autonomie alimentaire totale qui se limiterait à produire et consommer localement car cela est totalement irréaliste économiquement pour les filières de production et donc contre-productif.

Les consommateurs souhaitent de plus en plus acheter local. Pourtant, l'offre a du mal à suivre. Par exemple, il manque des fruits et légumes pour répondre à la fraîche découpe et des PME régionales pour le frais emballé (comme Estivin à Tours, Sodicro en Alsace, Caluire Légumes à Lyon, Frais émincés à Nantes).

Les producteurs accèdent encore difficilement à **la logistique des circuits courts**.

Cependant, de nombreuses initiatives sont à souligner en région Occitanie. Nous recensons de nombreuses mobilisations collectives et dynamiques d'engagement fortes surtout en ville sur l'organisation de circuits de proximité (500 démarches recensées dans l'Agglo de Montpellier !) mais ces initiatives sont trop éparpillées d'où la difficulté de constituer un mouvement cohérent et impactant. Il serait nécessaire de mettre en synergie ces mobilisations collectives et dynamiques d'engagement souvent très locales et leurs solutions.

L'appartenance à des réseaux de circuits courts rassure les exploitants agricoles en circuits courts et leur permet notamment d'innover. De plus, l'organisation collective permet de surmonter la concurrence entre producteurs.

Les circuits courts permettent de valoriser le métier d'agriculteur en tant que vecteur de reconnaissance sociale. En circuit court, la dimension alimentaire revêt une grande importance. Les agriculteurs se sentent responsables de la qualité de leurs produits vis-à-vis des consommateurs et leurs pratiques agricoles peuvent en être influencées.

⁶⁰ <http://www.iufn.org/wp-content/uploads/2016/03/Pacte-de-Milan.pdf>

⁶¹ <http://terresenville.org/lassociation>

2. AU NIVEAU DE LA CONSOMMATION

FORCES	FAIBLESSES
<p>Augmentation du potentiel de consommation : + 52 000 habitants par an à nourrir</p> <p>L'enjeu de la restauration collective : des structures publiques locales importantes en attente de consommation locale</p>	<p>Augmentation du potentiel de consommation : + 52 000 habitants par an à nourrir</p> <p>Aucune donnée chiffrée sur la consommation en Occitanie par produit, par circuit de distribution. Difficile de positionner l'offre de production et détecter les déficits ou les surplus précisément sur quels produits et quelles filières.</p>
OPPORTUNITES	MENACES
<p>Implication des consommateurs sur leur alimentation Attentes des consommateurs sur la proximité, la qualité, l'origine des produits</p> <p>Des expérimentations existantes pour rapprocher producteur et consommateur.</p> <p>Des outils pour favoriser la consommation locale : les PAT mais....</p> <p>Des collectivités impliquées pour mettre en relation producteurs et consommateurs</p> <p>Des EGA qui fixent des objectifs de consommation locale</p> <p>Une réglementation plus favorable : LMAA, Omnibus... qui permettrait de relever les revenus des agriculteurs</p>	<p>Perte de confiance envers les producteurs due à une mauvaise image de la production française : pesticides, bien-être animal...</p> <p>Le consommateur se détermine par rapport au prix Déconnexion des urbains du rural, du travail de la terre, des modes de production</p> <p>Incompréhension de la multiplicité des marques et SIQO et vocabulaire employé</p> <p>... avec une gouvernance inachevée des PAT car trop diluée. Rechercher une gouvernance active pour ces outils. Manque un chef de file pour structurer offre et demande au niveau régional et éviter l'éparpillement.</p> <p>Cadre juridique trop contraignant : le code des marchés publics pour les commandes publiques</p>

2.1 Des consommateurs occitans en attente

Pour la construction de son Plan Régional pour l'Alimentation, la Région Occitanie/Pyrénées - Méditerranée a lancé une grande enquête sur les habitudes de consommation et les attentes alimentaires des citoyens occitans. Cette grande enquête a été réalisée d'avril à septembre 2018. Les premiers résultats concernent 53 000 réponses au 27/07/18 et permettent de dégager les grandes tendances, qui viennent corroborer l'état des lieux réalisé sur les évolutions de la consommation en France. Ces réponses représentent toutefois moins de 1 % de la population régionale ; elles ne donnent que des tendances.

En effet, 92 % des répondants s'accordent à reconnaître l'Occitanie comme une région riche en produits de qualité.

Pour les habitants d'Occitanie, "Manger sainement" signifie avant tout :

- manger des produits de saison pour 80 %
- varier/équilibrer les aliments (légumes et fruits, viandes et poissons, féculents...) pour 63 %

- consommer des produits locaux pour 60 %

Les super ou hyper marchés classiques sont les principaux lieux d'approvisionnement pour 37 % des répondants mais 67 % s'y rendent régulièrement ! Les personnes ayant déclaré ne pas faire leurs courses en circuits courts expliquent :

- ne pas savoir où trouver ces services pour 29 %
- ne pas avoir le temps de s'y rendre pour 27 %
- qu'il n'existe pas de structures de ce type près de chez eux pour 25 %
- que le coût est trop élevé pour 20 %

92 % des répondants privilégieraient les aliments produits en Occitanie s'ils étaient facilement identifiables.

Par ces premiers résultats, nous pouvons comprendre que les citoyens occitans sont plus que prêts pour une alimentation locale de qualité. Le caractère plus rural de la région comparée à d'autres régions françaises, atténue la mauvaise image qu'ont les citoyens des agriculteurs et de l'agriculture puisque 92 % pensent que les produits sont de qualité en Occitanie. Pour autant, les consommateurs occitans comme les consommateurs français privilégient les hypermarchés dans lesquels peu de produits locaux sont vendus, et sont souvent perdus parmi les signes de qualité puisqu'ils réclament une identification simple des produits locaux. En effet, la notion de produits de proximité se heurte à l'absence de définition partagée (notamment pour les produits transformés).⁶²

L'idée serait de proposer une marque comme "Produit de Bretagne" qui rend plus lisible la production régionale auprès du consommateur (local et touriste) et facilite la visibilité et le "patriotisme régional" tant recherché.

2.2 Le levier de la restauration collective

Avec 1,3 million de repas servis tous les midis en restauration collective en Occitanie, cette dernière est un levier majeur pour asseoir la transition écologique, la justice sociale et l'ancrage territorial de l'alimentation. Elle a été identifiée comme telle par les Etats Généraux de l'Alimentation. La loi alimentation fixe des objectifs importants : l'introduction de 50 % de produits agricoles locaux ou sous signe de qualité dont 20 % de produits biologiques. A ce jour, les restaurants collectifs ne proposent que 2,9 % de produits bio en 2017 au niveau national, dont la majorité ne sont pas produits localement.

L'alimentation des jeunes dans les cantines est un enjeu essentiel pour plusieurs raisons :

- l'éducation au goût et à l'environnement s'apprend dès le plus jeune âge ;
- les jeunes sont les plus exposés aux contaminations chroniques alimentaires, comme les perturbateurs endocriniens (pesticides) ;
- les jeunes les plus défavorisés sont souvent ceux qui ont le moins accès à une alimentation équilibrée. La cantine peut contribuer à rétablir cet équilibre et permettre l'accès de toutes les populations, quel que soit le niveau social, à une alimentation équilibrée.

⁶² source : Synthèse de l'atelier N°2 des EGA "Développement des initiatives locales et création de synergies", du 17/10/2017

L'alimentation durable dans le secteur hospitalier est également centrale :

- 40 % d'européens auront plus de 60 ans en 2020. La population senior ne peut être laissée de côté ;
- par le volume qu'elles représentent et la stabilité des besoins sur toute l'année (des repas 12 mois/an 7 jours/7), les cuisines centrales hospitalières sont un levier pour le développement de la bio et des produits de qualité sur les territoires ;
- le maintien de la qualité du service d'accueil au niveau des hôpitaux et Etablissement d'Hébergement pour Personnes Agées Dépendantes (EHPAD), en agissant sur un moment primordial dans la vie des établissements, pour les résidents et leurs familles, à savoir le temps des repas;
- une alimentation de qualité permet d'éviter les risques de dénutrition et permet ainsi de participer au maintien de l'autonomie.

Cependant les discours des professionnels de la restauration collective sont très disparates. Les associations et réseaux divers sont plutôt positifs sur l'approvisionnement local mais les responsables de cuisines centrales montrent qu'il est bien difficile et décourageant de le mettre en pratique.

D'après le réseau Restau'Co⁶³, de nombreux responsables de restaurants engagés dans une démarche volontaire ont démontré qu'en optimisant leur gestion (réduction du gaspillage, augmentation des protéines végétales, meilleure gestion de l'eau, de l'énergie, des produits d'entretien...), il est possible d'introduire une part significative de produits bio et locaux sans augmenter le prix des repas pour les familles ou les convives. Cependant leur expérience montre que ces progrès, qui impliquent à la fois une formation du personnel et une éducation des convives, demandent du temps. De plus, ils nécessitent souvent un investissement matériel pour pouvoir travailler des légumes frais en cuisine.

L'observatoire de la restauration collective bio et durable dresse aussi en 2017 des constats encourageants :

- Un repas composé de 20 % de produits bio coûte en moyenne 1,80 € en matières premières. Ce résultat s'inscrit pleinement dans la moyenne des prix observés pour l'ensemble de la restauration collective.
- Il n'existe pas de lien objectif entre l'augmentation progressive du bio dans les menus et l'impact sur les dépenses des collectivités. Il est impossible de dresser un parallèle entre niveau de bio et courbe des coûts sur la durée.
- Quand le bio s'introduit dans les assiettes, il est majoritairement d'origine locale à 57 %, et profite directement au développement des territoires.

Cependant, d'après des directeurs de cuisines centrales ou de la restauration de grandes entreprises régionales, la part des denrées alimentaires représente 20 % du prix total. Il n'est pas possible d'introduire 20 % de bio dans les repas au même prix. Ils arrivent à des aberrations en achetant par exemple une salade bio locale transformée en 4^{ème} gamme qui est trois fois plus chère que la salade locale.

Ces acteurs de la restauration collective soulignent le paradoxe d'aller vers le bio plutôt que vers le local : en effet, une grande partie des produits bio est importée avec des critères qui ne sont pas aussi rigoureux qu'en France.

⁶³ Source : Bonus cantine Bio et Locale, Restau'Co et Fondation pour la nature et l'homme, juin 2018

Par ailleurs, les cuisines centrales ne sont pas équipées pour travailler les produits bruts et les cuisiner, ce qui constitue un frein à l'approvisionnement local.

L'existence d'une légumerie (dans le Gers par exemple), permet aux cuisines centrales de s'approvisionner en produits locaux transformés.

D'après cette analyse, des moyens devront être mis en place pour favoriser l'achat de produits locaux et de qualité (dont bio) en restauration collective, ce qui est une priorité nationale et régionale.

Ces moyens pourront passer par la formation des acteurs, à l'instar du nouveau Diplôme Universitaire à l'université de Nice : "chef de projet en alimentation durable option collectivité territoriale" qui va amener des compétences pertinentes sur les territoires⁶⁴.

Ce parcours de formation est fortement professionnalisant et s'appuie sur l'expérience désormais reconnue et réussie de la commune de Mouans-Sartoux.

Les enjeux et perspectives du Diplôme Universitaire :

- S'approprier et façonner son territoire pour répondre à l'urgence des enjeux de santé / environnement
- Re-territorialiser l'alimentation pour viser l'autonomie alimentaire et convertir les productions à l'agriculture biologique
- Mobiliser et associer les citoyens et les acteurs économiques du territoire au projet d'alimentation durable
- Utiliser le projet d'alimentation durable comme levier de développement économique et social.

Le code des marchés publics reste contraignant pour les acheteurs. Par exemple, il est possible de créer un lot "fruits", mais pas un lot pour chaque fruit, ce qui rend difficile l'achat local ou de qualité.

Si le code des marchés publics ne permet pas aux collectivités de sélectionner des produits sur un critère de provenance, les performances de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture sont considérées comme des critères non discriminatoires pour l'attribution de ces marchés. Le seuil de dispense de procédure a également été relevé en 2015, passant de 15 000 € à 25 000 €⁶⁵, c'est-à-dire qu'en dessous de ce seuil, un marché pourra être passé sans publicité ni mise en concurrence préalables. Ces deux mesures visent à faciliter l'approvisionnement local de la restauration collective : la première en favorisant l'approvisionnement direct et la seconde en évitant la mise en concurrence des petits producteurs avec des professionnels du secteur pour des marchés de faibles montants.

Les grandes cuisines centrales servant plus de 2 000 repas par jour qui n'ont pas l'agilité des petites cuisines devront adapter leurs méthodes. Des réflexions à l'échelle régionale pourraient être mutualisées afin de proposer des solutions concrètes pouvant être généralisées suite à des expérimentations réussies.

2.3 L'alimentation comme nouvel enjeu de pouvoir ?

Depuis une vingtaine d'années, l'agriculture puis l'alimentation se sont invitées dans les politiques urbaines. La préservation des terres agricoles est devenue un enjeu de développement durable du territoire. Parallèlement, des mouvements citoyens et agricoles revendiquent un changement de

⁶⁴ Source : <http://univ-cotedazur.fr/fr/education/trouver-sa-formation/diplomes-universitaires/>

⁶⁵ Source : décret n°2015-1163 du 17 septembre 2015) modifiant certains seuils relatifs aux marchés publics

modèle agricole et alimentaire. Ils promeuvent le local en opposition au système agro-industriel et ont été renforcés par la crise de 2008.

En France, l'intégration de ces questions dans les politiques locales est encore balbutiante. En effet, l'agriculture et l'alimentation ne sont pas des champs d'action habituels pour les villes. Elles relèvent traditionnellement d'une prérogative d'action de l'Etat. La situation a évolué à la suite du Grenelle de l'Environnement et l'Etat encourage désormais une «décentralisation» de la politique alimentaire, mais l'appropriation locale de ces nouveaux enjeux ne va pas de soi. L'alimentation n'est pas encore perçue comme un problème ou un bien public nécessitant une politique volontariste à l'échelle locale. Elle est souvent abordée à travers des politiques sectorielles (agricoles, environnementales, sanitaires et sociales) et pilotée par différents acteurs (municipalités, intercommunalités, Départements, Régions, Chambres d'Agricultures, associations...).⁶⁶ Les jeux d'acteurs sont complexes entre les services des ministères, les chambres d'agriculture, les agriculteurs conventionnels, les grandes et moyennes surfaces, les consommateurs, la filière bio, les élus...etc. S'entendre sur la bonne échelle territoriale de gouvernance, partager des objectifs stratégiques et opérationnels, mobiliser les compétences et les moyens nécessaires s'avèrent souvent difficile.⁶⁷

Face à la complexité des échelles d'interventions et des différents acteurs, les politiques alimentaires locales ont une architecture complexe dépendante de l'organisation institutionnelle.⁶⁸

La région de Perpignan apparaît comme pionnière par plusieurs initiatives engagées autour de l'agriculture et de l'alimentation. L'agglomération de Perpignan est connue pour son action contre les friches agricoles en périurbain dès 1990. En 2013, la reconstitution d'îlots fonciers a permis de limiter la fermeture des milieux et le risque incendie, de conforter les filières agricoles et l'emploi. Deux périmètres de protection et de mise en valeur des espaces agricoles et naturels périurbains (PAEN) ont été approuvés par le Conseil Départemental des Pyrénées-Orientales en 2010. Parallèlement à ce renforcement de la protection foncière agricole de son territoire, la municipalité a mené des actions d'éducation à l'alimentation : Perpignan est la seule ville française à avoir participé en 2006-2008 au programme européen *Shape Up* de prévention de l'obésité. Elle est également investie dans des projets de sensibilisation nationaux comme "un fruit à la récré" depuis 2008 et "Perpignan, ville pilote, fruits, santé et société" depuis 2006. Elle a également créé depuis 2009 une centaine de jardins familiaux et plusieurs jardins pédagogiques. Enfin, son centre hospitalier a expérimenté durant l'été 2009 la distribution quotidienne d'une corbeille de fruits et légumes frais auprès des malades en lien avec *Interfel*. La réussite de ce projet a conduit à envisager son déploiement à l'échelle nationale dans le Plan National Alimentation. Ces nombreuses initiatives, au caractère précurseur, pilotées par différents acteurs, vont dans le même sens et font que Perpignan arrive 7^{ème} dans le classement français des villes en autosuffisance alimentaire.

Les Projets Alimentaires Territoriaux ont l'avantage de donner un cadre pour ces initiatives. Mais le problème de la gouvernance reste entier. En effet, les PAT sont multi-acteurs et la gouvernance multi-partenariale. Il manque un acteur fédérateur à déterminer. Le poids des acteurs privés dans le système alimentaire et la multiplicité des acteurs publics en charge de la gouvernance territoriale, imposent une certaine inertie à l'émergence des projets. Par ailleurs, les échelles administratives et

⁶⁶ Source : "L'essor d'initiatives agricoles et alimentaires dans les villes françaises", Perrin et Soulard, INRA, UMR Innovation, Montpellier, juin 2018

⁶⁷ Source : "L'alimentation, un nouvel enjeu de développement durables pour les territoires", THEMA, 2017

⁶⁸ Source : "Nouvelles relations entre la ville et l'agriculture : quelle gouvernance?", Coline Perrin, UMR Innovation, 2014

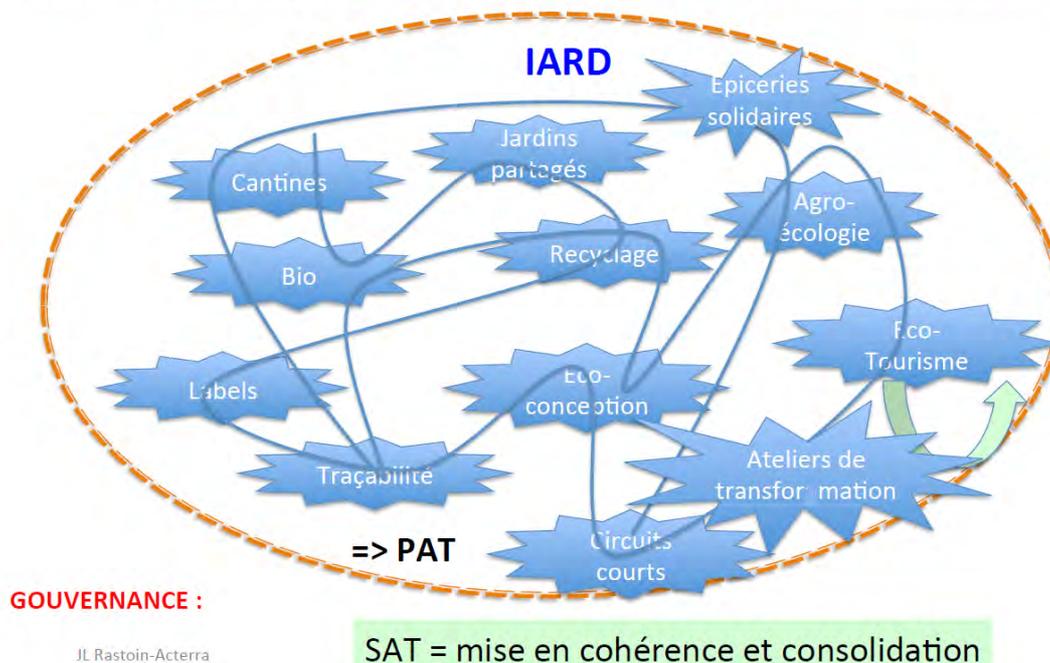
politiques de ces acteurs sont diverses, ce qui complexifie la détermination de l'échelle d'action du projet.

De plus, les PAT ne peuvent représenter le seul outil pour accompagner les initiatives locales. En effet, sur l'appel à projet 2017-2018, 316 dossiers de candidature ont été déposés et seulement 33 dossiers retenus ! Que deviennent les 283 projets non retenus ?

Il est aussi à déplorer la portée limitée de ces initiatives qui en restent souvent à l'entre soi ou bien à des démarches de marketing, et qui pointent la complexité de l'action publique territoriale, des articulations entre systèmes alimentaires locaux et globaux et les tensions entre échelles d'actions⁶⁹.

Sur les territoires, les initiatives liées à l'alimentation sont diverses et peuvent provenir d'une diversité d'acteurs comme le montre le schéma ci-dessous, ce qui complexifie la cohérence et la coordination de ces actions.

Figure 14 : Initiatives pour une alimentation responsable et durable (IARD, Resolis) et systèmes alimentaires territorialisés



Les définitions de Malassis en 1994 : « Un système alimentaire est la façon dont les hommes s'organisent dans l'espace et dans le temps pour obtenir et consommer leur nourriture » et de Rastoin "le système alimentaire territorial est un ensemble cohérent de filières agroalimentaires localisées dans un espace géographique de dimension régionale » montrent bien la nécessité de fédérer les acteurs du territoire. De notre point de vue, les échelles régionales ou infrarégionale permettent cette approche.

Que ce soit par l'intermédiaire des PAT ou non, il faut permettre aux territoires et notamment aux métropoles et intercommunalités d'établir des Pactes alimentaires avec les producteurs.

⁶⁹ Source : <https://journals.openedition.org/geocarrefour/10288> Billion 2017

3. AU NIVEAU DE LA COMMERCIALISATION ET DE LA DISTRIBUTION

FORCES	FAIBLESSES
<p>De nombreuses initiatives innovantes pour promouvoir le commerce local</p> <p>2 MIN de Toulouse et Montpellier tournés vers les producteurs</p> <p>2/3 des produits alimentaires sont achetés dans les GMS</p>	<p>Mais diffuses et non coordonnées</p> <p>Besoin d'une identification pour les produits locaux</p> <p>Guerre des prix en GMS</p> <p>75 % des produits alimentaires sont importés et vendus en GMS</p> <p>Problèmes de logistique et de livraison en circuits courts : coût du dernier kilomètre</p>
OPPORTUNITES	MENACES
<p>L'avènement du e-commerce alimentaire</p> <p>La recherche de produits locaux en Grande Distribution</p> <p>Un modèle de consommation de masse en crise "Artisan cuisinier" pour la restauration des particuliers</p>	<p>Incompréhension de la multiplicité des marques et SIQO et vocabulaire employé</p> <p>La GMS brouille la communication avec des marques et se revendique producteur</p>

3.1 Une identification complexe pour les consommateurs

Les étiquettes des produits alimentaires comportent de multiples informations parmi lesquelles il est parfois difficile de se retrouver. Parmi toutes les informations données sur l'étiquette, certaines sont obligatoires dans tous les cas, d'autres ne sont obligatoires que dans certains cas. **Les labels agricoles** attestent qu'un produit possède des caractéristiques spécifiques préalablement définies et qui lui confèrent une qualité supérieure. Ils peuvent être soit nationaux (comme le Label Rouge), soit régionaux.

Les informations relatives à la valeur énergétique et au contenu en nutriments sont facultatives en France comme en Europe, mais deviennent obligatoires si une allégation nutritionnelle figure sur l'étiquette, la publicité ou la présentation du produit.

- **Les mentions obligatoires** : La dénomination de vente, la liste des ingrédients, la quantité nette, la date de consommation, le lot de fabrication, les coordonnées du responsable, la mention "frais"
- **Les mentions obligatoires dans certains cas** : estampille vétérinaire ou marque de salubrité, degré alcoolique, lieu d'origine, mode d'emploi (ou conseil d'utilisation)
- **Les mentions facultatives** : AOC (Appellation d'Origine Contrôlée), Label rouge, Agriculture Biologique (AB), élevage biologique, certification de conformité, point vert, provenance montagne ou appellation montagne, code barre, étiquetage nutritionnel.

Les signes de qualité font partie des mentions facultatives et sont multiples. Nous avons vu dans la présentation de la production en Occitanie qu'il en existait 243 sur le territoire régional. Le

consommateur sait-il faire la différence entre une AOC, une IGP, un label rouge, une marque, un produit "zéro pesticide"...? Par ailleurs, les signes de qualité sont présents sur tout le territoire national et même dans les autres pays, comment le consommateur peut-il différencier un produit local ? Et que définit-on par local ?

Il faudra veiller à distinguer et à communiquer sur les différentes appellations :

- les SIQO, dont certains sont fondés sur l'origine géographique : AOC/AOP et IGP. Ils ne sont donc pas délocalisables, ce qui n'est pas le cas pour une marque. Cependant, l'origine géographique peut être une zone de très petite taille ou un très grand périmètre qui pourra alors dépasser le territoire occitan.
- l'agriculture biologique, qui est aussi un SIQO répondant à une norme sur les pratiques agricoles dont les critères sont contrôlés par un organisme certificateur,
- le local qui ne repose sur aucune norme,
- les différents circuits courts, directs, longs et de proximité.

Les mots « **local** » et « **circuit court** » ont une définition qui paraît certes proche, mais ils désignent bel et bien deux notions différentes. Le terme « local » porte sur l'origine. Il indique que le produit a été produit dans une aire géographique proche (en général maximum 150 km). A l'inverse, le terme « circuit court » porte sur la chaîne de distribution et sur le nombre d'intermédiaires qu'elle comporte : un circuit court compte donc au maximum un intermédiaire. S'il y en a aucun, on peut même parler de « **direct producteur** ». Par ailleurs, quand un produit est à la fois d'origine locale et issu d'un circuit court, on parle en général de « **circuit de proximité** » (proximité géographique et proximité avec le producteur en lien avec les métiers de l'alimentation en détail : bouchers, ... »)⁷⁰.

Par ailleurs, la Grande Distribution met tout en œuvre pour répondre aux attentes des consommateurs : création de marques adaptées à la demande mais aussi intégration des circuits de production en bio ou autre. Est-ce aux grands distributeurs de cadrer ces démarches "sans résidu de pesticides" ou pour aider les agriculteurs à se convertir en bio ? C'est du ressort d'institutions publiques. Qui contrôle les pratiques ? Qui forme les agriculteurs ? ... Les agriculteurs deviennent des parts de marché. L'exclusivité s'installe là où elle n'a pas lieu d'être puisque le plus grand nombre doit adopter des pratiques avec moins d'intrants. Elle est dangereuse pour les agriculteurs qui sont pieds et poings liés à ces grandes enseignes dont les cahiers des charges peuvent évoluer et fausser la négociation du prix. Cela pose aussi le problème de l'évaluation de la PAC. Ces nouvelles pratiques engendrent en effet une politique privée d'exclusivité commerciale contre une politique publique qui doit atteindre le plus grand nombre d'agriculteurs et rendre des comptes à la société.

Face à cette complexité de vocabulaire concernant la commercialisation des produits de qualité et locaux, et face aux pratiques de la GD, le consommateur a besoin d'une identification claire, nette et simple qui garantisse une certaine qualité au produit.

3.2 Des schémas de distribution locale à organiser

De nombreuses initiatives de vente de produits locaux ont été recensées dans la région (cf. chapitre II.3 "Les circuits de distribution en mutation"). Cependant, ces circuits ne sont pas organisés pour la vente de produits locaux et des problèmes d'infrastructures, de logistique et de livraison sont récurrents pour tous les acteurs.

⁷⁰ Voir dans le glossaire CGAD / <https://www.cgad.fr/metiers/>

Il est constaté qu'il manque des plateformes de stockage de produits qui permettraient de regrouper les produits au plus proche des bassins de consommation. Les marchés de gros, qu'ils soient privés ou d'intérêt national, ont un rôle à jouer. Parmi ces derniers, la plupart sont des Sociétés d'Economie Mixte (SEM) avec des collectivités comme actionnaires. Les MIN peuvent ainsi servir de plate-forme de vente avec les carreaux de producteurs mais surtout apporter un soutien logistique aux producteurs.

Par ailleurs, les problèmes logistiques sont présents à l'amont comme à l'aval : coût, organisation, grands axes routiers et moyens de transport, en particulier pour la vente à domicile. Un surcoût logistique pour les producteurs situés en dehors des grands axes routiers et pour les petites livraisons régulières en proximité, qui a pour conséquence un mauvais *bilan carbone* lorsque les producteurs sont trop éloignés de la zone à approvisionner.

La livraison pose un problème au premier kilomètre en zone rurale et au dernier kilomètre en ville.

La Grande Distribution est en pleine mutation. En effet, quelques initiatives existent, où la GD investit dans l'outil de production et se substitue à l'entreprise locale (producteur ou transformateur agro-alimentaire). Citons l'exemple de la fourme de Montbrison où la filiale de Casino Agro a racheté la fromagerie en devenant producteur d'une fourme de Montbrison bio vendue sous la marque "C'est qui le patron ?". Il est donc urgent de structurer les filières de production afin de fournir le consommateur en produits locaux.

Au niveau de la restauration des particuliers, le fait de cuisiner des produits frais entraîne pour le restaurateur un surcoût estimé à 20 % et suppose d'avoir un emploi supplémentaire. La création d'un nouveau titre d'"Artisan cuisinier" (formation initiale ou continue), en cours de finalisation permettra à 10 % des restaurants d'atteindre ce niveau.

Ce secteur est également en pleine mutation. Il sera un levier important, tout comme les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) pour s'approvisionner régionalement. La structuration des filières viande a une grande marge de progression. En effet, il est aujourd'hui estimé que 80 % de la viande servie vient de l'étranger.

3.3 Zoom sur le e-commerce

Le e-commerce alimentaire est en grand développement et les sites internet se multiplient. Il répond parfaitement à la demande du consommateur car il est rapide, pratique et offre des possibilités pour développer la transparence et la confiance des consommateurs.

Cependant, il exclut certaines populations dans l'incapacité d'utiliser les outils connectés (personnes âgées et territoires en fracture numérique). Il faudra donc veiller à ce qu'il ne s'instaure pas d'exclusivité sur certaines denrées.

Le e-commerce implique aussi la multiplication à proximité des villes des gigantesques installations logistiques qui impactent des terres agricoles.

Cependant le e-commerce alimentaire est encore plus impacté par les problèmes de logistiques et de livraison et n'a pas encore la confiance des consommateurs pour les produits frais.

Concernant le e-commerce alimentaire, les *pure players* ont des difficultés dans l'agrégation des produits. Pour diminuer les coûts de livraison, la proximité spatiale entre les produits et les consommateurs et l'externalisation du transport sont de possibles stratégies⁷¹.

⁷¹ Source : "Pratiques et lieux du e commerce alimentaire", Netcom, 30/1/16

Le dernier kilomètre dans une chaîne logistique à destination des particuliers est le plus court mais en même temps le plus complexe à gérer et le plus coûteux. La contrainte tient notamment à la dispersion géographique des clients et aux difficultés d'approches relatives de la livraison à domicile des particuliers. Les volumes à livrer sont par ailleurs relativement faibles et imposent une livraison de type express alors que les entreprises de livraison étaient habituées à la culture du "camion complet". Elles sont dorénavant amenées à gérer des flottes beaucoup plus importantes de véhicules de petite taille (camionnettes) et spécifiques car souvent avec trois compartiments avec des températures différentes (ambiant, frais et surgelé). Ce changement dans les volumes à traiter génère également de nouveaux défis pour la préparation de commandes : l'unité logistique passe en effet de conditionnements de type palettes ou cartons à des conditionnements de types cartons ou unités. Si ces enjeux nouveaux nécessitent une adaptation des schémas logistiques précédemment optimisés par les *click & mortar*, les *pure players* doivent pour leur part développer un apprentissage de la logistique dans un contexte plus contraint.

Les coûts et les manipulations liés à la livraison des produits frais (nécessité de camions bi voire tri-réfrigérés, conditionnement sous vide, emballages isothermes) font du marché des produits frais en ligne un commerce cher et donc inaccessible à de nombreux consommateurs. Ces mêmes coûts freinent l'expansion territoriale de ces offres qui affichaient des ambitions nationales lors de leur lancement, en particulier celles portées par la grande distribution. Aujourd'hui, les responsables des grands groupes assument plus clairement l'objectif de desservir les zones urbaines denses quitte à abandonner des régions entières par manque de volume.

La France pourrait s'inspirer de la spécificité du modèle allemand qui comprend la forte implication de l'opérateur postal, DHL, dans les offres d'épicerie en ligne. En France, un prestataire spécialisé Star's Service est devenu un acteur majeur du secteur de la livraison à domicile de produits frais en lieu et place de l'acteur postal traditionnel français qu'est le groupe La Poste.

Les constats précédents montrent que le modèle économique de la cyber épicerie est en elle-même rarement rentable. Ce modèle économique est souvent subventionné par les activités traditionnelles ou par l'investissement, plutôt inscrit dans une logique servicielle. Par ailleurs, les producteurs s'organisent de manière empirique pour développer leur propre service d'e-commerce et ainsi diversifier leurs modes de vente, ce qui a pour conséquence de disperser les offres qui ne sont plus lisibles.

IV. PRECONISATIONS

Le CESER souligne que la démarche entreprise ne doit pas se borner à des questions d'ordre commercial, de marketing et promotion, de filières et de logistique.

Cette grande cause comporte une dimension territoriale fondamentale, porteuse d'enjeux d'intérêt général, autour de la santé, de l'éducation, du bien-être et de la cohésion sociale, d'un environnement préservé, en agissant contre le gaspillage, le creusement des inégalités.

Pour ces raisons, elle doit être conduite en associant étroitement au sein de collectifs, tous les acteurs engagés, du monde agricole, de la santé, de l'éducation, de la transformation, de la consommation, de la société civile organisée, de la coopération ...

Il s'agit de **rendre aux territoires ruraux leur fonction nourricière**, de ranimer les échanges avec les villes voisines et, pour les grandes villes, d'y produire une part de la nourriture dont elles ont grand besoin.

C'est d'abord une question de résilience environnementale. L'agriculture doit être garante de la préservation des sols et de toutes les ressources naturelles qu'elle utilise. Les collectivités doivent réduire leurs émissions de dioxyde de carbone et autres impacts liés aux transports.

C'est ensuite une question de résilience économique. Cela passe par la capacité de nos exploitations agricoles et de nos activités agroalimentaires à être moins dépendantes en amont et en aval face à des marchés extérieurs très fluctuants.

C'est enfin une question de résilience sociale. Celle-ci passe par le rapprochement des consommateurs et des producteurs, la restauration d'un climat de confiance et de transparence totale. Il faut aussi redonner une mission concrète aux agriculteurs locaux.

Il est important de donner aux citoyen-consommateurs des leviers concrets pour qu'ils soient acteurs de leurs choix et cela passe nécessairement par la transparence dans l'information et la sensibilisation à une alimentation locale et durable.

1. VOLET "PRODUIRE" : REPENSER UNE PARTIE DE LA PRODUCTION OCCITANE POUR LA CONSOMMATION LOCALE

Regagner en autonomie alimentaire revient à enclencher une véritable démarche entrepreneuriale locale et innovante. Pour porter ce projet, il faut des entrepreneurs capables de proposer des produits et des marques connectés à l'agriculture locale, capables d'alimenter les épiceries, les marchés, les petites et moyennes surfaces de proximité et la Grande Distribution, capables de proposer et conclure des contrats de partenariats avec les artisans et industriels/restaurateurs locaux incluant la restauration collective.

L'agriculture en Occitanie est diversifiée et bien structurée avec des interprofessions fortes, des coopératives et des Organisations de Producteurs à différentes échelles (régionales ou locales). La transition vers l'autonomie alimentaire sera plus rapide si elle s'appuie sur les structures collectives des différentes filières ou les Organisations Professionnelles Agricoles (OPA) et notamment les Chambres Consulaires.

1.1 En préalable, structurer et rémunérer les filières de production

- **Préconisation n° 1 : Maîtriser le coût de production et de transformation grâce à des démarches collectives de filières.**

En Occitanie, la majorité des filières de production sont bien structurées. Elles possèdent des interprofessions, des organismes économiques territoriaux (OP et coopératives), et des outils de transformation, de commercialisation.

Pour ces filières, il faudra **renforcer le rôle des interprofessions et des OP territorialisées** déjà présentes afin d'encourager les démarches collectives.

Pour d'autres filières moins bien organisées (fruits et légumes notamment), le besoin de se structurer est présent. Il faudra alors les aider à **créer des interprofessions** et des structures économiques **territoriales** qui pourraient intégrer à titre consultatif distributeurs et consommateurs, afin de faire émerger des démarches collectives de promotion, de transformation, de commercialisation.

- **Préconisation n° 2 : Assurer des prix rémunérateurs pour les producteurs** et une meilleure répartition de la valeur ajoutée entre les acteurs de la filière notamment en **renforçant le rôle des interprofessions dans les négociations commerciales**. Fixer un "juste prix" en travaillant sur la valeur et sur sa répartition équitable entre le producteur et le distributeur.
- **Préconisation n° 3 : Rétablir et ancrer un lien entre les aides PAC et l'économie des exploitations**. En effet, les aides du premier pilier sont versées en fonction des paiements historiques de 2014 et des surfaces détenues par les agriculteurs et non en fonction de la production de l'année. Par l'intermédiaire des Organisations Communes de Marché (OCM) spécifiques par filière comme la viticulture par exemple, cette incohérence peut être évitée puisque les aides sont versées en fonction des investissements réalisés pour la production par l'agriculteur (restructuration du vignoble, modernisation des caves viticoles, export dans les pays tiers... par exemple pour l'OCM viticole). La France aurait intérêt à multiplier les dispositifs OCM afin de dynamiser ses filières. **La Région Occitanie pourrait soutenir cette stratégie lors de la réforme des budgets de la PAC, via Régions de France.**
- **Préconisation n° 4 : Rédiger un plan de filière régional de la conchyliculture** et en confier la rédaction au Comité Régional de la Conchyliculture Méditerranéenne (CRCM). Parce que le littoral méditerranéen est un trésor pour la région Occitanie, parce que grâce à cette ressource, nous pouvons afficher fièrement le "Produit en Occitanie" sur les produits conchylicoles, cette filière doit se fédérer mieux qu'elle ne l'est afin de distribuer ces produits de qualité dans tous les réseaux de distribution et non poursuivre la vente dispersée actuelle. Par ailleurs, si aucun plan de filière national n'a été conçu, la région Occitanie se doit d'y travailler.
- **Préconisation n° 5 : Mettre en place un plan régional apicole** allant de la production jusqu'à la labellisation de nos produits dérivés de l'apiculture y compris les alicaments ; Occitanie étant la première région apicole de France.

1.2 Préserver voire développer le potentiel nourricier des territoires

En premier lieu, il faudra être très vigilant sur le potentiel nourricier des territoires occitans. La perte du potentiel de production est la principale menace du territoire. En effet, la région Occitanie accueille près de 52 000 habitants supplémentaires chaque année. C'est un véritable atout avec un marché de consommation important qui s'accroît. Cependant, les grandes villes sont donc en pleine expansion et le foncier est fortement recherché pour porter des projets de développement économiques et locaux. En majorité, ces projets se construisent au détriment des terres agricoles. Pourtant, le caractère nourricier des terres occitanes est sûrement le premier enjeu à assurer ; d'autant plus que les nouveaux habitants ont eux aussi droit à une alimentation locale de qualité.

- **Préconisation n° 6 : Redynamiser les filières déficitaires afin de satisfaire les besoins intérieurs.** Si nous avons pu avoir une vision détaillée de la production en Occitanie, les données sur la consommation régionale ont cruellement manqué. En conséquence, nous n'avons pas de visibilité sur la balance offre/demande en Occitanie. Il serait utile et nécessaire de commander une étude détaillée sur la consommation occitane par produits (origine, qualité...), par circuits de distribution. **La réalisation d'une étude régionale sur la consommation détaillée par filière est préconisée.** La Région doit se donner les moyens de pouvoir obtenir les informations et statistiques concernant la consommation alimentaire de denrées produites en Occitanie. Il faudra dresser un état des lieux et un diagnostic des ressources et besoins à l'échelle des bassins de vie, des départements et de la région pour, le cas échéant, réimplanter de manière volontariste des structures de production et de transformation (maraîchage, lait, abattoir, légumerie).

La filière fruits et légumes, peu structurée, a besoin d'une étude détaillée sur les circuits d'organisation économique en Occitanie. Il est probable d'après les témoignages recueillis que cette filière soit déficitaire. Cependant, d'après les recherches effectuées, il apparaît que certaines filières sont déficitaires car émergentes, comme par exemple celle des fruits à coques.

La *venaison* présente un potentiel de diversité économique local pour les abattoirs, les ateliers de transformation, les artisans bouchers et charcutiers, présents sur nos territoires. Des initiatives ont été prises dans de nombreux départements de la région, il conviendrait de les encourager et les amplifier, notamment par le développement et la structuration de la commercialisation en circuits de proximité.

- **Préconisation n° 7 : Renforcer les politiques foncières et la vigilance sur la consommation des terres agricoles** et notamment en périphérie des deux grandes métropoles Toulouse et Montpellier afin de maintenir les potentialités nourricières d'un territoire.

Il faut pour cela travailler en bonne intelligence avec la profession agricole pour l'aménagement des territoires. Quelle place est donnée à l'agriculture en Occitanie dans les documents d'urbanisme, dans le schéma de planification Occitanie 2040 avec les questions du partage ou au contraire de la séparation et de la spécialisation des espaces ? **Nous souhaitons que la Région préserve dans le cadre du Schéma Régional d'Aménagement, de Développement durable et d'Égalité des Territoires (SRADDET) les espaces agricoles.**

Une des propositions concrète du CESER serait de repenser les "compensations environnementales" qui utilisent de nombreuses terres agricoles.

Aujourd'hui, pour compenser ou contrebalancer les effets menant à une "perte nette de biodiversité" d'un aménagement ou de la réalisation d'un projet, il est demandé à l'aménageur de retrouver des surfaces sur lesquelles cette biodiversité est présente. Inévitablement ces surfaces sont en majorité des surfaces agricoles, ce qui contribue encore plus au délitement de la production car les terres ne sont plus détenues par les exploitants. **Le CESER conteste la méthodologie des compensations environnementales sur la méthode miroir et propose que le dispositif de prestations environnementales** (ou de mesures agri-environnementales), mis en place dans le cadre de la compensation environnementale des travaux de grandes infrastructures en Languedoc-Roussillon, entre l'aménageur, les exploitants volontaires sur les surfaces qu'ils maîtrisent, et l'opérateur de compensation, **soit mobilisé en Occitanie**, en accord et sous le contrôle des services instructeurs et animé par les instances agricoles. Les agriculteurs seraient rémunérés pour cette contribution environnementale sur leurs terres.

Ces contrats peuvent aussi être utilisés pour d'autres enjeux : RSE, valorisation de la trame verte et bleue, prévention des inondations, protection des captages d'eau potables, préservation des espèces menacées, réduction de l'empreinte carbone... etc.

Lorsqu'il y a obligation à maîtriser du foncier pour la compensation environnementale, le CESER demande que la profession agricole, la Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural (SAFER) et l'Etablissement Public Foncier Régional (EPFR) soient étroitement associés et cela, très en amont, par les services instructeurs, pour l'animation foncière, afin d'éviter les concurrences sur les mêmes espaces et de contrôler le prix du foncier.

Une autre proposition concrète serait de remettre en place les Opérations Groupées d'Aménagement Foncier (OGAF). A l'échelle d'un territoire, les OGAF mettaient en place un processus de discussion et de débat sur la mobilisation du foncier agricole et la réorganisation des exploitations¹. Ce type de dispositif permettrait de redynamiser la production et les filières agricoles en Occitanie car la souplesse des OGAF donne la possibilité de coordonner des actions locales sectorisées, afin de construire une véritable dynamique de développement rural local.

- **Préconisation n° 8 : Répartir l'eau sur les territoires de manière à pouvoir conserver la diversification culturelle en Occitanie.** Entre le réchauffement climatique et les besoins croissants en eau dus à l'augmentation de la population, il faudra trouver la place de l'irrigation en agriculture. Il faudra conserver les territoires irrigués voire développer les territoires propices à l'irrigation pour assurer le rôle nourricier des territoires. Conscient de la rareté de la ressource et du partage obligatoire avec les acteurs du territoire, **le CESER préconise de mettre en œuvre toutes les actions permettant de réduire les consommations d'eau, d'optimiser les systèmes existants, voire là où cela est nécessaire, d'avoir recours au stockage de l'eau.**

¹ Source : <https://agter.com>. Aménagement foncier et réorganisation des exploitations agricoles, Lisa Gauvrit, AGTER, Juin 2012

1.3 Organiser la production pour les besoins de consommation

Faire émerger et développer des filières territorialisées, ayant pour vocation à atteindre tous les marchés et en particulier le marché local, via notamment les PAT (cf. préconisation n°38).

- **Préconisation n° 9** : Renforcer les filières régionales en soutenant et **modernisant leurs outils de production, de transformation et de commercialisation, en relocalisant la production d'animaux finis en région**. Les plans de filières régionaux font état de leurs besoins respectifs.

- **Préconisation n° 10** : **Renforcer le soutien au développement des pratiques agro-écologiques et à l'agriculture biologique**. Afin de conserver voire de développer le potentiel de produits bio et de qualité sur le territoire, la Région, en partenariat avec les Agences de l'Eau, doit rechercher de **nouveaux financements pour la conversion et le maintien des pratiques**. En effet, le budget de la PAC ne va plus financer les exploitations déjà converties en bio depuis plus de cinq ans. Cette disparition de l'aide, cumulée aux difficultés de plus en plus importantes de travailler en bio dans notre région par rapport au dérèglement climatique, risque de faire disparaître des exploitations pratiquant l'Agriculture Biologique. Par ailleurs, si l'aide à la conversion était plus importante, il se peut que plus d'agriculteurs s'engagent dans cette démarche. **Ces financements devront être trouvés rapidement**. Nous avons vu dans nos recherches que la Grande Distribution était prête à se substituer à l'Etat pour convertir les exploitations en bio. Doit-on laisser privatiser un tel dispositif ? Cette politique alimentaire ne devrait-elle pas être conduite par les collectivités si le budget de la PAC se désengage ? **Le CESER préconise que ces financements soient portés par les collectivités territoriales en complément des politiques européennes**. Il faudra par ailleurs financer la mise en œuvre de systèmes de production agro-écologiques, HVE2, HVE3 et HVN, qui préservent les emplois et favorisent les aménités par une redistribution volontariste des aides PAC. Cette redistribution devra s'accompagner de modalités de certification et de contrôle.

- **Préconisation n° 11** : **Développer/renforcer les partenariats entre agriculteurs ou OP et transformateurs** afin de répondre à la double demande des consommateurs : avoir des produits transformés s'inscrivant dans la "simplification" des repas, d'une part et consommer des produits régionaux, d'autre part. Afin de maintenir la gastronomie régionale, les travaux entre la production et les métiers de bouche artisanaux devront être facilités. L'objectif est de recréer du lien en **organisant une économie de proximité**. **Soutenir les démarches solidaires pour l'alimentation** au sein des filières associant des agriculteurs en difficulté, en amplifiant la démarche Uniterres déjà présente en Occitanie et d'autres démarches similaires.

- **Préconisation n° 12** : **Garantir sans ambiguïté l'origine régionale des produits**. Il faudra démarquer les produits agricoles régionaux, qu'ils soient sous SIQO en intégrant de nouveaux critères de différenciation (modes d'élevage, impact environnemental et sur la santé, prix d'achat équitable pour la production...) ou hors SIQO par une contractualisation amont-aval (valorisant l'origine territoriale, les modes d'élevage régionaux...). En relation avec la situation économique des agriculteurs d'Occitanie et avec les conclusions des Etats

Généralistes de l'Alimentation, ce cahier des charges devra intégrer le caractère équitable de la répartition de la valeur ajoutée entre les acteurs des filières, notamment par la contractualisation. **Cette marque devra garantir la production, la transformation, le conditionnement et la commercialisation sur le périmètre régional** ; en frontière de région, des cohérences territoriales seront bien entendu recherchées. Il devra enfin bien sûr être articulé avec la démarche "Produit en Occitanie". Si le cahier des charges répond en tout point aux exigences, ci-dessus, cette marque pourrait alors être utilisée.

Structurer et valoriser les capacités d'approvisionnement et de vente à l'échelle régionale, quel que soit le marché (vente directe, magasins de producteurs, restauration hors domicile, e-commerce...).

- **Préconisation n° 13 : Réimplanter des structures de transformation de proximité** par "bassin de consommation et/ou de production". Ces structures pourraient s'appuyer sur les structurations déjà existantes de chaque filière (réseau de coopératives ou autres). Les producteurs ont besoin d'outils partagés ; les plans de filières régionaux en ont identifiés plusieurs :
 - outils de transformation (autoclave, machines, étiqueteuses) avec des personnes qualifiées par filière,
 - centres d'engraissement en région et, d'une manière complémentaire, un centre de quarantaine proche du port de Sète pour la filière bovine viande,
 - unités de transformation et de valorisation des produits bruts en filière grandes cultures,
 - diversification des outils de transformation spécialisés en fruits. Il est indispensable de créer des légumeries sur tout le territoire régional mais au préalable, il serait utile de faire une cartographie des légumeries existantes et un bilan pour ne pas multiplier inutilement les infrastructures.Plus généralement, il sera conseillé de réaliser une cartographie des outils existants avant d'en créer de nouveaux.

- **Préconisation n° 14 : Soutenir l'implantation des plateformes de stockage et conditionnement**, économes en consommation de terres agricoles, à la périphérie des grandes villes pour pouvoir distribuer les produits locaux dans différents réseaux (GD, épicerie locales, nouveaux magasins...). Les deux projets portés par les MIN de Toulouse et de Montpellier pourraient être fédérateurs pour les producteurs souhaitant mettre à disposition leurs produits au niveau local sur les deux métropoles. Ailleurs, les plateformes de stockage et de conditionnement pourraient s'appuyer sur les structurations déjà existantes de chaque filière (réseau de coopératives ou autres).

- **Préconisation n° 15 : Lancer une réflexion sur l'optimisation de la logistique de livraison** qui pourrait être mutualisée à partir de ces plateformes de stockage et s'appuyer sur le cluster basé à Perpignan dédié à la logistique de demain initié par la Région Occitanie¹ et travailler avec Léa Logistique pour imaginer la logistique nécessaire à la consommation locale en Occitanie. Pour la livraison, il faut travailler avec des entreprises spécialisées : utiliser La Poste comme en Allemagne, ou s'appuyer sur des entreprises privées.

¹ Source : "un cluster dédié à la logistique de demain", midi libre du 03/04/2018

Avis du CESER Occitanie / Pyrénées-Méditerranée : "Comment renforcer les filières agricoles et agroalimentaires de la région Occitanie pour favoriser l'approvisionnement et la consommation alimentaire locale ? Quel impact du e-commerce sur les modes de distribution existants ?"

Accompagner une réflexion sur la logistique permettant la collecte des produits de proximité aussi bien que la distribution auprès du client. Encourager les modes de coopération entre structures afin de mutualiser les moyens et les compétences (ex. MIN et La Poste).

Accompagner les porteurs de projets dans ces démarches.

- **Préconisation n° 16** : Accompagner les **démarches RSE dans les outils de transformation** (coopératives notamment et nouveaux outils mutualisés).
- **Préconisation n° 17** : **Renforcer la vente directe** en adoptant des modes de vente assez peu contraignants pour le producteur (type libre cueillette) et répondant à une recherche d'authenticité de la part du consommateur.
Les **marchés de plein vent** dans les bourgs constituent des espaces déterminants pour la vie des centres villes et pour l'économie des territoires ruraux. A ce titre, **la Région, au travers d'un cahier des charges à négocier, pourrait accompagner ces singularités** qui influencent les changements de consommation, plus particulièrement durant les grandes migrations touristiques.

2. VOLET "CONSOMMER" : DIFFERENCIER ET SEGMENTER LES PRODUITS DE CONSOMMATION LOCALE

Il nous paraît prioritaire de promouvoir sur le thème de l'alimentation un patriotisme économique régional. Dans cet objectif, et pour être crédible et fiable vis-à-vis des consommateurs, nous proposons une identification claire, nette et précise des produits d'Occitanie afin que le particulier puisse manger local et trouver rapidement les informations recherchées. Concernant la restauration collective, la Région Occitanie se doit d'être exemplaire sur les cuisines qu'elle a en gestion. La restauration privée devra, elle aussi, être en capacité de se mobiliser en utilisant les produits et les savoir-faire locaux.

2.1 Pour le particulier : différencier les produits locaux

- **Préconisation n° 12¹** : **Garantir sans ambiguïté l'origine régionale des produits.**
Pour le consommateur il serait important que la Région propose un étiquetage lisible et compréhensible par tous qui s'appuierait sur un cahier de charge qualitatif, de manière à promouvoir les produits régionaux respectant une éthique tant environnementale que sociale. Cela sans enlever les différents SIQO, gage de qualité des produits. Il semble important que toutes les parties s'engagent pour le "produit et transformé en Occitanie".

La mise en œuvre de la démarche donnera lieu à une charte d'engagement des parties prenantes, respectant des valeurs partagées (emploi, éthique, solidarité, qualité et respect de l'environnement) et au contrôle du respect des engagements. L'idée serait de proposer une marque comme "Produit de Bretagne" qui rend plus lisible la production régionale auprès du consommateur (local et touriste) et facilite la visibilité et le "patriotisme régional" tant recherché.

Afin de faire connaître cette marque, la Région pourrait se doter d'outils de communication ad-hoc, et d'une plate-forme dédiée à la mise en relation entre consommateurs et agriculteurs (cf. préconisations sur le e-commerce).

¹ Numéro de préconisation déjà utilisé en page 74 ; la préconisation n°12 est en effet présente dans les deux volets "produire" et "consommer".

- **Préconisation n° 18 : Proposer des marques locales à la grande distribution** de la part de la production avec des cahiers des charges sur différents niveaux vis-à-vis des pratiques agricoles : production conventionnelle ou raisonnée ou bio, mais locales, de manière à proposer des produits agricoles locaux, de qualité à des coûts de production et donc de vente diversifiés. Ces produits devront être accompagnés d'une grande communication, dans laquelle le marketing et la publicité devront être innovants ou pour le moins dans l'air du temps (utilisation des réseaux sociaux). Les interprofessions ou les Organisations de Producteurs et notamment Coop de France pourraient accompagner ces démarches à différentes échelles en s'inspirant des initiatives "les steakeurs" ou "les halles de l'Aveyron". Cette préconisation permettrait aux producteurs de garder la main sur leurs produits et par là, de les valoriser économiquement.
- **Préconisation n°19 : Nécessité d'identifier clairement les produits locaux en un lieu dédié. Nécessité de séparer clairement les linéaires** de vins régionaux et de vins d'autres pays (notamment espagnols) pour éviter les confusions et les fraudes dans les magasins de la Grande Distribution.
En allant plus loin dans la réflexion, **dédier un endroit "produits locaux d'Occitanie"** dans les magasins de la grande distribution, comme il est fait actuellement pour le bio.
En extrapolant, **créer des magasins de la marque choisie** (cf. préconisation n°12) répondant au cahier des charges "produit et transformé en Occitanie équitablement", notamment dans les grandes villes, et ne proposer **que de l'alimentaire et que des produits en Occitanie** (et non pas 70 % des produits) c'est-à-dire : produit, transformé, emballé, vendu en Occitanie. Ces magasins et surtout ce concept de vendre exclusivement des produits locaux devront être accompagnés d'une grande communication. La Chambre Régionale d'Agriculture d'Occitanie avec ses partenaires régionaux paraît la mieux placée pour lancer un projet d'une telle envergure.
- **Préconisation n° 20 : Faire un inventaire régional des producteurs** (quel produit ?, quelle quantité ?, à qui il vend ?, comment ? où le client peut retrouver son produit ?) en s'appuyant sur l'inventaire prévu par la Région Occitanie, mais en lui donnant plus d'ambition. L'utilisation d'Internet et de l'e-commerce pour renvoyer sur les sites existants paraît opportune.

2.2 Pour la restauration collective : inciter et faciliter l'approvisionnement local

Il convient de s'appuyer sur la restauration collective, de par son importance économique, et son organisation mais aussi par son rôle éducatif car elle constitue un fort levier d'action pour engager cette transformation.

Inciter les pouvoirs publics à développer la consommation locale dans toutes les structures publiques : lycées, Centres de Formation Agricole (CFA), collèges, écoles élémentaires, EHPAD, établissements militaires, hôpitaux, universités...

Les préconisations suivantes pourront s'appuyer sur les initiatives déjà engagées par la DRAAF Occitanie qui s'est beaucoup investie sur le sujet.

- **Préconisation n° 21 : Travailler sur le code des marchés publics**
Généraliser dans la restauration collective les critères liés aux modes de production et à l'origine lors des appels d'offres de marché public.
Identifier des personnes ressources et/ou éditer un **guide méthodologique** commun Conseil Régional / DRAAF sur la conception des marchés publics pour favoriser un approvisionnement local.
 - **Préconisation n° 22 : Créer un bonus/malus régional en restauration collective** selon des critères comme la provenance des produits et la qualité des produits, en prenant l'exemple du "bonus cantine bio et locale". Ce bonus/malus viendra compléter le bonus cantine bio et locale s'il est réellement mis en place ou s'y substituer. Ce bonus/malus serait porté par la Région et pourrait être cofinancé par les Départements.
 - **Préconisation n° 23 : Lancer un grand plan de formation des futurs professionnels et des professionnels en place** de l'alimentation pour tendre vers des pratiques plus durables, notamment le travail des produits locaux et de saison, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la nutrition, les produits locaux et de qualité...
 - **Préconisation n° 24 : Aider les populations locales à privilégier la prévention** en déterminant des critères pour le "**bien manger, vecteur de santé**". Pour ce faire, les crédits alimentation seront renforcés et les budgets pour les compléments alimentaires et pour la restauration seront fongibles. Les critères de qualité des repas devront être suivis. Les réglementations liées à la restauration collective devraient être assouplies et adaptées à certains contextes sur les territoires ruraux.
- **Préconisation n° 25 :** Le véritable impact de la Région en matière d'alimentation, serait **d'aider à redéployer des cuisines de proximité** pour arrêter de faire de la cuisine d'assemblage dans les lieux de restauration collective et pouvoir ainsi cuisiner des produits frais. La première étape sera de remettre en service les cuisines existantes en les réhabilitant si possible ; la seconde étape sera de construire de nouvelles cuisines. Sur les territoires ruraux, les groupements d'achats entre gestionnaires permettront de développer l'approvisionnement local. Une étude territoriale est préconisée pour cartographier les besoins et l'existant sur les bassins de vie régionaux.
- **Préconisation n° 26 : La Région doit être l'exemple fédérateur et moteur** pour les collectivités locales dans la mise en place et le suivi de l'objectif des 40 % de produits locaux et de qualité (bio et SIQO) dans la restauration collective, notamment dans les cantines scolaires. Concernant la restauration collective, la Région et les collectivités locales devront montrer l'exemple.
 - **Préconisation n° 27 : Sensibiliser les convives au goût et à la qualité organoleptique des produits :**
 - favoriser les échanges entre cuisiniers et convives via des ateliers de cuisine (que ce soit en restauration scolaire ou en structures d'hébergement de personnes âgées),
 - organiser des concours de recettes avec les convives et intégrer les recettes dans les menus au cours de l'année,
 - aller à la rencontre des producteurs,
 - organiser des séances de dégustation de produits (dégustation de pêches, de raisins, de pains, de pommes, etc.) afin de découvrir la diversité de produits existants,

- Organiser des ateliers du goût en s'appuyant sur des outils existants tels la mallette du goût développée par la DRAAF Languedoc-Roussillon,
 - Utiliser les techniques de communication engageante pour accompagner le changement de pratiques des convives.
-
- **Préconisation n° 28 : Favoriser les rencontres en pairs** (cuisiniers, gestionnaires, etc.) afin de permettre l'échange de pratiques et l'essaimage des expériences positives.
Organiser dans chaque département des **rencontres annuelles entre cuisinier.e.s** issu.e.s de la restauration collective (cantines scolaires, territoriales, d'entreprise, administratives, restauration d'EHPAD, restaurations hospitalières,...) et **producteurs locaux**.

3. VOLET "EDUQUER" : SENSIBILISER TOUS LES ACTEURS

Les constats et analyses étudiés ont permis de faire ressortir la complexité de la question de l'alimentation, notamment par rapport à la garantie de qualité des produits.

L'enjeu d'informer et de former sur l'alimentation est prioritaire afin de faire évoluer les points de vues et de susciter des initiatives individuelles. Développer une alimentation de qualité suppose de sensibiliser et d'informer tous les publics et tous les acteurs qui peuvent accompagner ce changement. La Région doit être moteur et incitatrice pour la mise en valeur de nos produits régionaux, par une communication adaptée et par la formation des consommateurs dès le plus jeune âge.

3.1 Communiquer auprès du grand public

- **Préconisation n° 29 : La Région Occitanie pourrait renforcer sa communication à destination des citoyens consommateurs** afin de faire connaître les richesses régionales en matière de production agricole, les savoir-faire régionaux en matière de transformation agroalimentaire, afin de restaurer la confiance entre agriculteurs et consommateurs. Pour ce faire, la Région pourrait poursuivre, à travers son bulletin régional, par exemple, des interviews/ portraits d'agriculteurs. La Région pourrait également réaliser des clips vidéo diffusés sur les réseaux sociaux afin de toucher le grand public, comme ceux réalisés pour les grands sites. Les évènementiels autour de l'alimentation pourraient être renforcés, à l'image du salon REGAL.

- **Travailler avec des techniques de communication engageante à l'évolution des pratiques chez le consommateur.** Travailler avec des méthodes de *design thinking* afin de faire émerger des actions permettant de favoriser l'intégration des produits locaux dans les habitudes de consommation.

Donner les moyens au tissu associatif de déployer des actions sur le terrain à destination d'un large public (associations de consommateurs, associations familiales, associations d'éducation à l'environnement, associations de promotion de la ruralité, etc.), via notamment des appels à initiatives.

Favoriser la lutte contre le gaspillage en popularisant les initiatives (exemple Lycée agricole de Castelnaudary, etc...) lors des rencontres départementales.

3.2 Eduquer le jeune public à l'Alimentation

- **Préconisation n° 30 : Favoriser et multiplier les actions d'éducation à une alimentation saine auprès des jeunes publics** : opération "un fruit à la récré", intervention dans les classes, "Fermes ouvertes"... Il ne faudra pas se contenter de la semaine du goût. L'éducation à l'alimentation pourrait être proposée en tant qu'activité au cours des temps périscolaires.

Poursuivre les initiatives comme le jeu concours " Les fruits et légumes dans les lycées et CFA agricoles d'Occitanie" ayant pour objectif de sensibiliser les jeunes à la consommation des fruits et légumes et à une alimentation saine et équilibrée et de faire connaître la filière fruits et légumes en Occitanie, les métiers, les acteurs et l'importance économique de cette filière, paraît être une action innovante et adaptée au public d'adolescents.

Continuez aussi les visites de fermes notamment avec l'opération "fermes ouvertes". Depuis le lancement de cette opération il y a 27 ans, plus d'un million d'enfants ont visité des exploitations agricoles partout en France. Ces visites découvertes, qui s'adressent aux scolaires du CE2 au CM2, permettent de communiquer simplement et de façon concrète sur la réalité des pratiques agricoles, en faisant un lien avec le programme scolaire. Un livret pédagogique est distribué aux enseignants pour leur faciliter la tâche. Les enfants sont très friands de visiter les exploitations sur lesquelles des animaux sont élevés.

- **Préconisation n° 31 : Communiquer sur les critères de différenciation des produits régionaux afin de justifier le positionnement prix.**

Faire de la pédagogie, notamment auprès des parents, lorsque des produits locaux sont servis à la cantine pour expliquer les contraintes liées aux produits frais. Par extension, informer les consommateurs et les acheteurs publics.

3.3 Former les cuisiniers et les gestionnaires

- **Préconisation n° 32 : La Région pourrait organiser et promouvoir des formations à destination des cuisiniers des structures de restauration collective, et des acheteurs publics** afin de promouvoir les produits frais et locaux, et leur utilisation en restauration collective.

Des formations à destination des cuisiniers (avec les collectivités compétentes) et des gestionnaires de restauration collective pourraient aussi être dispensées **sur le thème de la réduction du gaspillage alimentaire**, afin de dégager des marges financières (30 000 € gaspillés /an pour un collège de 500 convives par exemple). Le reliquat ainsi dégagé pourrait être réinvesti dans des produits de proximité de qualité. Ce type de pratiques permettrait également de redonner du sens au travail de cuisinier en restauration collective, et de la valeur métier. L'association de cuisiniers de l'Aveyron "Soli'Terre" s'est lancé dans cette démarche.

Créer une distinction, une reconnaissance pour les cantines développant l'approvisionnement local, à l'image des "trophées de l'innovation et de l'économie"¹ ou de "vincoeurs"². En effet, il est bien plus simple pour les gestionnaires de cantine de travailler

¹ <http://herault.cci.fr/agenda/ceremonie-des-septuors-trophees-de-linnovation-et-de-leconomie>

² <http://www.herault.fr/tags/vincoeurs>

avec un grossiste plutôt qu'avec plusieurs producteurs locaux. Cela permettrait de motiver les gestionnaires et de créer une émulation sur les territoires.

3.4 Différencier les restaurants privés

- **Préconisation n°33 : Relancer les restaurants "QUALIVORE" en apposant le logo sur le menu.** Qualivore, développée par IRQUALIM, est une philosophie alimentaire qui se dresse en protectrice des produits régionaux. Qualivore contribue au développement d'une économie dite « résidentielle », une économie de proximité, où producteurs, agriculteurs ou encore viticulteurs bénéficient de retombées économiques en contrepartie d'un savoir-faire contrôlé et reconnu par les signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine.

4. VOLET "E-COMMERCE" : MUTUALISER ET STRUCTURER LES INITIATIVES ET L'OFFRE EN PRODUITS LOCAUX

Internet est un formidable outil de communication qui est maintenant devenu un réflexe pour les jeunes générations. Il faudra bien entendu utiliser Internet pour communiquer sur l'objectif de tendre vers l'autonomie alimentaire en Occitanie (cf. volet éduquer). Mais Internet et le e-commerce en particulier, offrent la possibilité de mettre en synergie les différentes initiatives engagées sur la vente de proximité et sur l'e-commerce. La Région Occitanie pourrait avec cet outil, aiguiller le consommateur et les différents acteurs de l'alimentaire, au milieu de toutes les démarches engagées, afin de l'orienter vers l'achat de produits locaux le plus adapté à ses besoins.

4.1 En préalable, mieux structurer l'offre en circuits de proximité

- **Préconisation n° 34 : Mieux structurer l'offre en circuits de proximité.**
En effet, concernant les circuits de proximité et notamment la restauration collective, nous faisons le constat **d'une forte dynamique** d'initiatives locales, existantes ou en cours de création, **représentant un atout**, et de leur difficulté à assurer leur équilibre économique et leur rentabilité. Ces initiatives utilisent pour la plupart Internet et pour certaines d'entre elles l'e-commerce. Afin de mieux structurer l'offre et la demande sur ces marchés en expansion, la Région pourrait engager une étude de faisabilité, avec l'appui d'un cabinet spécialisé, visant à étudier :
 - les conditions et les modalités **d'une mise en réseau régional des plateformes et initiatives départementales** qui s'appuieraient sur deux plateformes régionales implantées sur les MIN de Toulouse et de Montpellier ;
 - les modalités de l'animation locale et du pilotage régional de ces dispositifs.

Le périmètre de cette étude pourrait porter sur l'ensemble du champ des circuits de proximité (RHD, GD, magasins de détail, restaurants,...), et permettre ainsi, notamment de répondre aux initiatives de la Région en matière d'approvisionnement de la restauration collective des établissements scolaires.

Cette organisation en réseau serait construite, en partenariat avec les acteurs économiques et logistiques des filières d'Occitanie, dans l'objectif de créer une complémentarité de flux entre les plateformes départementales et régionales.

Une fois ce travail de recensement de toutes les démarches réalisé, elles devront être regroupées en un seul endroit.

4.1 Créer un portail régional

- **Préconisation n°35 : Le CESER invite fortement la Région à créer un portail régional de l'alimentation incitatif** (informations, services, géolocalisation, etc...) pour mise en réseau et/ou mutualisation des différentes plates formes existantes.

En étant ambitieux, **créer une plate-forme de la marque choisie** (cf. préconisation n°12) répondant au cahier des charges "produit et transformé en Occitanie équitablement" sur laquelle tous les producteurs locaux, mais aussi toutes les démarches collectives commercialisant leurs produits au niveau régional, pourraient :

- se faire référencer sur cette plate-forme,
- bénéficier de cette marque.

Les démarches et producteurs référencés sur ce site pourraient répondre au cahier des charges pour des produits de qualité « produits, transformé et conditionnés en Occitanie de manière équitable » (cf. préconisation n° 12 : Garantir sans ambiguïté l'origine régionale des produits).

Les agriculteurs ou démarches collectives adhérentes à cette marque ombrelle pourraient alors bénéficier d'infrastructures mutualisées (local de transformation, de stockage, de conditionnement) qui seraient mises en place selon le nombre d'adhérents de la marque (cf. préconisations n° 13-14-15 du volet "produire").

La commercialisation (livraison ou magasins) pourrait elle aussi être mutualisée. Les prestataires logistiques qui le souhaitent pourraient aussi être référencés sur le site afin de mutualiser la logistique (s'appuyer pour cela sur le cluster logistique en cours de création à Perpignan « Léa Logistique »).

Cet outil permettrait de mettre en réseau et en relation tous les acteurs afin de favoriser l'approvisionnement local.

- **Préconisation n°36 : Faciliter via un site internet ou une application le glanage** dans les champs et les vergers de manière à réduire le gaspillage alimentaire dans les champs, voire à permettre à des associations caritatives de s'approvisionner en produits frais à moindre coût. Mise en relation des points de récolte possible (nom et coordonnées de l'exploitant, lieu, dates etc.) avec les structures souhaitant collecter.

5. VOLET "AIDE A LA DECISION" : REGULER ET SE COORDONNER

Il semble incontournable de se doter d'outils et d'instances régionaux pour fédérer et mettre en cohérence les différentes démarches relatives à l'alimentation sur les territoires.

5.1 Créer un Observatoire de l'alimentation en Occitanie

- **Préconisation n° 37 : Le CESER note la nécessité de se doter d'un observatoire de l'alimentation en Occitanie**, afin de constater l'évolution de la consommation régionale, de mesurer l'impact des mesures prises par les différents acteurs pour favoriser la consommation locale en Occitanie et de construire des stratégies pertinentes par filières et

par type de publics. Cet observatoire serait par ailleurs fort utile à la production car il est nécessaire de disposer des données concernant la consommation régionale pour anticiper les grandes tendances de consommation et optimiser la mise en marché des produits localement. Cet observatoire pourrait émerger de l'étude préconisée sur la consommation régionale (cf. préconisation n°6).

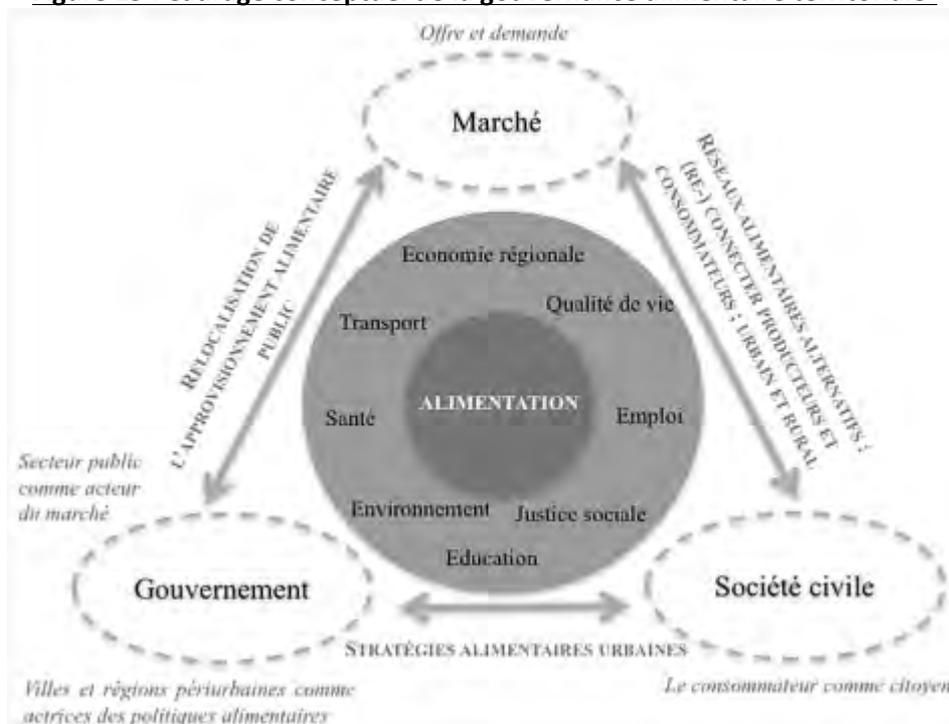
Cet observatoire permettrait aussi d'appréhender les éventuelles spécificités de la diète régionale (comme le régime méditerranéen) et selon le cas, de les prendre en considération pour construire un plan ciblé sur les enjeux spécifiques.

5.2 Créer un "Pacte pour une alimentation régionale"

- **Préconisation n° 38 : Créer un "Pacte pour une alimentation régionale"** rassemblant l'ensemble des acteurs afin de favoriser les synergies entre les différents segments, de mieux cerner les besoins et les attentes afin de permettre l'émergence de solutions co-construites. Ce "Pacte" pourrait se décliner sous forme de réunions/ séminaires annuels présentant les résultats de l'observatoire, les retours d'expérience réussies, des ateliers d'échanges de pratiques (ex. acheteurs publics, etc.) et faisant émerger des difficultés rencontrées afin d'inciter la Région à financer et accompagner la conception d'outils (communication, mise en relation, structuration de filières...).

Ce lieu de concertation régional multi-partenarial permettrait de mettre en cohérence les différents projets concernant l'alimentation sur le territoire de la région Occitanie. **Des bilans d'étape sur la stratégie alimentaire régionale** seraient établis au sein de cette instance. Ces bilans pourraient être présentés par le CESER auprès de la Conférence Territoriale de l'Action Publique (CTAP) afin de mettre en cohérence les politiques publiques régionales. Le schéma ci-dessous pourrait servir de réflexion à la gouvernance de ce Pacte.

Figure 15 : Cadrage conceptuel de la gouvernance alimentaire territoriale¹



En se basant sur ce schéma de gouvernance, ce "Pacte pour une alimentation régionale" rassemblerait un très grand nombre d'acteurs :

- le Conseil régional en partenariat avec les Départements et le CESER,
- la profession agricole : Chambre Régionale d'Agriculture et instances du niveau régional (interprofessions et organismes économiques / agroalimentaires),
- les consommateurs : association de consommateurs au niveau régional,
- les professionnels de la santé et notamment les gestionnaires des restaurations collectives,
- les acteurs de la mise en marché,
- les acteurs de la transformation,
- les acteurs de l'éducation nationale et de la formation,
- l'enseignement agricole public ou privé,
- les associations pour l'environnement au niveau régional,
- les organismes de développement et de recherche,
- les professionnels du transport au niveau régional.

Pour assurer une dynamique et une réactivité des projets, le CESER préconise une co-animation entre la Région et la profession agricole.

Ce Pacte serait décliné au niveau des territoires pour accompagner les démarches locales. Elles pourraient s'organiser à différentes échelles : intra ou inter communale, intra ou inter départementale, intra ou inter régionale, à l'image des PAT.

¹ Camille Billion "La gouvernance alimentaire territoriale au prisme de l'analyse de trois démarches en France" <https://journals.openedition.org/geocarrefour/10288>

Il faudra veiller à une meilleure articulation entre les filières territorialisées (et non dans les territoires) et les PAT infrarégionaux pour apporter la cohérence des bassins de production.

5.3 S'appuyer sur la recherche, les études et les démarches collaboratives

- **Préconisation n° 39 : Surveillance et régulation des dérives des Grandes et Moyennes Surfaces**

Au sujet des initiatives des GMS (contrats d'agriculture biologique ou zéro résidu de pesticides...), l'Etat, la Région, la société civile doivent reprendre la main sur ces initiatives de marché. Au moins produire une analyse critique de ces initiatives et de leurs conséquences à tous les niveaux. Cette surveillance pourrait être assurée par le "Pacte" ci-dessus.

- **Préconisation n° 40 : Améliorer l'autonomie alimentaire régionale : établir des scénarii réalistes et définir un plan d'amélioration avec toutes ses conséquences concrètes (territoires, usages, environnement ...)**

- établir des scénarii sur différents taux d'amélioration en Occitanie en fonction des conséquences sur l'ensemble du système (territoire, agriculture, occupation du sol, environnement ...)
- décider en connaissance de cause d'un plan de mise en œuvre de l'amélioration de l'autonomie alimentaire.

- **Préconisation n° 41 : soutenir les démarches collaboratives territorialisées entre instituts de recherche, établissements d'enseignement, agriculteurs et entreprises, Grande Distribution...**

La région bénéficie de la présence d'une communauté de chercheurs importante de renommée internationale en agronomie, alimentation, écologie, sciences humaines et sociales.

Dans un tel contexte exceptionnel, le Plan Alimentation pour l'Occitanie élaboré par le Conseil Régional, devrait soutenir des initiatives et projets multi-partenariaux et interdisciplinaires sur le thème de l'alimentation durable, en invitant les porteurs de projets à inscrire, systématiquement, des exploitations, des sites, ou des territoires en Occitanie, comme sites pilotes ou d'expérimentation et à y associer les acteurs locaux concernés.

CONCLUSION

Le dossier de l'Alimentation, initié à la fois par l'Etat au travers des Etats Généraux de l'Alimentation (EGA) et par la Région Occitanie/Pyrénées - Méditerranée au travers du choix de l'Alimentation comme grande cause régionale en 2018, est un dossier central pour l'Occitanie, et le CESER salue ainsi l'initiative prise dans ce domaine par la Présidente du Conseil Régional, Madame Carole DELGA.

A l'amont, les actions des agriculteurs vers des produits de qualité et des voies nouvelles de production pour une triple performance (économique, environnementale et sociale) créent de la valeur ajoutée dont les agriculteurs ne bénéficient pas suffisamment. L'Occitanie est ainsi à la fois la région française qui possède le plus de signes de qualité (250 SIQO) et une des régions françaises ayant le revenu agricole le plus bas, inférieur d'environ 25 % à la moyenne nationale.

A l'aval, la course effrénée vers des prix toujours plus bas mène vers une impasse destructrice de valeur et porteuse d'une délocalisation des outils régionaux de transformation et de mise en marché, alors que les consommateurs recherchent de plus en plus des produits d'origine locale, garantissant notamment une sécurité sanitaire, des modes de production durables, ainsi qu'une juste rémunération des producteurs dans le cadre de démarches équitables.

Face à ce constat et pour garantir à la fois l'avenir des agriculteurs d'Occitanie et une meilleure alimentation des habitants de la région, il est devenu urgent de définir une stratégie à l'échelle de l'Occitanie.

Comme partout en France, le défi est de passer du système agricole au système alimentaire durable. "Les alimentations durables sont les systèmes alimentaires à faibles impacts environnementaux, qui contribuent à la sécurité alimentaire et nutritionnelle des générations présentes et futures. Les alimentations durables sont protectrices et respectueuses de la biodiversité et des écosystèmes, sont acceptables culturellement, accessibles, économiquement équitables et abordables. Elles sont nutritionnellement correctes, sûres et saines, tout en optimisant les ressources naturelles et humaines".¹

La définition de cette stratégie doit selon le CESER se faire en articulant la démarche engagée par la Région visant à adopter en fin d'année un Plan Alimentation pour l'Occitanie, la déclinaison régionale des plans de filières présentés par les interprofessions nationales dans le cadre des EGA et le plan d'investissement annoncé par le gouvernement ; le CESER souligne que les initiatives prises par l'Etat et par la Région semblent très complémentaires.

La démarche "Alimentation Grande Cause Régionale", portée par la Région en 2018, s'articule autour de trois volets : « Produire », « Consommer », « Eduquer ». Les préconisations du CESER Occitanie reprennent ces trois thématiques et en utilisent deux nouvelles : "E-commerce" et "Aide à la décision".

Le CESER Occitanie après avoir analysé la production, la consommation, les circuits de distribution et la commercialisation dont le e-commerce, a pu dresser une liste de 41 propositions permettant d'agir sur **quatre grands enjeux stratégiques** :

- réorienter une partie de la production occitane en faveur de la consommation locale,
- différencier et segmenter les produits de consommation locale,
- sensibiliser tous les acteurs de l'alimentation régionale,
- fédérer tous les acteurs et démarches en faveur d'une alimentation régionale.

¹ Symposium scientifique international organisée par la FAO sur "biodiversité et alimentation durables unies contre la faim", les 3 et 5 novembre 2010 à Rome

Parmi ces 41 préconisations portées par le CESER, certaines ont été **priorisées** pour atteindre ces enjeux. Ainsi le CESER a pu extraire **onze politiques publiques nouvelles** (encadré bleu).

Concernant le volet "produire", dix-sept préconisations permettraient de **réorienter une partie de la production occitane en faveur de la consommation locale**. La structuration et la rémunération des filières de production est un préalable à ce volet ainsi que la préservation du potentiel nourricier des territoires. Les filières devront alors se restructurer en vue d'un déploiement des produits locaux à l'échelle régionale autour de deux axes :

- Faire émerger et développer des filières territorialisées, ayant pour vocation à atteindre tous les marchés et en particulier le marché local,
- Structurer et valoriser les capacités d'approvisionnement et de vente à l'échelle régionale, quel que soit le marché (vente directe, magasins de producteurs, restauration hors domicile, e-commerce...).

Concernant le volet "consommer", l'objectif des préconisations sera de **différencier et segmenter les produits de consommation locale**. L'accent est mis sur la restauration collective, avec huit préconisations permettant d'inciter et de faciliter l'approvisionnement local.

Concernant le volet "éduquer", l'objectif de **sensibiliser tous les acteurs** passera par la communication auprès du grand public, l'éducation du jeune public à l'alimentation, la formation des cuisiniers et des acheteurs publics et la différenciation des restaurants privés.

Concernant le volet "e-commerce", il représente un formidable outil de communication et de coordination que devra s'approprier la Région Occitanie. Deux grandes préconisations lui permettront de mieux structurer l'offre en circuits de proximité pour créer un portail régional voire une plate-forme régionale **fédérant tous les producteurs et démarches** utilisant la marque et le cahier des charges proposés. Cet outil permettrait de mettre en réseau et en relation tous les acteurs afin de favoriser l'approvisionnement local, et surtout de mutualiser les investissements nécessaires (outils de transformation, de stockage, de livraison...) à la production.

Afin d'observer, **réguler et coordonner la stratégie régionale sur l'alimentation**, le CESER propose cinq préconisations afin de créer un observatoire régional de l'alimentation, d'organiser "un pacte pour une alimentation régionale" et ses déclinaisons. Il est enfin préconisé de s'appuyer sur les instituts d'études et de recherche et sur les démarches collaboratives pour anticiper et innover pour la consommation locale, et valoriser les initiatives territoriales en Occitanie.

Dans un contexte de gouvernance alimentaire pluri-acteurs, multi-échelles et à dimensions marchandes, il existe un risque de privatisation de l'action publique. La Région conservant un rôle primordial dans la défense de l'intérêt général, elle pourrait avec Régions de France et ses partenaires, trouver d'importants leviers pour amplifier son action sur l'alimentation, en appuyant certaines démarches juridiques entreprises dans le cadre du programme de recherche interdisciplinaire LASCAUX¹ à l'Université de Nantes, qui visent à sanctuariser le besoin alimentaire par une exception, sur le modèle de l'exception culturelle, à renforcer certains droits fondamentaux comme le droit à l'alimentation et à la sécurité alimentaire, et à protéger des biens fondamentaux comme la terre et ses ressources.

¹ Collart Dutilleul F., « Lascaux et le droit de la sécurité alimentaire dans le monde. Histoire intellectuelle d'un programme de recherche atypique en droit », *Revue internationale de droit économique* 2015/2 (t. XXIX), p. 237-256. DOI 10.3917/ride.292.0237 <https://lascaux.hypotheses.org/>

GLOSSAIRE

LISTE DES FIGURES

- Figure 1 : Carte sur l'orientation technico-économique à l'échelle communale en Occitanie
- Figure 2 : Répartition des filières agricoles selon leur produit agricole en 2016 (en millions d'€)
- Figure 3 : Evolution du secteur agroalimentaire en 2017
- Figure 4 : Principales importations françaises
- Figure 5 : Principales exportations françaises
- Figure 6 : Evolution des dépenses alimentaires par ménage, par type de produits en €/hab
- Figure 7 : Carte sur la restauration collective / Implantation des sites de productions
- Figure 8 : Nuage de mots / les nouvelles tendances de consommation
- Figure 9 : Les différents circuits de distribution
- Figure 10 : La chaîne logistique conventionnelle des produits frais
- Figure 11 : La chaîne logistique des produits frais déterminée par Internet
- Figure 12 : La carte des boutiques coopératives
- Figure 13 : Forces et faiblesses des liens entre agriculteurs et consommateurs
- Figure 14 : Initiatives pour une alimentation responsable et durable (IARD, Resolis) et systèmes alimentaires territorialisés
- Figure 15 : Cadrage conceptuel de la gouvernance alimentaire territoriale

MOTS OU EXPRESSIONS TECHNIQUES

Bilan carbone : La méthode du bilan carbone permet de comptabiliser les émissions, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre d'une activité ou d'un site. Cette méthode développée par l'Ademe se base uniquement sur des données facilement accessibles. C'est la première étape du diagnostic climat d'une activité ou d'un site. En hiérarchisant les différents postes d'émissions en fonction de leur importance, elle facilite la mise en place d'actions prioritaires de réduction de ces émissions.

Circuit court : l'entreprise va se fournir directement à la source et revend ensuite au client. Un seul intermédiaire se situe entre le producteur et le consommateur.

Circuit long : plusieurs intermédiaires vont acheminer consécutivement le produit au client.

Click et Mortar : qui vendent sur Internet et possèdent des magasins physiques.

Crudivorisme : appelé également « alimentation vivante », est une pratique alimentaire qui consiste à se nourrir exclusivement d'aliments crus (crudités).

Casher : dans la religion judaïque, qualifie les viandes abattues selon les rites religieux prescrits. Par extension, qualifie toute nourriture conforme aux restrictions diététiques de cette religion.

Design Thinking : approche de l'innovation et de son management qui se veut une synthèse entre la pensée analytique et la pensée intuitive. Il s'appuie beaucoup sur un processus de co-créativité impliquant des retours de l'utilisateur final.

Drive : service au volant.

E-commerce ou commerce électronique : vente ou achat de biens ou de services, que ce soit entre entreprises, ménages, particuliers ou organisations privées, par le biais d'opérations électroniques effectuées par Internet ou par d'autres réseaux informatiques (communication en ligne)".¹

Fast food : restauration rapide.

Food truck : camion restaurant.

Halal : c'est ce qui est "permis" ou "autorisé" par l'Islam et le Coran. Par extension, ce mot qualifie la viande qui correspond aux exigences de la religion musulmane.

Hard Discount : mode de distribution en moyenne surface à forte dominante alimentaire basé sur une pratique de prix bas.

Insectivorisme : qui se nourrit d'insectes.

Interfel : association loi de 1901 créée en 1976 qui rassemble et représente paritairement les collèges des organisations professionnelles de la production et de la distribution des fruits et légumes frais.

¹ Source : Commission Européenne <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:E-commerce>

Lutte biologique : méthode de lutte contre les nuisibles tels que les ravageurs des cultures, les maladies, ou les mauvaises herbes au moyen d'organismes vivants antagonistes, appelés agents de lutte biologique.

Probiotiques : supplément alimentaire constitué de micro-organismes vivants qui contribuent notamment à l'équilibre de la flore intestinale et au maintien général d'une bonne santé.

Pure players : qui se positionnent uniquement sur le canal de vente électronique.

Responsabilité Sociétale des Entreprises : « la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société », qui s'exerce en respectant législation et conventions collectives. Enfin, pour s'en acquitter pleinement, il faut avoir engagé en collaboration étroite avec les parties prenantes, un processus destiné à intégrer les préoccupations en matière sociale, environnementale, éthique, de droits de l'homme et de consommateurs dans les activités commerciales et la stratégie de base.

Sans résidu de pesticides : un résidu de pesticides est un reliquat de substances actives dû à l'emploi d'un produit phytosanitaire. Un seuil réglementaire fixe la limite maximale de résidus de pesticides au-delà duquel le produit alimentaire ne peut être vendu. La promesse d'un produit sans résidu de pesticides va plus loin. Elle ne signifie pas que le produit n'a pas été traité mais repose sur l'analyse de substances actives (plus de 200) dans la limite de quantification des instruments de mesure.

Sharka : La maladie de la sharka, causée par un virus, le Plum pox virus, affecte des espèces fruitières du genre Prunus, comme les pêchers, les nectariniers, les pruniers ou les abricotiers, dans la plupart des pays producteurs en Europe et dans le monde. Cette maladie, incurable, altère la qualité des fruits des arbres contaminés, jusqu'à les rendre impropres à la consommation. Si elle ne présente aucun danger pour la santé humaine, elle compromet l'activité des pépiniéristes, des arboriculteurs et la pérennité des filières de production.

Tourteau : résidu solide riche en protéines, obtenu lors du traitement des graines et des fruits oléagineux en vue de l'extraction d'huile, très utilisé dans l'alimentation du bétail.

Véganisme : dit également végétalisme intégral, est un mode de vie consistant à ne consommer aucun produit issu des animaux ou de leur exploitation.

Végétarisme : pratique alimentaire qui exclut la consommation de chair animale.

Venaison : Chair de grand gibier, comme le cerf, le daim, le chevreuil, le sanglier, etc.

Vente directe : l'entreprise est productrice du produit et le vend directement, sans intermédiaire, aux clients.

GLOSSAIRE

AB	Agriculture Biologique
ADEME	Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
AMAP	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
ANIA	Association Nationale des Industries Alimentaires
AOP	Appellation d'Origine Protégée
CAHD	Consommation Alimentaire Hors Domicile
CESE	Conseil Economique, Social et Environnemental
CFA	Centre de Formation Agricole
CGAD	Confédération Générale de l'Alimentation en Détail
CIHEAM	Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes
CTAP	Conférence Territoriale de l'Action Publique
CUMA	Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole
CRCM	Comité Régional de la Conchyliculture Méditerranéenne
CREDOC	Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie
DRAAF	Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
DLC	Date Limite de Consommation
EGA	Etats Généraux de l'Alimentation
EHPAD	Établissement d'Hébergement pour Personnes Agées Dépendantes
EPFR	Etablissement Public Foncier Régional
GEMRCN	Groupement d'Etude de Marchés en Restauration Collective et de Nutrition
GD	Grande Distribution
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
HVE	Haute Valeur Environnementale
HVN	Haute Valeur Naturelle
IAMM	Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier
IARD	Initiative pour une Alimentation Responsable et Durable
ICHN	Indemnité Compensatoire d'Handicap Naturel
IGP	Indication Géographique Protégée
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
IRQUALIM	Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire d'Occitanie

LMAA	Loi de Modernisation Agricole et Alimentaire
LME	Loi de Modernisation Economique
LR	Label Rouge
MAAF	Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Forêt
MIN	Marché d'Intérêt National
OCM	Organisation Commune de Marché
OGAF	Opération Groupée d'Aménagement Foncier
OGM	Organisme Génétiquement Modifié
OP	Organisation de Producteurs
OPA	Organisation Professionnelle Agricole
PAC	Politique Agricole Commune
PAEN	Périmètres de protection et de mise en valeur des espaces agricoles et naturels périurbains
PAT	Projet Alimentaire Territorial
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PPAM	Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales
RHD	Restauration Hors Domicile
RSE	Responsabilité Sociétale des Entreprises
SAFER	Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural
SAT	Système Alimentaire Territorialisé
SAU	Surface Agricole Utile
SEM	Société d'Economie Mixte
SIQO	Signes d'Identification de l'Origine et de la Qualité
SCIC	Société Coopérative d'Intérêt Collectif
SRADDET	Schéma Régional d'Aménagement, de Développement durable et d'Egalité des Territoires
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication

EXPLICATIONS DE VOTE

EXPLICATIONS DE VOTE

1^{er} COLLEGE

M. Serge VIALETTE pour la Fédération Régionale des Syndicats
d'Exploitants Agricoles (FRSEA)

2^{ème} COLLEGE

M. Ludovic ARBERET pour CGT
M. Michel GUIRAL pour FO
M. Daniel MEMAIN pour SOLIDAIRES

3^{ème} COLLEGE

Mme Beatriz MALLEVILLE pour le Groupe « Associations »

4^{ème} COLLEGE

Mme Emeline LAFON

Suffrages exprimés : **162**

Pour : **131**
Abstentions: **31**

Avis adopté

Intervention de Monsieur Serge VIALETTE

Pour la Fédération Régionale des Syndicats d'Exploitants Agricoles

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

CAROLE DELGA a proclamé 2018 L'ALIMENTATION UNE GRANDE CAUSE REGIONALE.

- la région OCCITANIE avec près de 6 millions d'habitants
- une région attractive 52000 nouveaux habitants par an
- paradoxalement une région où 1 million d'habitants vivent avec moins de 951^e/mois.

Nous devons donc penser une alimentation saine et de qualité accessible à tous.

L'agriculture et l'agroalimentaire 1^{er} secteur d'activité économique :

- 164000 emplois (14 % des emplois régionaux)
- 67500 exploitants
- 3 millions d'hectares cultivés
- 1^{ère} région BIO de France, 1^{ère} région viticole, 1^{ère} région ovine viande et lait, 1^{ère} région de blé dur ext !!!!!
- Paradoxalement un revenu agricole inférieur de 25 % de la moyenne nationale

Un défi pour les secteurs agroalimentaires en synergies : agriculture, artisanat, coopérative, industriel.

PROPOSER UNE ALIMENTATION Saine ET DE QUALITE ACCESSIBLE A TOUS

✓ **Un constat d'évolution et de transition**

Les consommateurs deviennent acteurs de leur alimentation, ils recherchent :

- une origine locale
- de qualité
- garantissant une sécurité alimentaire
- des modes de production durable
- et une juste rémunération du producteur

✓ **Les filières de production doivent s'adapter :**

- en répondant aux enjeux de société environnementaux et économiques
- s'adapter au changement climatique
- renouveler les générations
- développer de nouvelles filières
- innover et faire évoluer ces pratiques

✓ **Un circuit de distribution en mutation**

Tous les circuits de distribution ont évolué en OCCITANIE et de nouveaux modes de commercialisations sont apparus :

- la vente directe
- la vente à la ferme
- les points de vente collectifs
- les paniers et les marchés de produits de terroir

Et enfin une demande forte en restauration collective avec un approvisionnement local, de qualité et soutenue par les politiques publiques.

Les 41 préconisations de la Commission 2 en 5 volets :

1. repenser une partie de la production OCCITANIE pour la consommation locale
2. différencier et segmenter les produits de consommation locale
3. communiquer, éduquer, former et sensibiliser tous les acteurs
4. pour le « E-commerce » mutualiser et structurer les initiatives et l'offre en produits locaux
5. créer un pacte et un observatoire de l'alimentation locale en OCCITANIE.

Ce rapport sera le seul qui engagera ceux qui assurent la noble mission de nourrir toute la population, en intégrant les attentes et les évolutions de la société.

Je voudrai remercier le Président Denis CARRETIER et le Rapporteur Jean-Pierre ARCOUTEL ainsi que tous les membres de Commission 2 qui se sont investis a la rédaction de ce rapport qui fera date et en espérant que le Conseil Régional OCCITANIE en fasse bon usage.

Le collège 1 votera ce rapport.

Intervention de Monsieur Ludovic ARBERET

Pour la CGT

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

Depuis la seconde guerre mondiale, le développement hégémonique d'un système agroindustriel de production et de consommation de masse, spécialisé, concentré, globalisé et financiarisé, a été structuré par de très grandes firmes industrielles et commerciales, avec l'appui des Etats et dans nombre de pays des syndicats patronaux agricoles. Ce modèle, s'il a contribué efficacement à la réduction du coût des aliments et à l'amélioration de leur qualité hygiénique ainsi qu'à leur accessibilité, engendre, jour après jour, un certain nombre d'externalités négatives.

Ce système alimentaire (qui concerne 2/3 de la population mondiale) est caractérisé par son productivisme (une intensification démesurée reposant sur une dépendance forte aux énergies fossiles, aux intrants mettant en cause la pérennité des sols et de la ressource hydrique), sa spécialisation (reposant sur un faible nombre d'espèces végétales et animales), sa concentration, sa globalisation (filiales longues, délocalisations), sa financiarisation (fonds d'investissements, spéculation boursière) et au final sa sujétion toute entière aux multinationales. Aux marges de celui-ci subsiste un modèle traditionnel incapable de pourvoir aux besoins du tiers restant de la population mondiale.

L'avis qui nous est présenté aujourd'hui prend-il réellement acte de cet échec et d'un contexte global plus qu'inquiétant, les symptômes du changement climatique global devenant de plus en plus prégnants ?

Nous ne le pensons pas. Nous avons pourtant fait tout ce qui était en notre pouvoir pour voter favorablement cet avis. Et nous tenons à saluer les progrès effectués par la Commission. Mais malgré nos propositions réitérées de n'émettre des préconisations que sur les points qui étaient partagés par l'ensemble des conseillers, malgré les amendements produits, certains représentants de la profession agricole n'ont pu s'empêcher une nouvelle fois d'imposer leur agenda et leur catalogue revendicatif utilisant le CESER comme caisse de résonance.

Que ce soit dans la préconisation n°3, la préconisation 10 ou sur la gestion de la ressource hydrique, un débat, pourtant nécessaire, a été rendu impossible, celui de la réorientation des systèmes de production face aux défis (agroclimatique notamment) auxquels sont confrontés les agricultures occitanes et catalanes.

Ainsi alors que la profession réclame du lobbying de la part du Conseil Régional pour modifier la PAC en renforçant les prérogatives des OCM, elle refuse ce même lobbying dans le cadre de l'accompagnement de systèmes agricoles à haute valeur environnementale (dont le bio) et préconise que ce soutien doit être le fait de la Région et de l'Agence de l'Eau en complément des aides PAC.

Pourtant, rien ne s'oppose à imaginer un transfert du premier pilier de la PAC vers le second pilier soit dans le cadre d'un paiement vert rénové soit dans une rénovation des Mesures AgroEnvironnementales et Climatiques.

Cette politique pourrait rompre réellement avec la logique de guichet et de contrôle bureaucratique pour renouer avec une contractualisation techniquement pertinente comme les Contrats Territoriaux d'Exploitation (CTE) avaient pu l'esquisser à la fin des années 90 et valoriser ainsi les paysans/agriculteurs en transition vers différentes formes d'agriculture à Haute valeur Environnementale.

Peut-être est-ce pour éviter ce débat épineux que la Commission a refusé purement et simplement d'afficher les sommes versées en 2017 à l'agriculture régionale. Nous tenons à ce que le « *Bilan des aides versées à l'agriculture et à l'agroalimentaire par l'Etat et l'Union Européenne au titre de l'année 2017* » soit joint à notre déclaration car il s'agit pour nous d'un élément essentiel à la bonne compréhension des politiques agricoles et alimentaires menées en territoire. L'agriculture et l'agroalimentaire de notre région ont perçu 904 millions d'euros au titre du premier pilier de la PAC, 369 millions au titre du deuxième pilier et 28 millions pour des dispositifs tiers. Ceci représente une somme conséquente sur laquelle le CESER peut et doit s'exprimer.

Pour la CGT, le débat de la réorientation de nos systèmes de production est une nécessité dans le cadre de la transition agroécologique. Et c'est aussi dans ce contexte que nous restons dubitatifs vis-à-vis du Pacte annoncé par le Conseil Régional et repris dans la préconisation n°38. Nous ne souhaitons pas substituer une cogestion régionale à la cogestion nationale qui a fait ses preuves ces 60 dernières années.

Nous avons constaté au cours des auditions que l'échelle géographique des Projets Alimentaires Territoriaux n'ayant pas été définie par le législateur, ceci s'est traduit par une certaine effervescence mais aussi par un développement anarchique, d'initiatives souvent isolées sans que celles-ci soient vraiment questionnées du point de vue de leur cohérence d'ensemble et de leur performance globale à construire un « *système alimentaire régional* », visant à renforcer l'agriculture locale, l'identité culturelle des terroirs occitans, la cohésion sociale, la santé des populations et en capacité d'assumer la nécessaire transition agroécologique. Pour la CGT, il faut renforcer les PAT, mieux les articuler avec les stratégies régionales de filière, le tout dans le cadre du PRAD et du Plan Régional de l'Alimentation pilotés par la DRAAF. Le PACTE en découlera de fait...

Pour la CGT, manger est un acte agricole et humaniste fondamental.

Si nous devons résumer la position de la CGT à l'égard de la politique agricole, ce serait *"L'agriculture et l'alimentation relocalisées pour le travail et le climat, l'industrie agroalimentaire sous contrôle des travailleurs et des collectivités* ».

Dans l'immédiat, nous nous satisferons de l'affirmation d'un nouveau droit pour l'ensemble des travailleurs : **la démocratie alimentaire**, c'est-à-dire le droit qu'à chaque citoyen à participer à l'élaboration d'une véritable sécurité alimentaire qui « *est assurée quand toutes les personnes, en tout temps, ont économiquement, socialement et physiquement accès à une alimentation suffisante, sûre et nutritive qui satisfait leurs besoins nutritionnels et leurs préférences alimentaires pour leur permettre de mener une vie active et saine* »

Au final, ce qui est présenté à notre approbation, c'est un inventaire à la Prévert de plus de 40 préconisations, certaines très intéressantes notamment sur la restauration collective et d'autres nécessitant un débat démocratique plus poussé.

Vous comprendrez que cet avis a échoué tant sur le fond que sur la forme à répondre selon nous aux défis que devront relever les agricultures occitanes et catalanes et que par conséquent le groupe CGT s'abstiendra.

Intervention de Monsieur Michel GUIRAL

Pour FO

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

La région a sollicité notre avis sur l'impact du e-commerce sur les modes de distribution existants. La commission a élargi cet avis au renforcement des filières agricoles et agroalimentaires de la région pour favoriser l'approvisionnement et la consommation alimentaires locale. Dans un délai très court de nombreuses auditions ont permis de faire une photographie relativement exhaustive des diverses filières avec leur force et faiblesse.

Cela permet en tout cas de constater qu'elles représentent le 1er secteur d'activité économique de notre région. Ce sont près de 164 000 emplois qui représentent 14% des emplois dans une région qui détient le 2ème taux de chômage. De nombreux aspects liés à ces emplois auraient pu venir enrichir cet avis pour une vision plus globale. Exemple : la suppression de l'exonération des charges sociales pour les travailleurs saisonniers qui devrait à partir de 2019 renchérir le coût de la main d'oeuvre dans des secteurs où il représente un pourcentage important des charges de l'exploitation agricole.

Cela se traduira par une baisse de la compétitivité par rapport aux autres pays européens. Conscients des délais à respecter pour présenter cet avis en plénière ce jeudi le groupe FO tient à saluer le travail réalisé sous la présidence de Denis CARRETIER, par l'ensemble des conseillers, des personnels administratifs et plus particulièrement de son rapporteur Jean-Pierre ARCOUTEL.

Comme le souligne l'avis notre région a vocation à nourrir tous ses habitants. C'est un atout essentiel. Le groupe FO souhaite évoquer certains aspects de cet avis. Sur le panier alimentaire : Si effectivement dans les années 60 les dépenses des ménages consacrées à l'alimentation représentaient 35 % et ont été ramenés à 20 % en 2014 FO tient à souligner que cela est dû essentiellement à une augmentation du pouvoir d'achat de l'ensemble des ménages qui contraste singulièrement avec la cure d'amaigrissement qui lui a succédé. En volume la consommation alimentaire a progressé de 1,1 % en moyenne par an.

Sur le contenu du panier alimentaire on peut être préoccupé de son évolution marquée par une augmentation des plats préparés, des produits sucrés et de leur conséquence sur la santé publique. Nous devons nous interroger sur l'évolution de nos modes de vie et notamment des organisations du travail qui relèguent de plus en plus le moment important que constitue un repas au second plan.

Que dire aussi des grandes campagnes de communication comme celle par exemple du « Manger au moins cinq fruits et légumes par jour ». Si 93 % des français ont une connaissance de ce message seulement 3 % ont changé leur alimentation. Il est regrettable que sur des aspects essentiels comme par exemple l'étiquetage nutritionnel des aliments, le lobby agroalimentaire soit parvenu à éviter la mise en place de logos colorés pourtant utiles pour comprendre la vraie nature des aliments. Sur l'augmentation des produits bio : une augmentation du pouvoir d'achat permettrait très certainement l'accès des personnes défavorisées économiquement d'abord à des produits sains puis bio. La disparition d'aides européennes via la PAC pour les exploitations converties en bio depuis plus de cinq ans rend urgents de nouveaux financements comme cela est expliqué dans la préconisation numéro 10.

Déjà bon nombre de produits bio dans les étalages sont importés : la tendance risque de se poursuivre.

Sur la restauration collective notamment en milieu rural et hyper rural il est regrettable que les normes en vigueur contraignent des collectivités à s'orienter vers des cuisines centralisées au détriment de restaurateurs locaux qui peuvent proposer la fourniture de repas de qualité à des cantines scolaires.

En matière de formation elle doit être une priorité pour tous les acteurs de la restauration collective notamment dans les maisons de retraite où des progrès indéniables restent à faire.

FO approuve l'ensemble des préconisations de cet avis et donc le votera.

Intervention de Monsieur Daniel MEMAIN

Pour Solidaires

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

Nous tenons en premier lieu à saluer la qualité d'écriture du rapport qui nous est soumis aujourd'hui en comparaison avec le précédent avis de novembre 2017.

La partie analytique de cet avis est en particulier très détaillée notamment sur les productions et sur les différents modes de distribution dont la partie du e-commerce. Nous en recommandons la lecture.

Nous nous retrouvons dans la plupart des multiples préconisations formulées et notamment celles qui soulignent enfin et de façon très claire les enjeux environnementaux, l'importance de diversifier et soutenir les filières pour relocaliser la consommation visant une autosuffisance alimentaire, l'enjeu crucial de l'éducation et de la sensibilisation de tous les acteurs et publics et enfin l'importance d'un pilotage régulant les relations entre production, distribution et consommation.

Cependant nous avons deux difficultés majeures qui vont nous amener à nous abstenir sur cet avis.

La première concerne la "délocalisation" hors Ceser de la rédaction finale de l'avis aboutissant à un texte très dense et riche comme nous venons de le souligner mais de ce fait aussi un avis un peu "hors sol" qui ne fait quasiment pas référence et de liens avec des avis antérieurs de notre institution.

La seconde difficulté pour nous est plus fondamentale concernant un avis du CESER et est peut-être à relier avec l'externalisation de la rédactions finale.

Il s'agit du constat que dans cet avis sont quasiment rendus « invisibles » les plus de 160 000 salarié.es des secteurs agricoles, agroalimentaires ainsi que celles et ceux de la distribution dans toutes ses formes, hissant pourtant les entreprises de ces secteurs au premier rang régional des employeurs comme le rappelle justement l'introduction.

Les seul.es qui ont une place, limitée, dans cet avis sont les exploitant.es agricoles, les entrepreneur.es de l'industrie ou de la distribution, les gestionnaires de la restauration collective etc...

Nous pouvons partager les préoccupations et les préconisations concernant cette catégorie de femmes et d'hommes qui animent, dirigent, encadrent dans des conditions souvent très difficiles les entreprises de ces secteurs. Mais oublier quasiment tous les autres salarié.es nous semble inconcevable.

C'est comme si on présentait un avis sur la réforme du transport ferroviaire sans parler des Cheminot ;es ou un rapport sur les enjeux de la santé sans parler des personnels soignants ou administratifs.

Ne siégeant pas dans la commission qui a finalisé l'avis, nous ne ferons pas de procès d'intention sur les raisons qui ont conduit à cet oubli rédhibitoire pour nous.

Il nous semble cependant qu'une référence à des avis antérieurs de notre CESER sur ces thématiques aurait pu permettre d'éviter ou de limiter cette lacune capitale.

Ainsi à titre d'exemple dans un rapport du CESER de l'ex région Midi Pyrénées sur l'Industrie Agroalimentaire de 2012 on pouvait lire des préconisations sur des éléments structurant de l'emploi dans ce secteur en termes de surreprésentation des femmes, niveau de salaires bas, précarité, conditions de travail particulièrement difficiles avec des problèmes de santé au travail en progression forte (maladies professionnelles, accidents de travail et de trajet).

Voici ce que nous écrivions - et avons validé - avec des préconisations qui restent d'actualité et peuvent s'appliquer à l'ensemble des salarié·es des secteurs agricole, agro-alimentaires, et aussi ceux de la distribution avec le travail en plateforme évoqués dans cet avis « *Le CESER propose des mesures de prévention pour la santé des salariés de ce secteur particulièrement menacés par l'intensification du travail, les Troubles Musculo-Squelettiques, les ambiances thermiques extrêmes, les expositions aux produits chimiques, la précarisation des emplois et une organisation du travail en flux tendu ...*

(...)

Le CESER propose aux acteurs régionaux et à l'Etat une politique de l'emploi active et cohérente afin de rendre la filière attractive, avec le développement d'emplois de qualité, une augmentation des salaires, la promotion des formations qualifiantes, reconnues et valorisantes (...) ainsi que la mise en œuvre d'une politique d'égalité professionnelle entre hommes et femmes. »

De la même façon les préconisations de l'avis du Ceser Occitanie de mars 2017 concernant les saisonniers – dont celles et ceux de l'agriculture - auraient pu utilement être reprises ou a minima citées dans cet avis.

Pour Solidaires, l'importance des enjeux économiques et environnementaux d'un secteur ne peuvent se concevoir sans prendre en compte les femmes et les hommes qui y vivent et y travaillent ou qui bénéficient des productions ou services de ce secteur.

Nous savons que plus globalement cette intrication des problématiques et des solutions économiques, sociales et environnementales est très largement partagée ici et se diffuse progressivement dans toute la société.

C'est pourquoi nous nous abstiendrons sur cet avis en continuant à œuvrer et à être vigilant·es pour que les dimensions sociales de nos avis ne soient jamais minimisées et ce en lien avec l'ensemble du collège 2 des représentant·es des organisations syndicales.

Nous continuerons à agir de même aussi en soutien avec les salarié·es du CESER dont nous tenons à nouveau à saluer l'excellence du travail dans un contexte que nous savons particulièrement difficile.

Quant à la limitation de notre temps de parole, nous reprendrons simplement la citation qui figure au mur de cette salle de la région : « *Si j'ai un bâillon sur la bouche, comment veux-tu que je parle pour dire que j'ai justement un bâillon sur la bouche. »*

Intervention de Madame Beatriz MALLEVILLE

Pour le Groupe Associations

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

J'interviens pour le groupe « Associations » du 3^{ème} collège, composé des associations : de parents d'élèves, Mouvement Associatif, consommateurs, Fondation du patrimoine, familles et personnes âgées, sports, culture, Jeunesse et Education Populaire, étudiants, politique de la ville, Information Jeunesse, droits des femmes et planning familial, environnement, club de la presse, pêche et chasse.

Nous tenons tout d'abord à remercier le travail et l'investissement du Président, du bureau, du rapporteur et de la commission 2.

Sur la question de l'alimentation, il ne peut y avoir de logique descendante, de l'Etat vers les collectivités locales. **C'est bien dans les territoires, avec tous les acteurs locaux, que la transition alimentaire et agricole se met en place.** Chaque maillon de la chaîne doit se sentir concerné (consommateur, détaillant, producteur, associations...)

Favoriser l'approvisionnement et la consommation alimentaire et locale ne peut être réalisable sans le soutien financier des départements et de la région ; Il ne suffit pas de se contenter d'une seule journée BIO dans un lycée par an. Mais une réelle volonté politique d'accompagnement est indispensable. C'est pour cela que le CESER salue l'initiative prise par la présidente du Conseil Régional, Mme Carole Delga, en faisant de l'Alimentation une grande cause régionale.

L'avis préconise de **pouvoir disposer de données de consommation régionales un peu détaillées**, c'est un point indispensable qui permettrait à la Région de construire un scénario pour l'Occitanie, ciblant ses spécificités, avec un bioclimat en capacité de produire quasiment toute notre alimentation, des surfaces en herbe plus importantes qu'au niveau national, support d'un élevage pastoral pour des aliments de qualité et une valorisation de notre patrimoine.

Par ailleurs, la pauvreté en France, 5^{ème} puissance mondiale, n'a fait que croître ces dernières années pour atteindre 14,8% de la population, chiffre jamais atteint. **Les démarches solidaires et du commerce équitable sont un véritable enjeu pour le soutien aux populations en difficultés**, des exemples présents en pays d'Oc :

- Le programme Uniterres développe des circuits courts entre des maraîchers et arboriculteurs de proximité en situation de difficulté et les épiceries solidaires ANDES permettant un approvisionnement en fruits et légumes frais, locaux et de saison.
- Les cantines scolaires et centres aérés de Montpellier et Marseille approvisionnées en pain Bou'Sol (Boulangeries solidaires d'insertion sociale).

En ce qui concerne les relations producteurs-consommateurs, il faut préserver l'identité des AMAP qui relèvent de l'économie sociale et solidaire et un texte réglementaire sur la définition des « circuits courts » est nécessaire.

Donc pour le groupe Associations, **les rôles de la Région** sont de :

- Construire **une vision intégrée de la question alimentaire en Occitanie et une stratégie partagée pour le renforcement des filières de proximité**, le CESER note la nécessité de **se doter d'un observatoire de l'alimentation**
- **Améliorer les synergies et la cohésion** entre toutes les parties prenantes en s'appuyant sur les compétences de la Région, et en particulier, **impulser par des appels à initiatives, des démarches collectives, territorialisées, associant des institutions** des différents champs d'action de la gouvernance alimentaire
- **Défendre l'intérêt général** et préserver les bénéfices collectifs en faveur des territoires.

D'ailleurs, le Rapport sur les principaux enjeux de la gouvernance alimentaire territoriale de 2017 autour de la démocratie alimentaire précise que :

- a) La production alimentaire locale est souvent promue par des acteurs de la société civile, associations de consommateurs ou de producteurs, syndicats, universitaires, fondations... qui mettent en avant ses vertus économiques, écologiques et sociales.
D'où l'intérêt d'intégrer ces acteurs aux instances de pilotage.
- b) La recherche de coopérations entre parties prenantes est une condition de réussite des actions à mettre en œuvre.
- c) Il est nécessaire de concilier une pluralité d'objectifs, de mutualiser des services et des fonctions et de rationaliser l'action publique. La Région conservant un rôle central et primordial dans la défense de l'intérêt général.

Nous le savons, les produits agricoles ne sont pas des marchandises ordinaires. Ils sont la base de notre alimentation répondant à un besoin fondamental, vital. Issus de la nature et provenant de l'exploitation de ressources naturelles, diversifiées mais limitées, ils devraient relever d'un régime d'exception comme des biens culturels.

Le consommateur veut être rassuré sur les denrées alimentaires qu'il consomme, par des actes très concrets, qui lui apportent des garanties. Les récents renoncements sur la loi alimentation et agriculture ne sont pas de nature à faciliter ces évolutions.

Tous les responsables, parties prenantes, de l'Occitanie doivent s'engager à construire des cahiers de charges d'évolutions de pratiques apportant ces garanties, à amplifier l'accompagnement technique pour sécuriser les itinéraires d'évolution des pratiques, à mettre en réseau les exploitations.

Soulignons aussi, l'importance pour les agriculteurs d'éviter les verrouillages technologiques. Un programme, certes, coûteux mais l'enjeu est essentiel en matière de santé.

En conclusion, le projet d'avis porté par la commission est fidèle aux échanges qui ont eu lieu entre les conseillers, il rend compte de la diversité des regards des personnes auditionnées et de l'implication des conseillers dans la production de cet avis.

Si l'on peut regretter un état des lieux très focalisé sur des questions agri-agro, il n'en reste pas moins que l'analyse et les préconisations abordent une palette de thématiques et d'approches assez larges.

Les agriculteurs sont souvent cités comme acteurs indispensables pour relocaliser l'alimentation dans la Région, ils sont en effet un maillon indispensable, néanmoins, **le monde associatif de par sa richesse et son implantation dans les territoires à travers un maillage dense, représente un atout majeur** à la mise en place de bon nombre de préconisations.

Les associations de protection et d'éducation à l'environnement peuvent, par exemple, accompagner ce changement de paradigme dans les campagnes à travers des visions englobantes de la problématique alimentaire. A ce titre elles sont des contributrices importantes aux projets de territoires et aux PAT afin de contribuer à la prise en compte du "manger local" et de la protection de l'environnement.

Les éducateurs à l'environnement sont également des acteurs indispensables, véritables chevilles ouvrières de la sensibilisation et la formation des publics qu'il s'agisse du grand public (des consommateurs), des plus jeunes en milieu scolaire ou non, ou bien des professionnels.

Avec 157 000 repas par jour, la restauration scolaire représente un formidable potentiel de débouchés pour les produits régionaux et les représentants de parents d'élèves sont des ressources dans les établissements scolaires pour accompagner des politiques volontaristes et sociales.

Les associations peuvent, aussi, accompagner les collectivités à la réduction du gaspillage alimentaire, véritable levier d'action dans la restauration collective pour introduire au juste prix des produits locaux.

De manière plus globale, **les associations peuvent contribuer à l'échelle régionale aux réflexions via le "pacte pour une alimentation locale"** proposé dans cet avis. Aussi bien consommateurs, environnementalistes, chasseurs (voir leur implication dans la filière venaison), représentant des familles, des parents d'élèves ou associations d'aide à la personne, tous peuvent contribuer à un déploiement de la culture locavore à tous les niveaux.

Bref, le groupe « Associations » votera l'avis du CESER car « Bien manger, c'est l'affaire de tous et porter le souci de notre Région aussi ! »

Intervention de Madame Emeline LAFON

Pour le Collège 4

Monsieur le Président du CESER,
Mesdames et Messieurs les Conseillers, Chers collègues,
Mesdames, Messieurs,

Le collège 4 s'associe à moi pour saluer le travail du rapporteur Mr Jean-Pierre ARCOUTEL, ainsi que de l'ensemble de la commission 2 suite à la saisine de la région du 9 mars 2018. Malgré ce court délai, la commission 2 s'est attachée à produire un avis complet et actuel sur les filières agricoles et agroalimentaires en Occitanie, et a su se contraindre à proposer des préconisations réalistes et applicables à l'échelle de la région pour renforcer ses filières afin de favoriser l'approvisionnement local.

Je salue également l'assiduité de ses membres, qui a permis de rendre un travail construit dans le dialogue et l'écoute, en respectant toutes les sensibilités de pensées. Ce travail permet au CESER de contribuer à la grande concertation citoyenne sur l'alimentation lancée par Carola Delga. Voilà pourquoi le collège 4 votera pour cet avis.

Je profite de cette explication de vote pour revenir sur l'enjeu fondamental de notre alimentation : nourrir tous nos concitoyens en leur garantissant une sécurité alimentaire irréprochable. C'est ce que tous les consommateurs attendent, que les produits qu'on leur propose soient sûrs, car les sujets d'inquiétudes ne manquent pas :

Citons par exemple les résidus de produits phytosanitaires que nous ingérons chaque jour à notre insu. Même si des données scientifiques formelles manquent encore, des liens forts ont été mis en évidence pour la maladie de Parkinson et certains cancers.

Le consommateur veut une alimentation sûre, mais aussi saine : la malbouffe n'est plus un sujet réservé outre atlantique, les prévisions annoncent que 50% de la population française sera en surpoids en 2030. Les pathologies directement liées à l'obésité sont en propension croissante, et en font une des premières causes de mortalité.

Alors que pouvons-nous faire ? Informer, éduquer, réglementer les industriels de l'agroalimentaire, encourager les producteurs locaux à des pratiques vertueuses et faciliter l'accès à leur produit... Mais encore faut-il que cette volonté soit forte et affichée, et ceci à tous les échelons décisionnels de notre société. Et c'est malheureusement loin d'être le cas.

En effet, la France est connue pour empiler les normes, allant même jusqu'à sur transposer les normes européennes. Si l'objectif est de protéger la santé de ses concitoyens, personne ne peut lui reprocher l'application du principe de précaution.

Sauf que le marché est mondial aujourd'hui, et que la qualité des produits alimentaires importés est très peu encadrée. Et lorsqu'un cadre existe, c'est au pays exportateur de le faire appliquer ! Autant demander aux loups de garder les agneaux.

La DGCCRF essaye avec ses moyens de limiter les abus : en 2016, sur 1815 échantillons analysés de produits d'origines végétales issus d'importation, 10,5 % dépassaient les limites maximales de résidus de produits phytosanitaires autorisées par l'Europe.

Et encore ce n'est que le sommet de l'iceberg. De très nombreux pays utilisent des produits phytosanitaires interdits en France, voire même en Europe, et il est pourtant légal d'exporter vers la France les denrées alimentaires ainsi obtenues. Citons le cas des fermes de produits bio marocaines qui utilisent des produits interdits en agriculture conventionnelle française ...

Devant ces difficultés à répondre à nos besoins d'aliments sûrs et sains face aux accords internationaux de libre échange, on pourrait croire que cette défaillance serait compensée par un étiquetage rigoureux sur les provenances, permettant au consommateur de devenir acteur. Et bien non, pas du tout, ou très peu.

Depuis seulement le 01/01/2016, les associations de consommateurs et les organisations professionnelles agricoles ont obtenues de haute lutte que l'origine des viandes dans les produits transformés soit indiquée, ainsi que l'origine du lait dans les produits laitiers.

Mais cette mesure n'est qu'un essai français sur 2 ans. Au 31 décembre de cette année, fin de cette obligation auprès des industriels. Il est impensable que cette mesure ne soit pas reconduite, et même étendue à la provenance des ingrédients principaux de chaque produit transformé. Nous avons le droit de savoir d'où vient ce qu'il y a dans nos assiettes.

Enfin j'en terminerais avec les grands perdants de ces discordances, les agriculteurs. Ils sont le premier maillon de la chaîne de production, là où produire un aliment sûr et sain prend tout son sens. Dans ce but, l'Etat exige d'eux qu'ils appliquent des normes drastiques de production, entraînant inévitablement un surcoût. Mais l'Etat n'est plus là quand il s'agit d'aller vendre leur production aux cours mondiaux. Ce fut le rôle de la PAC lors de sa création, mais ses réformes successives l'ont éloigné de son objectif premier. Cette concurrence déloyale asphyxie les agriculteurs. Nous avons terriblement besoin de redonner du sens à nos décisions.

Car l'espoir est là, certaines lignes bougent. Le 30/05/18, après 4 ans de négociations, l'Union Européenne a adopté son nouveau règlement bio avec une mesure phare : à partir du 01/01/2021, tous les produits d'importations bios devront impérativement respecter la réglementation européenne bio. Ca ne paraît rien comme ça, en tant que consommateur on pensait d'ailleurs que c'était déjà le cas, mais à l'échelle du commerce international et du libre-échange, c'est un petit séisme.

Les initiatives de notre région aussi vont dans le bon sens. 70 lycées d'Occitanie ont été choisis pour être les premiers à tester depuis la rentrée une évolution profonde de leur approvisionnement : ils ont l'obligation de s'approvisionner 20% en local, et 20% en bio local. Nous ne sommes plus dans l'incantation mais bien dans la réalisation.

Dans cette période de flottement étatique et européen sur le sujet de l'alimentation, je salue d'autant plus la prise de position forte de la région Occitanie, qui contribue par sa communication à rendre nos concitoyens conscients de leur pouvoir, et les amènent à devenir des consom'acteurs de leur territoire.

Merci de votre écoute.

REVUE DE PRESSE

Jean-Louis Chauzy, président du Ceser : «Nourrir notre région avec des produits d'Occitanie»

Société



Au bonheur des produits régionaux pour les enfants et les adultes, ici à Saint-Clar dans le Gers./ Photo archives DDM Sébastien Lapeyrère

«Parvenir à l'autonomie alimentaire de la région Occitanie». L'objectif est précisé sans périphrase dans le projet d'avis du Ceser d'Occitanie (Conseil économique social environnemental régional), présenté hier lors de son assemblée plénière à Toulouse. Ambitieux projet tout de même, même si Denis Carretier, président de la chambre régionale d'Agriculture, précise que ce n'est évidemment pas l'autosuffisance totale qui est en jeu (et on ferait comment pour le vin de Bordeaux et les bananes ?) mais qu'il faut «tendre vers» l'autonomie, ce qui trace déjà une perspective engageante. Et nécessite une mobilisation générale de toute la chaîne agroalimentaire, producteur, transformateur, distributeur et bien sûr consommateur.

Une équation complexe, rappelle Jean-Pierre Arcoutel, lui-même agriculteur à Rocamadour, rapporteur d'un texte – forcément – bien nourri à l'image de son intitulé : «Comment renforcer les filières agricoles et agroalimentaires de la région pour favoriser l'approvisionnement et la consommation alimentaire locale». Bien sûr, il y a un fil rouge : «Le label Occitanie est déterminant pour gagner», juge Jean-Louis Chauzy président du Ceser. En pratique, «il faut arriver à nourrir la population de la région avec des produits de la région», explique le rapporteur. Un propos volontariste alors que 80 % de la viande consommée dans l'agglomération toulousaine est d'origine allemande. Et que le porc qu'on y mange a plus souvent l'accent catalan que gascon. Un comble dans une région d'élevage.

Autre exigence – majeure – soulignée par Jean-Louis Chauzy : la proximité, qui a le vent en poupe chez le consommateur, doit s'accompagner de la qualité sanitaire et gustative. L'Occitanie présente déjà de solides atouts avec 260 produits «sous signes d'identification de la qualité et de l'origine» (Siq). Le consommateur y perd d'ailleurs parfois son latin (de cuisine).

A contrario, la marque «ombrelle» *Sud de France* reste vague et peu mobilisatrice. Elle pourrait abriter demain trois étages de marques régionales clairement identifiables « *Bio Occitanie* », « *Le meilleur de l'Occitanie* », « *Produit en Occitanie* ». Avec des prix différenciés : «Nous tenons compte du fait que sur 6 millions d'habitants, 1 million se situe sous le seuil de pauvreté,» relève Jean-Louis Chauzy.

Enclencher un cercle vertueux

L'enjeu économique peut se doubler d'un enjeu éducatif : «Il faut se réapproprier la restauration collective scolaire en Occitanie qui représente 75

millions de repas», plaide Michel Baylac, agriculteur et maire de Roquelaure (Gers). Il faut également convaincre la grande distribution de jouer le jeu des produits régionaux. Encore faut-il que la production de qualité suive en quantité sur les rayons. Le chaland ne se contentera plus d'un saucisson de Bigorre isolé croisant le fer avec trois anchois de Collioure : «Il faut repenser une production occitane pour la consommation locale, répond Jean-Luc Arcoutel. Les agriculteurs doivent bénéficier de contrats pluriannuels avec des volumes et des prix». Le rapport va être remis à la présidente de région Carole Delga qui lançait hier (*lire ci-dessus*) la grande consultation citoyenne destinée à préparer le futur «Pacte régional pour une alimentation durable». L'enclenchement d'un cercle vertueux.

Daniel Hourquebie

Source : La Dépêche, 12/10/18

Alimentation : la grande consultation en Occitanie



Un marché bio (illustration)

La Région Occitanie lance une grande consultation citoyenne sur le thème de l'alimentation dans le cadre du Pacte pour une alimentation durable qui sera voté en décembre.

Une consultation citoyenne pour définir les futures mesures en termes d'alimentation, c'est le pari pris par la région. Accessibles en ligne dès aujourd'hui ou sur papier à partir de lundi, des bulletins de participation sont à disposition des citoyens Occitans. Ils doivent permettre à ces derniers de prioriser les propositions d'action qu'ils souhaitent voir mises en oeuvre dans le cadre du futur «Pacte régional pour une alimentation durable en Occitanie». Ce Plan Alimentation sera proposé au vote des élus régionaux en décembre 2018.

«Une bonne alimentation avec un coût acceptable pour tous les ménages est un enjeu de santé publique», a déclaré Carole Delga qui en a fait sa «Grande cause régionale 2018».

«Il y a une envie citoyenne d'avoir d'autres choix. Nous sommes tous mobilisés : restaurateurs, commerces de bouches, mais aussi sportifs et acteurs culturels», a-t-elle ajouté, mettant en avant la notion de «faire ensemble». Dans «une société» qui doit faire face à «la montée des populismes et des nationalismes, l'alimentation permet de réinventer le collectif».

«Nous pouvons avoir une incidence sur l'intérêt général. La pression des citoyens, avec un appui politique, peut faire changer les choses», assure le restaurateur Xavier Denamur.

«Manger sain»

Cette consultation intervient suite à la réalisation d'une étude réalisée par l'Institut de sondage CSA à la demande de la région. À partir des 55 000 réponses reçues, celle-ci décrypte les habitudes de consommation et d'alimentation des Occitans. 71 % d'entre eux jugent ainsi que «manger sain» est important. Une notion qui repose selon eux sur un triptyque : des produits de saison, variés et locaux.

Si, sans surprise, les hypermarchés et supermarchés sont les commerces les plus fréquentés, l'étude révèle qu'en Occitanie, il existe une appétence accrue pour les enseignes de proximité. De même, 38 % des répondants ont indiqué passer par des circuits courts, ce qui place la région bien au-dessus de la moyenne nationale. Par ailleurs, c'est dans les départements du Lot, du Tarn-et-Garonne, de l'Ariège, de l'Aveyron et du Gers que les habitants sont les plus friands de produits locaux.

L'alimentation en Occitanie



54 % achètent souvent des **produits régionaux**

43 % achètent souvent des **produits bio**



61 % Mangent de la viande au moins plusieurs fois par semaine

71 % estiment qu'il est très important d'avoir une alimentation saine et équilibrée

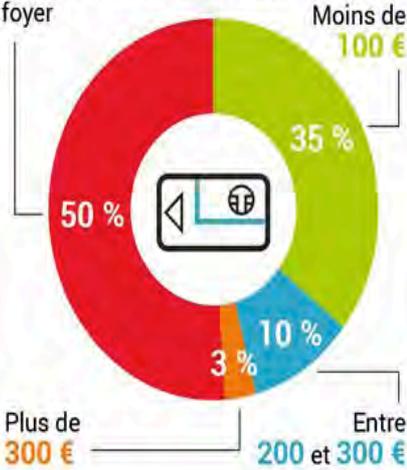
Pour manger sainement*, **79 %** misent sur les **produits de saison**

62 % sur la **variété** de l'alimentation

et **59 %** sur la **provenance locale des produits**



La moitié d'entre vous dépensent en moyenne entre **100 et 200 € par semaine** pour l'alimentation de leur foyer



Plus de **300 €** — Entre **200 et 300 €**

Ces achats se font le plus souvent en **supermarché**. Le **marché (de plein vent ou couvert)** arrive en **2^e position**. Les **circuits courts** concernent **plus d'un tiers d'entre vous**.



79 % déclarent que le **gaspillage alimentaire** est un sujet très important



67 % déclarent qu'avoir une **alimentation respectueuse de l'environnement** est très important

67 % estiment qu'avoir une **alimentation permettant aux agriculteurs de percevoir des revenus décents** est très important



Vous êtes **78 %** à vous déclarer **prêts à participer à des initiatives** vous permettant d'avoir accès à des **produits locaux de qualité**, principalement en donnant de votre temps



92 % d'entre vous privilégieraient les aliments produits en Occitanie s'ils étaient facilement identifiables

Source : Région Occitanie

* Plusieurs réponses possibles



Caroline Peyronel

Source : La Dépêche, 12/10/18

Le vice-président délégué à l'Agroalimentaire et à la viticulture : «Manger est un acte citoyen»



Le vice-président délégué à l'Agroalimentaire et à la viticulture : «Manger est un acte citoyen»

164 000 emplois, 82 500 exploitations, presque 2 000 entreprises agroalimentaires : «en Occitanie, le secteur agricole et agroalimentaire représente 22 millions d'euros de chiffre d'affaires», a rappelé Jean-Louis Cazaubon, vice-président délégué à l'Agroalimentaire et à la viticulture.

Premier employeur d'Occitanie, le secteur assure en effet 14 % des emplois régionaux.

Pour le président de la chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées, le sondage réalisé en amont de la consultation citoyenne a été l'occasion d'une «immersion dans l'Occitanie profonde». Et d'un état des lieux de la situation alimentaire : «Les planètes sont alignées : les consommateurs en demande, les élus prêts et les agriculteurs engagés», a-t-il déclaré.

L'élu a également voulu rappeler le rôle politique et social joué par l'alimentation : «Manger, au-delà de se nourrir, est un acte citoyen», a-t-il martelé, faisant appel à la participation de chacun. Et de conclure d'un air engagé : «Nos emplettes sont nos emplois !»

La Dépêche du Midi , 12/10/18

Jacinthe Bessiere, enseignante-chercheuse en sociologie : «Il y a un retour à notre patrimoine culinaire»

Société - Jacinthe Bessiere, enseignante-chercheuse en sociologie à l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation



Jacinthe Bessiere, enseignante-chercheuse en sociologie : «Il y a un retour à notre patrimoine culinaire»

Peut-on parler de patrimoine alimentaire en Occitanie ?

Bien sûr. Un patrimoine alimentaire est un ensemble d'éléments matériels et immatériels qui sont liés à un héritage territorial et ayant une valeur collective et d'appartenance. La région occitane est particulièrement riche en patrimoine alimentaire parce qu'il existe une dimension historique et spatiale autour de ses produits. Nous avons une tradition alimentaire et culinaire. L'histoire a transformé l'alimentation en patrimoine. La diversité de terroirs en Occitanie a donné naissance à des produits bien spécifiques.

L'Occitanie, mais aussi la France de manière plus générale, a une véritable tradition culinaire. Dans quelles mesures nos habitudes ont-elles évolué ?

Les habitudes de consommation et d'alimentation ont évolué en Occitanie et en France mais comme, inéluctablement, dans toutes les régions et pays industrialisés. Nous sommes aujourd'hui aux prises avec la consommation de masse et l'industrialisation alimentaire. Dans n'importe quel supermarché de la région, vous trouvez des produits du monde entier. Nous sommes des mangeurs de notre temps : moins de temps pour cuisiner, une transmission des codes et des recettes rompue, des rythmes de vie qui entraînent la déstructuration des repas.

Pourtant, un contre-courant est en train d'émerger!

Tout à fait. Plus on parle de mondialisation et d'uniformisation alimentaire, plus on voit surgir des mouvements ascendants de prise de conscience et de réappropriation du patrimoine et de son identité : circuits courts, drive à la ferme, marchés de pays, etc. Quelque chose est en train de se dessiner en matière de consommation alimentaire plus raisonnée et plus maîtrisée. Ce sont des niches de consommation, mais il existe en Occitanie un beau panel d'initiatives «alternatives».

Quels sont les enjeux d'une telle consultation citoyenne ?

Il existe une préoccupation généralisée aujourd'hui, liée à la transversalité du thème. Il y a l'enjeu de la construction participative des politiques publiques pour faire émerger des initiatives et susciter l'adhésion. Et puis, la concertation peut aussi amener à la prise de conscience.

Propos recueillis par C. P

Source : La Dépêche, 12/10/18



L'Avis est téléchargeable sur le site du CESER

CESER Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

Siège

18, Allées Frédéric Mistral
31077 Toulouse Cedex 4
Tél. 05 62 26 94 94
Fax 05 61 55 51 10
ceser@occitanie.fr

Site de Montpellier

201, Av. de la Pompignane
34064 Montpellier Cedex 2
Tél. 04 67 22 93 42
Fax 04 67 22 93 94
ceser@laregion.fr



Avec Ecofolio
tous les papiers
se recyclent.

www.ceser-occitanie.fr

**Conseil Economique, Social et Environnemental Régional
Occitanie / Pyrénées-Méditerranée**

Crédit photo couverture : ©