

Mieux connaître les
cuisines collectives

et leurs fournisseurs pour mieux
identifier les possibilités
d'introduction de

produits locaux

**Quels produits et quelle
réalité économique ?**

aGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
RHÔNE-ALPES

TERRES d'**a**VENIR

Adèle Bizieux
Etudiante en 2^{ème} année
à AgroParisTech

Septembre 2010
Février 2011

Contexte et objectifs

Il est aujourd'hui notable que l'intérêt des collectivités pour les produits locaux est croissant. Des études ont déjà été réalisées sur le sujet, mais la problématique du coût, souvent abordée, n'est jamais détaillée. Le surcoût des produits locaux semble controversé. Le prix des produits locaux est pour certains un frein et pour d'autres un faux obstacle. Bien qu'il ne soit pas le seul critère de choix, ce coût régit de nombreuses décisions. Nous avons donc cherché à identifier les produits et les modes d'approvisionnement qui permettent de consommer du « local » tout en respectant les contraintes budgétaires souvent strictes de la restauration collective.

L'identification des produits adaptés passe par une étape d'apprentissage des pratiques de la restauration collective (produits travaillés et quantités), cette connaissance étant une condition préalable à la mise en place d'un approvisionnement local. Quels produits, sous quelles formes et à quelle période ?

Se pose ensuite la question de la logistique qui doit assurer la distribution de ces produits locaux. La plateforme est parfois présentée comme une solution. Que peut-on tirer de l'expérience des plateformes existantes ? Quel est le rôle des fournisseurs distributeurs dans l'approvisionnement local ?

Méthodologie

Afin de répondre à ces questions, nous avons sélectionné 28 produits potentiellement disponibles localement et de grande consommation en restauration collective. Une vingtaine d'enquêtes auprès de restaurants collectifs de toutes sortes a été réalisée. Bien que les structures enquêtées soient variées, aucun échantillonnage n'a été effectué. En effet, l'objectif n'était pas d'avoir des résultats représentatifs mais bien d'étudier la problématique du coût sur un certain nombre de cas type. Afin de pouvoir comparer sur une même structure l'offre en local et l'offre conventionnelle, nous avons choisi d'enquêter préférentiellement des cuisines travaillant déjà en local. Les contacts des structures enquêtées ont été donnés par les agents des chambres départementales, l'ANDRM*, et des associations de producteurs fournissant quelques cuisines. Des fournisseurs de fruits et légumes et des fournisseurs de viande ont été rencontrés, afin de mieux comprendre l'état de l'offre locale et de sa traçabilité.

(*) Association Nationale des Directeurs de la Restauration Municipale

Descriptif du dossier

Ce dossier comprend différentes fiches thématiques présentant des informations générales sur le fonctionnement de la restauration collective, suivies de fiches présentant chaque produit sur lequel l'étude était ciblée. Cliquez sur les liens pour accéder directement aux fiches.

Fiches générales	
Fiche n°0	Préambule
Fiche n°1	La restauration collective en Rhône-Alpes
Fiche n°2	Les recommandations du GEMRCN
Fiche n°3	Quelle adaptation des moyens de production à l'usage de produits locaux ?
Fiche n°4	L'achat en restauration collective
Fiche n°5	La cotation des fruits et légumes
Fiche n°6	Le prix des fruits et légumes en restauration collective
Fiche n°25	Limites de l'étude ; Quelles suites ?

Fiches Produits	
Fiche n°7	La carotte
Fiche n°8	La tomate
Fiche n°9	La salade
Fiche n°10	La courgette
Fiche n°11	La pomme de terre
Fiche n°12	Le concombre
Fiche n°13	L'endive
Fiche n°14	Le poireau
Fiche n°15	L'épinard
Fiche n°16	La pomme
Fiche n°17	La poire
Fiche n°18	Le kiwi
Fiche n°19	La fraise
Fiche n°20	La cerise
Fiche n°21	L'abricot
Fiche n°22	La pêche et la nectarine
Fiche n°23	Les produits laitiers
Fiche n°24	La viande

Table des abréviations

CCATP : Cahier des Clauses Administratives et Techniques Particulières

CMP : Code des Marchés Publics

DGCCRF : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

DRAAF : Direction Régionale de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Forêt

GEMRCN : Groupe d'Etude des Marchés Restauration Collective et Nutrition

GMS : Grande et Moyenne Surface

MAPA : Marché à Procédures Adaptées

MIN : Marché d'Intérêt National

MP : Marché Public

PME : Petites et Moyennes Entreprises

RA : Rhône-Alpes

RHD : Restauration Hors Domicile

SNM : Service des Nouvelles des Marchés

SRC : Société de Restauration Collective

PNNS : Plan National Nutrition Santé

Remerciements

A Laurent JOYET pour son écoute et ses conseils

A Ludovic LIGNEAU pour son regard d'expert

Au SNM et à la DRAAF pour leur accueil et les informations fournies

A toutes les structures et sociétés de restauration enquêtées pour le temps précieux qu'elles m'ont consacré

Glossaire des termes techniques relatifs à la restauration collective*

Première gamme : produits bruts, crus, non transformés.

Deuxième gamme : produits appertisés.

Troisième gamme : produits surgelés.

Quatrième gamme : produits prêts à être cuisinés.

Cinquième gamme : produits prêts à la consommation.

Cuisine centrale ou UCPA : établissement agréé dont une partie au moins de l'activité consiste en la fabrication de préparations culinaires destinées à être livrées à au moins un restaurant satellite ou à une collectivité de personnes à caractère social.

Gestion concédée : La collectivité délègue la gestion du service de restauration à un prestataire extérieur, celui-ci pouvant être public ou privé. Les sociétés de restauration collective sont les acteurs principaux du marché de la restauration concédée.

Gestion directe : La collectivité assure la gestion du service de restauration par ses propres moyens. Une association ou un comité d'entreprise peut être en charge de ce service.

La gestion directe dans des établissements publics peut être exercée par une association si la collectivité exerce sur celle-ci un contrôle comparable à celui qu'elle exerce sur ses propres services, et si l'association réalise l'essentiel de ses activités pour la collectivité.

Légumerie : local situé en cuisine où sont traités les fruits et légumes de première gamme. Située dans la zone sale, cet espace constitue une source potentielle de contamination.

Liaison chaude : Les préparations culinaires destinées à des restaurants satellites sont maintenues durant leur transfert à une température minimale de 63 degrés. Dans ce système, les plats sont préparés, livrés et consommés le jour même.

Liaison froide : les préparations culinaires destinées à des restaurants satellites sont refroidies et maintenues à une température comprise entre 0 et 3 degrés entre le moment où elles sont produites puis consommées.

Marge arrière : Une marge arrière est obtenue par un distributeur sur un produit lorsque le fabricant lui octroie une remise en fin de période sur un objectif atteint (volume de ventes, visibilité réservée à la marque, progression des ventes,...).

Les pratiques de marges arrière sont juridiquement limitées (par la Loi de Modernisation de l'Economie 2008) pour limiter le pouvoir de domination des grands distributeurs.

Mercuriale : A l'origine, le terme était utilisé pour désigner une liste des cours ou prix officiels des matières premières, denrées et autres marchandises d'un marché donné. Aujourd'hui, le terme est parfois encore usité, mais pour désigner plus généralement une liste des produits disponibles ainsi que leur prix.

Plan alimentaire : c'est une grille indiquant selon des termes génériques – crudité, cuitité, féculent, produits laitiers, plats protidiques..., la fréquence à laquelle les types d'aliments reviennent. Le montage du plan alimentaire se base sur les règles de la nutrition et respecte à la fois l'équilibre des menus et la variété des plats. Cette trame sert de base pour élaborer les plans de menu.

Glossaire des termes relatifs au Code des Marchés publics*

Appel d'offres : procédure par laquelle le pouvoir adjudicateur choisit l'attributaire, sans négociation, sur la base de critères objectifs, préalablement portés à la connaissance des candidats. Il peut être ouvert (tout opérateur économique peut remettre une offre) ou restreint (seuls peuvent remettre des offres les opérateurs économiques qui y ont été autorisés après sélection). Le choix entre les deux formes d'appel d'offres est libre. Il est généralement motivé par la structure du marché.

Code des marchés publics : le Code est un ensemble de dispositions normatives et officielles visant à encadrer les marchés publics et leur contenu. Les marchés publics sont les contrats conclus à titre onéreux entre les pouvoirs adjudicateurs et des opérateurs économiques publics ou privés, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services¹.

Délégation de service public : le contrat par lequel une personne morale de droit public confie la gestion d'un service public dont elle a la responsabilité à un délégataire public ou privé, dont la rémunération est substantiellement liée au résultat de l'exploitation du service. Le délégataire peut être chargé de construire des ouvrages ou d'acquérir des biens nécessaires au service¹.

Groupement d'achats (ou groupement de commandes) : il regroupe différents acheteurs publics. Ils ont pour avantage de faciliter la mutualisation des procédures de marchés et de contribuer à la réalisation d'économies sur les achats. Ils font l'objet d'une convention constitutive définissant les modalités de fonctionnement. Cette convention désigne un des membres du groupement comme coordonnateur, chargé de procéder, dans le respect des règles prévues par le code des marchés publics, à l'organisation de l'ensemble des opérations de sélection d'un ou de plusieurs cocontractants. Chaque membre du groupe s'engage, dans la convention, à signer avec le cocontractant retenu un marché à hauteur de ses besoins propres, tels qu'il les a préalablement déterminés¹.

Procédures adaptées : absence d'obligation de mise en concurrence et de publicité ; procédure respectant cependant les principes fondamentaux de la commande publique (transparence, liberté d'accès, égalité de traitement).

(*) Ces glossaires sont inspirés de ceux du document intitulé :

Le potentiel de l'approvisionnement de la restauration collective avec des produits agricoles locaux, Etude fonctionnement des établissements dans le département du Rhône, Claire Faraco, Chambre d'agriculture du Rhône, 2010.

Le surcoût du produit local apparaît comme réel aujourd'hui. Il s'explique entre autres par :

- Une éventuelle meilleure rémunération du producteur
- Des frais logistiques importants, que ce soit pour une plateforme ou pour un grossiste, à qui le produit local demande une segmentation et une traçabilité supérieures, donc plus de temps
- Une demande de l'acheteur inadaptée à l'offre locale, par exemple sur des morceaux de viande, ou des variétés de fruits

Cependant, ce surcoût peut être considérablement réduit, à condition de trouver le fonctionnement adéquat.

Cela passe par une meilleure identification des besoins de la cuisine, une adaptation de la cuisine à l'introduction de produits locaux et une meilleure connaissance du produit local.

1. Pour une meilleure identification des besoins de la cuisine

- Définir précisément le produit souhaité
S'informer sur les produits existants, les variétés, les calibres, et les catégories
Eviter des critères inutiles (précision de morceaux pour la viande, de catégorie pour les fruits et légumes, ...)
- Connaître les volumes annuels et volumes par service
Nécessaire pour l'organisation de la filière tracée locale
Possible grâce à un logiciel de gestion des stocks

2. Pour une adaptation de la cuisine à l'introduction de produits locaux

- Adapter la fréquence et la période de service
Construction des menus en intégrant les produits locaux
Possible aide du fournisseur (conseil sur la date de début de campagne, sur l'envolée des cours, ...)
- Choisir une forme d'utilisation adaptée
Distinguer les produits en fonction de leur utilisation (pommes de terre)
- Se doter de moyens pour travailler des produits bruts
Personnel en nombre suffisant, locaux et matériel adaptés
- Informer et former
Formation des convives et de l'équipe de cuisine
- Suivre et raisonner les achats
Se donner les moyens de contrôler les exigences formulées dans le cahier des charges
Raisonner en coût portion en adéquation avec les produits proposés (calibre adapté au grammage)
Exiger la mention de la provenance des produits (par exemple comptabiliser)

3. Pour une meilleure connaissance du produit local

- Informer sur les produits actuellement disponibles en RA (par exemples les variétés et calibres pour les fruits et légumes)
- Communiquer sur les produits locaux auprès des fournisseurs et des cuisines
Des fournisseurs commercialisent des produits locaux sans l'évoquer, des cuisines en font consommer aux convives sans les en informer (par exemple action pédagogique)
- Mettre en avant les avantages qualitatifs potentiels du produit local
Par exemple sa fraîcheur
- Favoriser la mise en relation pour la construction de filières locales
Site www.achatlocal-consorhonealpes.com

Contact :

Laurent JOYET

Chambre Régionale d'Agriculture Rhône-Alpes

lj@rhone-alpes.chambagri.fr

Réalisé avec le soutien financier de la région
Rhône-Alpes et du Ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et de la Pêche

Rhône-Alpes

