



## C4 – Territoires alimentaires et création de valeurs

Animée par :

**Elisabeth LAVILLE**, Présidente et fondatrice UTOPIES

Avec :

**François HENRY**, Co-fondateur de Tout Près d'Ici, **Jean MOREAU**, Co-fondateur et président de PHENIX, **Pierre-François BERNARD**, Président de CLUSTER JURA, **Chloé SAVEANT**, étudiante AgroParisTech

rédigé par Chloé SAVEANT, Cyrielle BRAUN et Cécile SCHNEIDER, élèves d'AGROPARISTECH

L'autonomie alimentaire en ville est de 2% en moyenne seulement, ce qui veut dire que 98% de ce qu'on mange sur notre territoire est importé d'un autre territoire. Et ce faible pourcentage n'est pas dû à une production relativement faible dans les villes. En effet seulement 3% de la production des territoires urbains est consommée localement. Ce constat révèle une certaine absurdité. Nos territoires se transforment en de grosses plateformes logistiques : on importe et on exporte les mêmes denrées, causant pollution, circulation, dépendance, moindre résilience du territoire, problèmes d'emplois, perte de lien social. Des solutions existent : mieux rapprocher la production de la consommation par la création de systèmes alimentaires locaux de la production et de la transformation (usines, restaurants, cluster alimentaires locaux).

### **Pourquoi le projet Tout Près d'Ici ? - François Henry**

L'idée est venue il y a un an et demi lors d'une conversation avec un producteur de lait dont les revenus étaient négatifs. La solution trouvée par ce producteur pour y remédier : la réduction du nombre de vaches, et la transformation de la matière première pour générer de la valeur ajoutée (beurre, yaourt, desserts etc...). Le producteur sait produire et sait transformer, mais doit être accompagné pour la partie commercialisation. L'objectif de Tout Près d'Ici est d'offrir de nouveaux circuits de distribution à ces nouveaux producteurs commerçants à travers deux volets : le BtoB et le BtoC, par la création d'une voie d'entrée dans la grande distribution via une plateforme, via une marque labellisante Tout Prêt d'Ici qui garantit une production locale, menée dans les règles de l'art, avec des producteurs rémunérés au juste prix.



### **Y a-t-il des critères de sélection sur la qualité du local ? - François Henry**

Oui il faut éditer des cahiers des charges qui ont du sens et c'est un travail ardu. La sélection des producteurs se fait sur des normes sanitaires sur les ateliers, sur des engagements d'amélioration continue à long terme de la part des producteurs. Le cahier des charges se focalise sur des points sur lesquels avancer au fur et à mesure avec les producteurs, dans une démarche d'accompagnement.

### **Qu'est-ce que PHENIX ? - Jean Moreau**

PHENIX est une entreprise sociale, c'est-à-dire à mi-chemin entre une entreprise qui veut générer de la rentabilité, et une association. Après le constat d'un gaspillage considérable en grande distribution et chez les industriels, et d'un nombre grandissant de personnes dans le besoin, l'objectif de PHENIX est la lutte contre le gaspillage alimentaire par l'instauration d'un lien entre le surplus et les gens qui peuvent donner une seconde vie aux invendus. Les déchets deviennent donc une matière première. Le service proposé par PHENIX est à deux dimensions : une plateforme digitale créée en partenariat BtoB avec la grande distribution, qui consiste en la communication sur les invendus à date de péremption avancée, et un service logistique à travers des livraisons chez le client. Affronter le gaspillage pour faire des économies, pour se rediriger vers une alimentation plus saine et plus durable, telle est la thèse de PHENIX, pour à terme, créer une économie circulaire au-delà de l'alimentaire, avec des circuits d'alimentation animale, de méthanisation etc... L'action de PHENIX a d'autres effets vertueux tels que la création d'emplois (PHENIX compte 70 emplois aujourd'hui, trois ans après sa création), la création de lien social entre les acteurs de la grande distribution et d'autres acteurs économiques (centres équestres, aquarium etc...), la création d'un sens en interne aux métiers de la grande distribution.

### **Les magasins valorisent-ils ces actions aux clients ? - Jean Moreau**

Oui, c'est même une demande faite par les clients aux grandes surfaces : qu'elles communiquent sur leurs actions. Il existe un label « Magasin engagé, magasin responsable ». En termes de gaspillage la France a un gros temps d'avance par rapport à d'autres pays auxquels elle est souvent comparée (Allemagne, Suisse etc...).

### **Comment les villes partenaires sont-elles choisies ? - Jean Moreau**

PHENIX s'est d'abord focalisé sur des grandes villes, mais la taille n'est pas un critère en soi. PHENIX analyse l'offre et la demande, regarde s'il y a un réseau associatif pour concilier l'offre et la demande. Les rencontres jouent beaucoup. Le contexte politique peut légèrement jouer, mais PHENIX n'en attend pas trop. Les



politiques seront susceptibles d'être intéressés une fois les clients, le chiffre d'affaires et l'impact générés.

### **Parlez-nous Cluster Jura - Pierre-François BERNARD**

Cluster Jura est un cluster trans-sectoriel, qui accompagne des idées, des opportunités, des besoins. L'objectif est de faire rencontrer les bonnes personnes au bon moment dans la même pièce, surtout dans les territoires à faible densité : les territoires ruraux.

C'est une forme de coopérative (SIC) qui réunit 50 sociétaires, dont le travail est de mettre l'ingénierie au service du territoire, pour rapprocher les besoins et les ressources de celui-ci, pour redonner du sens, de l'économie et de l'emploi. Voici quelques exemples : l'instauration d'un système de recyclage des bouteilles en verre pour les viticulteurs, avec l'implantation de la logistique, le tout en alignant les intérêts des acteurs ; l'installation d'un circuit vertueux entre des acteurs du café, des champignons et des cosmétiques ; la relance de la filière de la carpe avec une association entre pisciculteurs, restaurateurs, et distributeurs.

### **Quel est le point de départ le plus efficace pour recréer du lien ? - Pierre-François BERNARD**

D'un point de vue macro, ce sont les crises, comme la crise du comté il y a 10 ans par exemple. D'un point de vue micro, ce sont des observations, des signaux, des prises de conscience.

### **Y a-t-il une volonté du cadre politique ? - Pierre-François BERNARD**

Il y a des démarches PAT (Plans Alimentaires Territoriaux) par exemple. Le pouvoir public a un pouvoir de facilitateur. Il faut savoir les accompagner, il faut que la collectivité de saisisse du sujet et se sentent impliquée., il faut une certaine coopération, pour créer des filières et un réseau de valeur sur un territoire. Nous sommes tous des hommes sur un territoire et la coopération est le point clé.

### **Y a-t-il un engagement des gros à soutenir les petits ou pas ? - Pierre-François BERNARD**

Le territoire aplanit les différences. Le territoire devient l'enjeu principal. La dimension humaine sur un territoire aplanit. On est d'égal à égal. On envisage le territoire ensemble. Les différences s'aplanissent.

### **Une étude a été menée sur les filières alimentaires performantes. Quelles sont celles qui performent le plus ? Celles qui exportent ou celles dont la production est consommée en France ? – Chloé SAVEANT**



Il y a deux cas de figure : la clémentine de Corse par exemple est très performante. C'est une filière qui bénéficie comme d'autres de partenariats avec l'INRA, et dont la totalité de la production est consommée sur le territoire. D'autres filières très performantes également, notamment celles de produits de luxe comme le champagne ou le caviar, reposent quant à elles énormément sur l'exportation.