

# LA RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE : TERRITOIRE D'ALIMENTATION RESPONSABLE ET DURABLE



## MODALITÉS DE VENTE EN CIRCUITS COURTS ET DE PROXIMITÉ : VENTE À LA FERME ET POINT DE VENTE COLLECTIF



Exemples d'initiatives issues de l'observation dans 8 territoires pilotes de la région Centre-Val de Loire dans le cadre du projet **"Observer et accompagner la transition agricole et alimentaire dans les PAT"**.



*Un projet financé par la Région Centre-Val de Loire 2021-2022 et mené par l'association RESOLIS en partenariat avec chacun des 8 territoires pilotes.*

MARS 2022

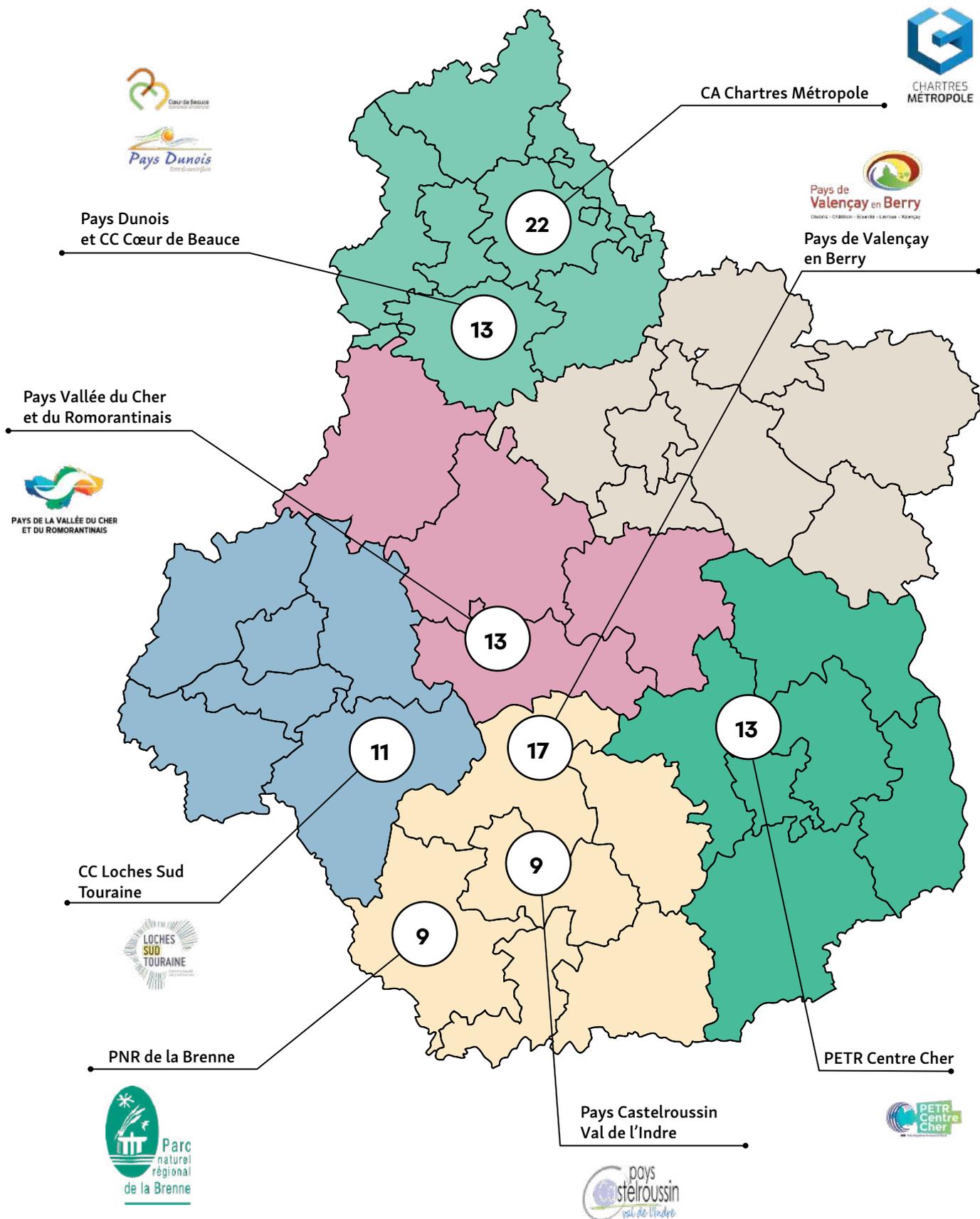
## Carte des initiatives d'alimentation responsable et durable sur le territoire Centre-Val de Loire

Depuis ses débuts en 2013, le programme « Alimentation Responsable et Durable (ARD) » de l'association RESOLIS a constitué un patrimoine de plus de 1200 initiatives alimentaires et agricoles, aussi bien de société civile que d'acteurs publics afin de promouvoir une « pédagogie de la transition », c'est à dire une pédagogie de l'exemple, des

solutions et de l'échange pour engager une nécessaire transition de notre système alimentaire. À partir de mars 2019, en partenariat avec l'association InPACT Centre, RESOLIS appuie la mise en œuvre de la stratégie régionale pour l'alimentation 2017-2021 de la Région Centre-Val de Loire pour accompagner l'émergence de Projets Alimentaires

Territoriaux (PAT) « systémiques » et engagés dans des processus de transition.

En mars 2021, le projet « observer et accompagner la transition alimentaire dans 8 territoires pilotes » débute pour une période d'un an et parviendra à la capitalisation de 107 initiatives.



# Le magasin de producteurs "A la ferme", un commerce de proximité pour la vente de produits locaux en circuit-court.



Le magasin de producteurs "A la ferme" de Ligueil est ouvert depuis décembre 2019 grâce à la rencontre de 10 producteurs du Sud Touraine, qui se connaissaient déjà par le biais d'autres magasins de producteurs, de mutualisation de vente, de matériel en communs...

## AUTEUR(S)

### LIMOUZIN BENOIT

Agriculteur

limouzinfreres@orange.fr

Fiche rédigée par **Sophie Levasseur**

## PROGRAMME

Démarrage: décembre 2019

Lieu de réalisation: Ligueil

## ORGANISME(S)

### A LA FERME

Ligueil - 37240

14 Rue Aristide Briand

1 Salariés / 10 Bénévoles



## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

04/11/2021

Domaine

Alimentation

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Création de dynamiques économiques

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre et Loire

Type de structure

**Entreprises** Petit commerce

Bénéficiaires

Population rurale

Agriculteurs

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Benoit Limouzin et 10 autres associés montent le magasin de producteur « la Charrette », situé à Chambray les Tours en 2008, puis un deuxième à Truyes quelques années plus tard.

En 2019, le dernier commerce (boucherie) ferme ses portes à Ligueil et le propriétaire, Monsieur Limouzin, entend en faire un autre magasin de producteurs, sur un concept plus simple et plus petit que l'autre magasin de producteur "la Charrette" de Chambray lès Tours.

Fort de son expérience, il est convaincu que le lien aux consommateurs est primordial. Benoit Limouzin et 10 autres producteurs situés au sud Touraine créé « À la ferme » à Ligueil, contribuant ainsi à maintenir une activité économique dans cette petite commune de 2 400 habitants.

## OBJECTIFS

- Recréer un commerce de proximité
- Gérer de manière très simple le magasin : peu de salariat, peu de présence des producteurs
- Atteindre 2000€ de chiffres d'affaires par semaine

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le concept de ce magasin se veut être le plus simple possible, basé sur la confiance mutuelle des associés qui se connaissent déjà à travers d'autres magasins de producteurs, des échanges de matériels agricoles ,ou tout simplement des voisins agriculteurs.

Les 10 producteurs créent une association, qui leur semble être le statut juridique le plus simple pour la gestion du magasin. Ils embauchent Jocelyne, pour la permanence du vendredi et du samedi matin (seuls moments d'ouvertures du magasin).

Chaque producteur vient approvisionner le vendredi matin, et revient le samedi pour récupérer les invendus.

Ainsi, il n'y a aucune perte de denrées alimentaires.

Chaque producteur associé paie 20% de commission sur les produits vendus, pour alimenter le compte courant et paie les charges de la structure : salariat, loyer, électricité, eau...

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Embauche d'une salariée à temps partiel
- Atteinte du chiffre d'affaires fixé de 2 000€/semaine
- Une centaine de clients avec un panier moyen de 20€/panier
- Une réunion tous les 6 mois suffit pour faire le point entre les associés

## ORIGINALITÉ

« Le magasin fonctionne sur la confiance réciproque et la bonne entente des associés. C'est vraiment une envie commune et une gestion sur la confiance mutuelle »

## PARTENARIAT(S)

Un nouvel associé récent, Nicolas, maraîcher, installé depuis l'année dernière à Ferrière Larçon.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

Pouvoir communiquer sur le magasin, peu de temps disponible et ce n'est pas notre coeur de métier

**Améliorations futures possibles :**

- Avoir de nouveaux produits à proposer, comme de la bière par exemple.
- Racheter étagères
- Avoir un espace frigorifique en plus

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Groupe d'agriculteurs travaillant déjà sur un autre magasin de producteur
- Aucune perte de produit car les invendus sont récupérés par chaque producteur

# Les andouillettes à la ficelle de Mennetou-sur-Cher disponibles en distributeur automatique



Depuis 1996, Monsieur et Madame Bidron tiennent une charcuterie dans la petite commune de Mennetou-sur-Cher. Ils proposent à la vente notamment des andouillettes à la ficelle, spécialité gastronomique locale qui jouit d'une certaine renommée auprès des touristes. En 2015, afin de renouveler leurs techniques de vente, les charcutiers eurent l'idée de mettre en place un distributeur automatique proposant leur célèbre andouillette à la ficelle.

## AUTEUR(S)

**BIDRON PASCAL ET PATRICIA**

charcuterie.bidron@aliceadsl.fr

Fiche rédigée par **Jacob Guimont**

## PROGRAMME

Démarrage: 2015

Lieu de réalisation:  
Mennetou-sur-Cher

## ORGANISME(S)

**CHARCUTERIE PASCAL BIDRON**

Mennetou-sur-Cher - 41320

1 Rue Jeanne d'Arc

3 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

21/07/2021

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Transformateur

Type d'objectif

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

**Culturels** Valorisation du patrimoine alimentaire

**Culturels** Valorisation du patrimoine technique (savoir-faire)

Localisation

France

Centre-Val de Loire

Loir et Cher

Type de structure

**Entreprises** Petit commerce

Bénéficiaires

Population urbaine

Population rurale

Type d'action

**Transformation** Transformation produits de niche / terroir

## ORIGINE ET CONTEXTE

Installés depuis une vingtaine d'années dans la boucherie-charcuterie de Mennetou-sur-Cher, Patricia et Pascal Bidron ont mis en place un distributeur automatique d'andouillettes à la ficelle, plat faisant la réputation de cette petite cité médiévale. Acheté auprès d'un particulier de la région parisienne sur Leboncoin il y a 6 ans, le vendeur a effectué quelques modifications spécifiques pour l'ajuster au format des andouillettes (installation de ressorts...). Cette initiative est née du constat que de nombreuses personnes se rendaient exprès à Mennetou-sur-Cher en acceptant parfois de faire des détours pour acheter la célèbre andouillette à la ficelle. Or, les contraintes horaires de la boutique ne permettaient pas toujours aux clients d'être satisfaits (période de vacances, coupure du midi...) alors même qu'on avait pu leur faire la promotion de cette spécialité dans les restaurants situés aux alentours.

## OBJECTIFS

- Créer un système qui fonctionne toute l'année, 7j/7 et 24h/24 sans contraintes horaires
- Valoriser les produits emblématiques du territoire
- Soutenir les artisans et petits commerces de proximité
- Diminuer le nombre d'intermédiaires de la chaîne alimentaire
- Faciliter la commercialisation des produits locaux en circuits courts de proximité

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Monsieur Bidron prépare à la main les andouillettes afin de réapprovisionner régulièrement le distributeur. Quand il est indisponible pour une période de vacances, il prépare ses andouillettes à l'avance et des membres de sa famille réapprovisionnent régulièrement le distributeur. Monsieur et Madame Bidron ont également décidé de diversifier leur gamme de produits proposés au distributeur avec l'introduction de rillons ou d'andouillettes plus "ordinaires".

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Au fur et à mesure, l'initiative a pris de l'ampleur : il y a eu d'abord une petite communication de la part de l'office de tourisme sur Facebook, ensuite des articles de la Nouvelle République et d'autres journaux locaux. Enfin, des journalistes de France 3 Région Centre-Val de Loire sont aussi venus l'interroger. En période hivernale, le distributeur est réapprovisionné environ une fois par semaine, et en période estivale environ 2 à 3 fois par semaine. Le succès est total à tel point que Monsieur Bidron nomme son distributeur « le drive de l'andouillette ». Les andouillettes de Monsieur et Madame Bidron ont reçu plusieurs distinctions, et notamment celle de l'Association Amicale des Amateurs Authentiques de l'Andouillette ainsi que Talents Gourmands.

## ORIGINALITÉ

Cette activité est novatrice dans un secteur où l'implantation de distributeurs automatiques est encore assez rare. On note d'ailleurs un gros engouement autour de ce distributeur peu après son implantation : beaucoup de curieux sont venus voir l'installation.

## PARTENARIAT(S)

Les charcutiers ne travaillent que très rarement avec les restaurations collectives, seulement de manière très ponctuelle avec la cantine scolaire de Châtres-sur-Cher (41). En revanche, il fournit 4-5 restaurants situés aux alentours : L'Auberge de la Tour et La plage à Mennetou-sur-Cher, Les Petits Plats de Célestin à Maray et la Sapinière à Gièvres.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Pas de possibilité de payer en carte, l'installation de l'équipement revenant à 3 000 euros
- Manque de main-d'œuvre pour satisfaire les quantités : il n'y a qu'une seule apprentie et difficile de recruter dans ce secteur.
- Il faut vider régulièrement la monnaie du distributeur car il ne peut contenir qu'un maximum de 180 euros.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Monsieur et Madame Bidron pensent peut-être à installer le lecteur de cartes bleues à l'avenir.



# Le magasin de producteurs "Au Pré des Fermes", une alternative à la grande distribution.



« Au Pré des Fermes » est un magasin de producteurs qui a vu le jour en 2011 à Fussy. Il a été créé par des agriculteurs qui ont souhaité se rassembler pour vendre leurs produits en vente directe tout en proposant une offre variée de produits locaux et de qualité. Le fonctionnement de ce magasin de producteurs a la particularité de s'inspirer de la grande distribution sur plusieurs volets tout en étant un commerce de proximité sans intermédiaire.

## AUTEUR(S)

**GITTON JEAN-LUC** jean-luc.gitton@club-internet.fr

Fiche rédigée par **PETR Centre-Cher**

## PROGRAMME

Démarrage: 2011

Lieu de réalisation: FUSSY

## ORGANISME(S)

**AU PRÉ DES FERMES**

Fussy - 18110

9146 Route de Paris



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

28/09/2021

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Cher

Domaine

Agriculture

Alimentation

Réseaux, coopérations

Type de structure

**Coopérative** Coopérative

Envergure du programme

Locale

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Population urbaine

Type d'acteur

Distributeur

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

Type d'objectif

**Culturels** Valorisation du patrimoine alimentaire

**Développement local** Synergie entre les acteurs du territoire

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

## ORIGINE ET CONTEXTE

« Au pré des Fermes » est un collectif de producteurs locaux situé à Fussy, en périphérie de Bourges. Il a été créé en 2011 par des agriculteurs qui ont souhaité se rassembler pour vendre leurs produits (majoritairement alimentaires), bio ou non, en vente directe afin de proposer une alternative à la grande distribution pour mieux rémunérer les producteurs et d'être directement au contact des clients.

## OBJECTIFS

Ce magasin de producteurs a pour objectif de vendre, sans intermédiaire, des produits locaux issus d'une agriculture responsable. Il s'agit donc d'une alternative à la grande distribution. L'objectif de se regrouper entre agriculteurs consiste à proposer aux clients une offre diversifiée de produits mais également de se libérer du temps sur l'exploitation en se relayant pour tenir le magasin.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

8 producteurs sont associés et proposent dans leur point de vente leurs propres produits ainsi que ceux d'une cinquantaine de producteurs locaux sélectionnés selon des critères stricts (la grande majorité des producteurs sont situés dans un rayon de 80 km, le reste provient de la région).

Tous les produits sont issus d'une agriculture responsable et sans intermédiaire. Les producteurs se relaient pour tenir le magasin afin de renseigner les clients sur la qualité et la provenance des produits : au minimum deux producteurs sont présents sur les créneaux d'ouverture du magasin (du mardi au jeudi de 10h à 13h et de 15h à 19h, le vendredi de 9h à 13h et de 15h à 19h et le samedi de 9h à 13h et de 15h à 18h). Ils sont à la fois responsables des rayons, chargés de la maintenance et de la mise en rayon, cuisiniers ou pâtisseries, caissiers.

Les produits proposés varient en fonction des saisons, ils sont constitués de viande de bœuf, de veau, d'agneau, de porc, de lapin, de volailles, de charcuterie, d'escargots, de légumes, de fruits, de céréales, d'épices, de confitures, de produits laitiers (fromages de chèvre et de vache, beurre de baratte, lait cru...), de vins ainsi que de nombreuses préparations et recettes.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le magasin attire des clients venant d'une quinzaine de kilomètres alentour. Ces derniers proviennent de toutes les catégories socio-professionnelles.

Les producteurs apprécient d'être au contact des acheteurs, ce qui leur permet d'avoir un retour client sur leurs marchandises. De leur côté, les clients sont satisfaits de la qualité des produits et de leur traçabilité. Ils constatent que les produits proposés ne sont pas plus chers qu'en grande surface et de meilleure qualité nutritionnelle et gustative donc nécessitant moins de quantité pour autant d'apports nutritionnels. De fait, le magasin ne négocie pas le prix, qui est fixé par les producteurs.

## ORIGINALITÉ

Ce magasin de producteurs a la particularité d'être au croisement des grandes et moyennes surfaces et des marchés. De fait, il s'inspire de la grande distribution sur plusieurs volets (diversité des produits, présentation du magasin...) tout en étant un commerce de proximité s'attachant à proposer une offre de qualité (produits frais sélectionnés attentivement par le magasin) et sans intermédiaire (entre le producteur et "Au Pré des Fermes"), donc se rapprochant davantage de la philosophie d'un marché.

## PARTENARIAT(S)

"Au Pré des Fermes" a développé un partenariat avec une cinquantaine de producteurs : éleveurs, cultivateurs, fromagers, arboriculteurs.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

« Au Pré des Fermes » est géré au quotidien par 8 producteurs. Néanmoins, dans la pratique, ils sont très mobilisés par leur propre exploitation, il n'est donc pas toujours simple de concilier la gestion de l'exploitation et la gestion du magasin.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Afin de réfléchir à une restructuration de la gestion du magasin, le président envisage de commander une étude à la rentrée 2021 auprès d'un cabinet de conseil intervenant auprès des magasins de producteurs sur toute la France.

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

« Au Pré des Fermes » estime que ce modèle est viable et qu'il faudrait le généraliser sur le territoire. Pour cela, il pourrait être imaginé que d'autres producteurs créent des magasins de producteurs en périphérie de Bourges, là où les grandes surfaces ne sont pas déjà implantées.

# Le magasin Biocoop « Au Bourgeon Vert », un approvisionnement majoritairement bio et local



« Au Bourgeon Vert » s'est installé à Bourges en 2017. Il s'agit du seul magasin Biocoop situé sur le territoire du PETR Centre-Cher. Tout en étant rattaché au réseau national Biocoop, il est bien ancré à l'échelon local car il s'approvisionne majoritairement auprès des producteurs locaux.

## AUTEUR(S)

ZOPPÉ AGNÈS au-bourgeon-vert@orange.fr

Fiche rédigée par **PETR Centre-Cher**

## PROGRAMME

Démarrage: 2017

Lieu de réalisation: Bourges

## ORGANISME(S)

**AU BOURGEON VERT**

Bourges - 18000

121 Boulevard de l'Avenir

22 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

28/09/2021

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Distributeur

Type d'objectif

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Pédagogiques** Sensibilisation des consommateurs

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Cher

Type de structure

**Entreprises** Entreprise

Bénéficiaires

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Création de circuits de proximité (géographique)

## ORIGINE ET CONTEXTE

Le magasin Biocoop est une SARL « Au Bourgeon Vert » qui s'est installée en octobre 2017 au boulevard de l'Avenir à Bourges. Il est né de la transformation du groupement d'achat de "l'Association bio des amis de

l'Ormoys" créé dans les années 1970 à Saint-Laurent dans le nord du Cher. La société est membre du réseau Biocoop, coopérative nationale fondée en 1986 qui regroupe des producteurs, consommateurs, magasins et plateformes, tous respectant une charte très exigeante quant à la provenance et à la qualité des produits vendus. En tant que magasin, « Au Bourgeon Vert » est sociétaire de la coopérative Biocoop. Au conseil d'administration, les sociétaires des groupements de producteurs, les salariés et les associations de consommateurs forment une gouvernance coopérative : un sociétaire est égal à une voix. Les contrats locaux sont en lien avec le cahier des charges Biocoop, plus exigeant que le cahier des charges européen. Les produits sont exclusivement bios et tous certifiés. Le local est l'objectif clé de la coopérative, puisque la charte vise à développer l'agriculture biologique et paysanne dans un esprit d'équité et de coopération.

## OBJECTIFS

Le magasin « Au Bourgeon Vert » a deux objectifs. Le premier consiste à vendre des produits (principalement alimentaires) provenant majoritairement de producteurs locaux (c'est-à-dire situés dans un rayon de 150 km, excepté pour les produits dits « ultra frais » pour lesquels le rayon est réduit à 30 km au maximum). Le second objectif consiste à vendre des produits issus de l'agriculture biologique.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

« Au Bourgeon Vert » est soumis au respect du cahier des charges du réseau national Biocoop, élaboré en codécision par l'ensemble des sociétaires. Le magasin comporte 4 gammes de produits : des produits non alimentaires, des produits d'épicerie, des produits ultra frais (incluant le pain) et des fruits et légumes. Un effort est fait pour privilégier les petits producteurs, même si ceux-ci sont loin (plusieurs centaines de km), lorsqu'il s'agit d'un produit qui n'est pas local, tel que les bières ou les olives. De plus, afin de s'adresser à tout type de public, le magasin vend des produits sans-gluten, végétariens, vegan ou encore sans sel qui sont destinés aux clients effectuant des régimes alimentaires spécifiques. Au-delà de la vente, « Au Bourgeon Vert » organise des animations et dégustations culinaires ou encore des interventions de producteurs. En termes de logistique, avec les producteurs locaux livrent au magasin au fil des commandes.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

« Au Bourgeon Vert » compte une équipe de 22 salariés et travaille avec 70 producteurs locaux. Depuis sa création, le volume de ventes augmente, particulièrement depuis la crise sanitaire du covid-19. 30 à 40% des fruits et légumes proviennent de producteurs locaux.

## ORIGINALITÉ

Le fonctionnement du réseau biocoop est original car il s'agit d'une coopérative nationale : bien que la plupart des produits proviennent de producteurs locaux, le même cahier des charges est donc appliqué sur l'ensemble du territoire français. Le cahier des charges Biocoop exige que les fermes soient 100% bio, qu'il y ait un lien au sol, qu'il n'y ait pas de transport en avion, que la saisonnalité soit respectée avec un tableau affiché en magasin, qu'il y ait zéro OGM. De plus, le chocolat, le thé et le café doivent être issus du commerce équitable. Enfin, le cahier des charges prévoit la mise en place d'une charte de commerce équitable français "Les paysannes associées", avec priorité au local et au développement du vrac. Il s'agit du premier réseau de distribution à bannir de ses rayons les bouteilles d'eau plastiques.

## PARTENARIAT(S)

« Au Bourgeon Vert » entretient un partenariat avec environ 70 producteurs locaux qui l'approvisionnent en denrées alimentaires (4 boulangers, maraîchers, producteurs de fruits et légumes...) et non alimentaires (produits en vrac, fabricants de cosmétiques et d'écoproduits...). Lorsque les producteurs locaux ne peuvent répondre à la demande d'« Au Bourgeon Vert » concernant les fruits et légumes, le magasin s'approvisionne auprès de la plateforme Biocoop, située en région parisienne. De plus, un partenariat de longue date existe avec Le Relais 18 qui vend des paniers au magasin biocoop.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

« Au Bourgeon Vert » ne fait pas état de difficultés particulières dans le développement de son activité.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Au Bourgeon Vert ne fait pas état de difficultés particulières dans le développement de son activité, excepté des problèmes financiers rencontrés en 2018, liés à l'acquisition de ses nouveaux locaux, où la société a été placée en redressement judiciaire. Cette situation est désormais régularisée.

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

Selon Agnès Zoppé, l'appartenance d' « Au Bourgeon Vert » au réseau national Biocoop est une force tant sur le plan économique que politique : le partage d'informations et le pouvoir de codécision sont fructueux et constituent un atout pour le bon fonctionnement de chaque magasin du réseau. En outre, la gérante souligne la possibilité qu'ont les magasins Biocoop d'avoir des positionnements stratégiques que la grande distribution n'oserait pas mettre en place (par exemple, la possibilité pour les clients de venir chercher de l'eau à volonté en contrepartie de l'achat d'une bouteille d'eau du magasin). Agnès Zoppé conclut « les petits ingrédients, tels que les arômes, les levures, les lécithines sont aussi bio, donc une bio exigeante avec des produits aux prix engagés, produits du quotidien à des prix accessibles toute l'année ».

# Les casiers de producteurs de Paulmy, un nouveau mode de vente de produits locaux initié par la mairie.



Les casiers de Paulmy compte 100 casiers individuels automatiques et un distributeur de pain, approvisionnés en yaourts, fromages, viandes, farines, œufs, fruits. Ce mode de vente permet de diminuer les charges de la commune par rapport à une épicerie (aucune masse salariale) et d'apporter un service à la population locale.

## AUTEUR(S)

**FRELON DOMINIQUE**  
Maire de Paulmy  
paulmy.mairie@wanadoo.fr  
Fiche rédigée par **Sophie Levasseur**

## PROGRAMME

Démarrage: mars 2019  
Lieu de réalisation: Paulmy

## ORGANISME(S)

**MAIRIE DE PAULMY**  
Paulmy - 37350  
1 Place de la Mairie



## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

04/11/2021

Domaine

Alimentation

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Outil d'intervention

**Outil opérationnel** Mise à disposition (création, gestion, entretien, développement) d'infrastructures/outils/équipements (marché, bâtiment, ressources électroniques, etc.)

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre et Loire

Type de structure

**Collectivité territoriale, État** Collectivité territoriale, Etat

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Population urbaine

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Création de dynamiques économiques

**Culturels** Valorisation du patrimoine alimentaire

Champ d'action

## ORIGINE ET CONTEXTE

Cependant, celle-ci se trouve sur un axe passant, avec une circulation de 600 voitures environ par jour, casiers automatiques des vergers de la Manse, à Sepmes (casiers extérieurs). Monsieur Frelon commence alors à démarcher quelques producteurs afin d'étudier la faisabilité d'un tel projet et cherche également un boulanger qui puisse fournir le distributeur (le pain étant un produit d'appel). Un boulanger de Ligueil se propose finalement de participer au projet. Celui-ci réapprovisionne 3 fois par jour les casiers (avec la secrétaire de mairie).

S'en suivent plusieurs réunions entre producteurs et la mairie pour constituer un noyau dur et créer une réelle dynamique collective. La commune décide l'achat d'un bar de 60 m<sup>2</sup> (65 000€) et fait des travaux (30 000 €) afin de rénover le local, ainsi que d'investir dans une chambre froide (3 000€), indispensable au stockage de produits.

## OBJECTIFS

- Apporter un service aux citoyens
- Faire connaître les produits locaux
- Redynamiser le village
- Créer un commerce de proximité

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le local est constitué de 97 casiers et d'un distributeur automatique de pain. Ce sont 6 producteurs qui se sont constitués en SAS afin de pouvoir supporter l'investissement des casiers de 60 000€ HT. Chaque producteur a apporté un capital de 1000 € pour la SAS. Les producteurs étaient enclins à s'investir dans ce projet s'il ne demandait pas plus de temps de livraison ou de présence.

Le fonctionnement des casiers est simple : à chaque fois qu'un casier est vide, cela déclenche une alerte sur le portable du producteur et de la secrétaire de mairie, ce qui permet d'avoir une réactivité pour anticiper les commandes et la livraison.

Pour les consommateurs, il suffit de taper le code du casier que l'on souhaite ouvrir, et de payer avec sa carte bleue. Il y a un casier par produit.

Tous les producteurs sont issus de 15 km autour de Paulmy. La marge pour les producteurs reste la même que leur produits vendus au supermarché. Ce nouveau débouché et la marge de vente, ont permis aux producteurs d'arrêter leur vente directe à la ferme, trop énergivore et chronophage.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Satisfaction des clients et des citoyens
- Essaimage du projet sur tout le territoire national
- Arrêt de la vente directe à la ferme pour certains producteurs
- Tous types de produits: fromages, fruits, viennoiseries, viande, pâté, œufs, yaourt, volailles, jus de fruits.

## ORIGINALITÉ

"Pouvoir ramener un commerce de proximité aux habitants, c'est un service que nous leur rendons"

## PARTENARIAT(S)

- Fromagerie Maurice
- Boulangerie Hamelin
- Les Pampilles de l'Oisellière
- Les vergers de la Manse

- La Mangrière
- La flèche

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Le local deviendra trop petit pour augmenter en superficie (souhaite rajouter 100 casiers ne plus)
- Comment faire pour avoir des légumes frais et rapidement périssables ?
- Si le projet ne fonctionne plus, que faire du local ?

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Communication à faire en amont de l'ouverture (faire devanture le plus rapidement possible)
- Communiquer sur les deux gîtes de groupe de la commune
- Avoir un cahier (type livre d'or) pour que les producteurs puissent s'adapter à la demande des consommateurs
- Suivi régulier de la secrétaire de mairie (commande des produits, réalimenter les casiers, animation des réunions)
- Le local pourra s'adapter à d'autres commerces

### Améliorations futures possibles :

- Ouverture d'un bar associatif
- Rachat de 100 casiers et réaménagement du local

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- Constituer un collectif d'agriculteur, qui se connaissent à minima
- Avoir des produits d'appels comme le pain
- Réalimenter régulièrement les casiers

# Les Cochonnailles du Haut-Bois, de l'élevage porcin à la transformation en charcuterie de qualité



En 2005, Laurent GUGLIELMI reprend les Cochonnailles du Haut-Bois à la Bazoche-Gouet et inscrit l'entreprise dans la continuité de son développement. Spécialisée dans l'élevage porcin et la transformation en charcuterie, elle se démarque par la qualité de ses produits et par le service qu'elle propose à ses clients. La commercialisation se fait à destination des professionnels, notamment dans la région parisienne, mais également auprès des particuliers à travers sa boutique « Aux Co'pains Gourmands ».

## AUTEUR(S)

**GUGLIELMI LAURENT**

Gérant

chb@saschb.fr

Fiche rédigée par **Maëlle GILLET**

## PROGRAMME

Démarrage: 2005

Lieu de réalisation: La Bazoche-Gouet (28)

## ORGANISME(S)

**LES COCHONNAILLES DU HAUT-BOIS**

La Bazoche-Gouet - 28330

Le Grand Haut Bois

80 Salariés

## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/10/2021

Domaine

Alimentation

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Entreprises** Entreprise

Bénéficiaires

Population rurale

Population urbaine

Professionnels

Entreprise

Type d'action

**Transformation** Transformation produits de niche / terroir

## ORIGINE ET CONTEXTE

Les Cochonnailles du Haut-Bois, implantée au sein du Parc Naturel Régional du Perche à la Bazoche-Gouet, est une entreprise spécialisée dans l'élevage porcin et la transformation en charcuterie. Fondée en 1986 par Jean-Paul BOUDET, elle est reprise en 2005 par Laurent GUGLIELMI qui a pour volonté d'inscrire l'entreprise dans la continuité de son développement et de participer au dynamisme de la commune. Elle regroupe aujourd'hui plusieurs sites de production répartis à l'est de la Bretagne, en région Centre-Val de Loire et jusqu'au Limousin. Elle se compose également de deux sites de transformation dont un atelier de découpe à la Bazoche-Gouet et d'une conserverie dans le Tarn-et-Garonne

## OBJECTIFS

- Pérenniser les activités de l'entreprise
- Participer au développement local et économique du territoire avec la création et le maintien d'emplois
- Structurer la filière porcine en agissant sur la production, la transformation et la commercialisation
- Proposer aux consommateurs des produits de qualité

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

L'entreprise s'inscrit dans une démarche globale de qualité. L'élevage porcin repose à la fois sur une production conventionnelle et sur une production biologique. Les porcs sont élevés sur litière dans un souci de bien-être animal et les races sont sélectionnées pour proposer une viande de qualité. Ainsi, les Cochonnailles du Haut-Bois propose deux gammes de produits : une gamme premium (400 porcs par semaine, 100 références de produits) et une gamme bio (250 porcs par semaine, 30 références de produits). Laurent GUGLIELMI travaille également avec d'autres éleveurs respectant les mêmes conditions d'élevage. Par ailleurs, la transformation est élaborée sans colorants, sans liants artificiels, sans phosphates et sans exhausteur de goût. Les saucisses et les saucissons sont exclusivement embossés en boyaux naturels et les fumages sont réalisés à la bûche de hêtre.

Les Cochonnailles du Haut-Bois commercialise ses produits aux professionnels dans le cadre d'un agrément communautaire, dont 2/3 se trouvent dans la région parisienne, mais également auprès des particuliers à travers sa boutique « Aux Co'pains Gourmands ». Cette dernière a été mise en place en 2016 afin de participer au développement local et économique de la commune. « Aux Co'pains Gourmands », géré par 6 salariés, est un concept de vente qui regroupe à la fois une boulangerie-pâtisserie ainsi qu'une charcuterie. L'objectif était de pouvoir recréer une offre de qualité en milieu rural qui n'existait plus et de répondre aux attentes des consommateurs. Aujourd'hui, il souhaite développer ce projet en proposant de nouveaux produits ou encore en créant de nouvelles boutiques sur d'autres communes.

Depuis 2005, de nombreux investissements et travaux de restructuration du site des Cochonnailles du Haut-Bois ont été réalisés afin d'assurer le bon développement de l'entreprise (construction d'un bâtiment de stockage-emballage, *etc.*)

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Depuis que Laurent GUGLIELMI a repris les Cochonnailles du Haut-Bois, l'activité de l'entreprise continue de se développer. Le chiffre d'affaires n'a cessé d'augmenter en passant de 11 millions d'euros en 2011 à 13,6 millions d'euros en 2019. Pour 2021, il espère atteindre les 16 millions d'euros. Le nombre de salariés a également augmenté, passant de 30 en 2005 à 80 aujourd'hui. Ce développement est notamment permis grâce à l'engagement et l'implication de ses employés. Par ailleurs, la production des porcs bio dans l'entreprise est en forte progression. En 2019, on comptait plus de 200 000 têtes soit une augmentation de près de 30% par rapport à 2018.

## ORIGINALITÉ

L'originalité des Cochonnailles du Haut-Bois repose avant tout sur une organisation en filière. L'entreprise intervient sur la sélection des races, sur l'alimentation, sur la naissance jusqu'à l'engraissement des porcs, sur la transformation, sur le conditionnement ou encore sur la commercialisation. Cela permet d'avoir une vraie valeur de traçabilité et transparence auprès des consommateurs. De plus, elle se démarque par sa qualité de produits et par le service qu'elle propose à ses clients. Avec une viande de porc premium et bio, les Cochonnailles du Haut-Bois touchent de nombreuses boucheries et charcuteries haut de gamme. Elle assure également un service de logistique à hauteur de 60%.

## PARTENARIAT(S)

- L'entreprise travaille avec des éleveurs respectant les mêmes conditions d'élevage que sur le site de la Bazoche-Gouet.
- La commercialisation des produits se réalise en partie auprès de clients professionnels : des boucheries-charcuteries, des épiceries fines, des magasins de produits locaux, des cueillettes à la ferme, des restaurateurs ou encore des enseignes de la grande distribution.
- A travers la boutique « Aux Co'pains Gourmands », des produits de producteurs locaux sont également proposés aux consommateurs.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- La concurrence étrangère en viande porcine, notamment des Italiens et des Espagnols
- Une dépendance au marché mondial du porc et à ses prix
- Une commune rurale et mal desservie pour assurer la partie logistique
- La crise sanitaire de la Covid-19 a impacté l'entreprise : sur ses ventes auprès de certains clients tels que les restaurateurs, sur ses pertes engendrées par l'irrégularité de la consommation ou encore sur son personnel
- Un manque de ressources humaines limitant le développement de nouveaux projets

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Proposer une offre de produits diversifiée, de qualité et labellisée ainsi qu'un service adapté aux clients
- La création de la boutique « Aux Co'pains Gourmands » pour être moins dépendant aux fluctuations des prix du marché
- Se regrouper avec d'autres producteurs pour avoir des camions pleins et assurer la partie logistique
- Suite à la perte de certains clients pendant la crise sanitaire de la Covid-19, notamment des restaurateurs, les Cochonnailles du Haut-Bois a augmenté ses ventes auprès de la grande distribution

### Améliorations futures possibles :

- Avoir une meilleure maîtrise des ventes et des débouchés
- Continuer le développement de l'entreprise en diversifiant la gamme de produits, en augmentant l'offre ou encore en massifiant la logistique pour assurer la livraison aux clients

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La peste porcine africaine ou encore la crise sanitaire de la Covid-19, ont amené Laurent GUGLIELMI à réfléchir sur l'intérêt de ne pas avoir l'intégralité de ses activités sur son site de la Bazoche-Gouet. En cas de virus, cela permet d'éviter de mettre à l'arrêt l'activité de l'entreprise.

# La Cueillette VARET, une cueillette de fruits et légumes bio au cœur de la Beauce

Cueillette  
VARET

Après s'être spécialisé dans le maraîchage, Fabien VARET décide d'ouvrir en 2011 son exploitation au public. Situé au cœur de la Beauce à Louville-la-Chenard, il propose aux consommateurs de venir cueillir des fruits et légumes de saison dans ses champs. Attaché au développement de pratiques agricoles durables, il convertit son exploitation en agriculture biologique et obtient une certification en 2020.

## AUTEUR(S)

**VARET FABIEN**  
Gérant  
cueillettevaret@gmail.com  
Fiche rédigée par **Maëlle GILLET**

## PROGRAMME

Démarrage: 2011  
Lieu de réalisation: Louville-la-Chenard (28)

## ORGANISME(S)

**CUEILLETTE VARET**  
Louville-la-Chenard - 28150  
Route de Moutiers  
14 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/10/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Environnementaux** Préservation de la qualité / fertilité des sols

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Entreprises** Entreprise

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Ancien artisan, Fabien VARET s'installe en 2006 sur l'exploitation familiale à Louville-la-Chenard (Eure-et-Loir). Il reprend ainsi une ferme de 90 hectares, spécialisée dans la céréaliculture. Pour pérenniser son activité, il s'agrandit d'environ 30 hectares et développe une production de légumes de plein champ. Il produit alors jusqu'à 8 variétés, qu'il commercialise sur le marché de Rungis. À cette période, les cultures légumières étant peu développées sur le département, de nombreux consommateurs s'intéressent à ses productions. Fabien VARET se lance ainsi dans la vente directe et décide d'ouvrir au public 6 hectares de ses champs. Cependant, il rencontre de nombreuses difficultés financières et manque de temps pour gérer ses différentes productions. Il décide alors d'arrêter son activité de céréalier pour devenir maraîcher, et vend une partie de ses terres pour ne garder que 20 hectares. Il abandonne son circuit de commercialisation sur le marché de Rungis pour ne faire que du circuit court et ouvre la Cueillette VARET au printemps 2011.

## OBJECTIFS

- Répondre à la demande croissante des consommateurs pour une alimentation de proximité
- Proposer une gamme de produits diversifiée et de qualité
- Favoriser des pratiques agricoles durables
- Sécuriser le revenu de l'exploitation en commercialisant uniquement en circuit court
- Ouvrir une cueillette pour être en contact direct avec les clients

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Mise en place au printemps 2011, la cueillette VARET est ouverte au public deux jours dans la semaine de début juin à fin octobre : le mercredi de 14h à 18h30 et le samedi de 9h-12h45 à 13h45-19h. De novembre à mai, uniquement le samedi de 9h à 12h45 et de 13h45 à 18h. Elle propose une large gamme de fruits et légumes de saison, cultivés en plein champ et sous tunnel avec des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement. Si des productions sont en excédant, Fabien VARET fait de la transformation en soupe ou encore en confiture. Les consommateurs peuvent venir cueillir les produits sur l'exploitation où les retrouver directement au sein de la boutique. Dans cette dernière, on y retrouve également des références de producteurs locaux (fromages, viandes, *etc.*). L'approvisionnement de ces produits se réalise le samedi et la livraison est assurée par les producteurs.

La cueillette n'étant pas à proximité d'une grande ville, Fabien VARET a fait le choix de développer d'autres modes de commercialisation pour assurer le revenu de l'exploitation. Il travaille avec des structures parisiennes telles que « La ruche qui dit Oui ! » ou encore avec des professionnels de l'alimentation. Il a également ouvert une boutique dans le 5e arrondissement de Paris, en s'associant avec d'autres acteurs. Ces débouchés se font essentiellement sur Paris au vu de la proximité géographique avec la région parisienne. Les livraisons sont assurées par un livreur. Cependant, il participe à l'approvisionnement de la plateforme logistique « Sur le Champs ! » et commercialise donc aussi en Eure-et-Loir.

La cueillette VARET est notamment marquée par deux actions majeures : la mise en place en 2019 d'un verger et la certification bio obtenue en 2020. Le verger a pour objectif de diversifier l'offre et de répondre à une demande des clients. Des arbres sont encore à planter mais Fabien VARET produit des pommes, des poires, des prunes, des cerises, des figues ou encore des noisettes. La certification en agriculture biologique a été mise en place pour répondre à la demande de sa clientèle parisienne.

Afin de faire découvrir l'exploitation et le métier, la cueillette accueille sur rendez-vous des groupes d'enfants scolarisés sur la communauté de communes Cœur de Beauce et sur l'agglomération chartraine. Elle accueille également du public dans le cadre de visites de fermes, organisées avec la maison du tourisme Cœur de Beauce.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Depuis l'ouverture de la cueillette VARET, une clientèle fidèle s'est constituée. En moyenne, ce sont entre 150 et 200 personnes qui passent chaque semaine. Les plus éloignées viennent de la Vallée de Chevreuse, dans le département des Yvelines. Au début de la crise sanitaire de la Covid-19, la fréquentation a fortement augmenté et pouvait atteindre jusqu'à 300 clients le samedi. Pour satisfaire cette demande, Fabien VARET a réalisé beaucoup d'achat-revente en travaillant avec des acteurs locaux. Il s'est également approvisionné auprès d'Hall in Bio, une marketplace qui s'est montée à Châteaudun et qui met en relation des producteurs de fruits et légumes bio. Cela lui a notamment permis de garder quelques nouveaux clients.

Étant présent à chaque ouverture de la cueillette, Fabien VARET à l'occasion d'échanger avec ses clients. Ces derniers apprécient notamment la qualité et la diversité de l'offre. Ce sont plus de 120 références de produits qui sont proposées et il travaille avec une vingtaine de producteurs locaux. Il s'adapte à la demande des clients tout en essayant de proposer des nouveautés.

En commercialisant ses productions sur différents circuits, Fabien VARET contribue à la création d'emplois. En moyenne, il emploie 14 personnes à l'année dont des saisonniers.

## ORIGINALITÉ

La cueillette VARET propose aujourd'hui une large gamme de produits avec 20 hectares de cultures maraîchères et fruitières. Elle se démarque des autres cueillettes du département par sa certification en agriculture biologique et son implantation au cœur de la Beauce.

## PARTENARIAT(S)

- Des producteurs locaux pour proposer une offre diversifiée et de qualité
- Hall in Bio, une marketplace réservée aux producteurs de fruits et légumes bio français, pour répondre à la demande des consommateurs pendant la crise sanitaire de la Covid-19
- Les Jardins d'Imbermais, une cueillette située en Eure-et-Loir, pour des échanges de bonnes pratiques
- Terres d'Eure-et-Loir, la marque territoriale de la Chambre d'Agriculture, pour donner une plus grande visibilité à son activité
- La plateforme logistique de produits locaux « Sur le Champ ! » pour participer à son approvisionnement
- Des professionnels de l'alimentation situés à Paris pour commercialiser sous différents circuits

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Des difficultés financières rencontrées qui ont amené à un redressement judiciaire et qui limitent la possibilité de développer de nouveaux projets
- Manque de temps pour gérer la partie administrative

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Le choix d'une commercialisation en circuit court et l'ouverture d'une cueillette pour sécuriser le revenu de l'exploitation
- Être accompagné dans la recherche de subventions et dans le montage de dossiers pour mettre en place de nouveaux projets

### Améliorations futures possibles :

- Investir dans un deuxième camion de livraison pour développer une clientèle plus locale
- Améliorer les abords de la cueillette afin de la rendre plus attractive
- Se doter d'outil de gestion des stocks et commandes pour gagner en efficacité
- Acquérir des outils qui diminuent la pénibilité
- Mettre en place un système de drive, en se regroupant avec d'autres producteurs, pour toucher une autre clientèle

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- Ouvrir une cueillette à proximité d'une ville d'environ 30 000 habitants
- Associer fruits et légumes au sein d'une cueillette pour proposer une offre diversifiée et toucher davantage de personnes

# L'EARL Blanchet, une autonomie recherchée de l'alimentation bovine à l'assiette des clients.



Depuis 2016, Monsieur Blanchet, éleveur de Charolaise a fait le choix de vendre ses produits localement en circuit court directement à la ferme, il se diversifie en proposant différentes recettes en conserves qu'il vend dans sa boutique à la ferme. L'éleveur maîtrise toute sa filière : de l'alimentation du troupeau à l'assiette de ses clients.

## AUTEUR(S)

### BLANCHET LUDOVIC

Eleveur

blanchet193@orange.fr

Fiche rédigée par **Tiphaine Cabaret**

## PROGRAMME

Démarrage: 2016

Lieu de réalisation:  
Coltainville

## ORGANISME(S)

### EARL BLANCHET

Coltainville - 28300

13 Rue Jean Moulin  
3 Salariés



CHARTRES  
MÉTROPOLE

## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

15/07/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Développement local** Création de dynamiques économiques

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Exploitation agricole** Exploitation agricole

Bénéficiaires

Population rurale

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Création de circuits de proximité (géographique)

## ORIGINE ET CONTEXTE

Éleveur depuis plusieurs générations de vaches Charolaises, Ludovic Blanchet est à la tête d'un cheptel de 400 bovins sur une exploitation de 120 hectares et il a fait le choix de vendre en circuit court pour maîtriser les coûts et la vente de ces bêtes. Auparavant, la viande était vendue en grandes surfaces mais les magasins prenaient beaucoup de marge et ne vendaient pas beaucoup. En 2016, il décide alors de s'occuper de la commercialisation de ses produits en les vendant directement à la ferme. La viande est découpée dans un atelier de découpe à Rambouillet (78) et retourne chez lui pour être vendue. Différentes recettes sont élaborées pour valoriser toute la viande et proposer des plats préparés sous forme de conserve (transformé à la conserverie de la Ferté-Bernard dans la Sarthe). Aujourd'hui Ludovic Blanchet maîtrise sa chaîne de production.

## OBJECTIFS

- Vendre localement
- Maîtriser toute la chaîne de production
- Valoriser toute sa production
- Proposer une gamme variée de produits

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Ouverture d'une boutique Terres d'Eure et Loir à la ferme en 2021 (ouverte tous les samedis de 10h à 14h et le vendredi et le samedi une semaine sur deux)
- Organise un marché fermier sur son exploitation-Réduction du chargement de vache à l'hectare pour réduire la pression (prairies sur des aires d'alimentation de captage dans la Vallée de l'Eure)
- Deux vaches sont abattues tous les 15 jours
- Travail avec l'atelier de découpe de Rambouillet-Vente de colis de viande et gamme variée (rôtis, steaks, tournedos, côtes de bœuf, pièces à braiser, saucisses, merguez), la viande part chez un charcutier qui la transforme pour faire des saucissons et rillettes, viande séchée.
- Préparation de plats cuisinés avec des ingrédients locaux (exemple du mijoté de bœuf à la bière l'Eurélienne). Les recettes sont préparées à la conserverie de la Ferté Bernard dans la Sarthe.
- Animaux nourris avec l'alimentation produite sur la ferme (céréales, lupin et pâture, orge)-Vente de la viande dans les collèges via la plateforme AgriLocal
- Livraison de ses produits dans différentes boutiques Terres d'Eure et Loir (la cueillette de Ouerray, Les potagers de Diane, etc.)
- Participation aux marchés de producteurs

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- La diversification et le choix de vendre en direct et en circuit court lui a permis de créer un emploi.
- La participation à des marchés locaux lui a permis de se faire connaître des locaux et de gagner des clients.
- La crise sanitaire a eu un impact positif puisque de nouveaux clients sont venus acheter de la viande à la ferme et il a gardé un quart d'entre eux en tant que clients réguliers-Demande croissante de produits carnés de qualité.

## ORIGINALITÉ

Peu d'éleveurs sont présents sur le territoire et l'EARL Blanchet propose ses produits en vente directe et en circuit court tout en maîtrisant la chaîne de transformation de la viande et valorisant ainsi tous les morceaux en proposant une gamme variée de produits bouchers, charcutier et des conserves de plats préparés.

## PARTENARIAT(S)

Partenariat : Terres d'Eure et Loir, autres producteurs locaux avec une boutique Terres d'Eure et Loir, Conserverie de La Ferté Bernard, atelier de découpe de Rambouillet, AgriLocal.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

Trouver un salarié et notamment un mi-temps pour tenir la boutique

**Améliorations futures possibles :**

Travailler avec les restaurants (déjà en contacts avec deux restaurants sur Chartres)

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Maîtriser sa production (alimentation des animaux, recherche d'autonomie)
- Se diversifier pour mieux valoriser sa production-Investissement en temps (trouver des partenaires, organiser un marché à la ferme)
- Travailler localement en vente directe si possible

# L'Epi de Luisant : une épicerie participative comme alternative aux supermarchés



L'Epi de Luisant est une épicerie qui appartient à ses adhérents en recherche d'un nouveau mode de consommation. Cette association correspond à un mouvement participatif et solidaire dans lequel l'humain est au centre. Créée en 2018, cette association permet à ses adhérents de grouper leurs achats d'aliments produits éthiquement et créant du lien social entre adhérents et producteurs.

## AUTEUR(S)

### FROUGNEUX NANCY

Présidente

lepideluisant@gmail.com

Fiche rédigée par **Tiphaine Cabaret**

## PROGRAMME

Démarrage: 2018

Lieu de réalisation: Luisant

## ORGANISME(S)

### L'EPI DE LUISANT

Luisant - 28600

Rue de la Vallée de l'Eure  
/ 38 Bénévoles



CHARTRES  
MÉTROPOLE

## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

15/07/2021

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Distributeur

Type d'objectif

**Sociaux** Création et renforcement du lien social

**Environnementaux** Dépollution des modes de production agricole (introduction d'alternatives aux intrants chimiques, pesticides, fongicides...)

**Développement local** Synergie entre les acteurs du territoire

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Association, collectif, ONG** Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

Nancy Frougneux travaille à l'Institut Médico-Educatif (IME) de Luisant et souhaitait renforcer le lien social entre jeunes de l'institut et personnes adultes en favorisant leur rencontre et en les amenant à dépasser leur handicap. En s'inspirant de l'Epi de Châteaufort dans les Yvelines, première Epicerie Participative Intégrale(EPI), Nancy propose de créer l'Epi de Luisant. Une épicerie participative intégrale est un collectif où les adhérents gèrent leur épicerie à l'aide d'une plateforme informatique qui sert de boutique et de gestion pour les membres des épiceries. Ce type d'épicerie est coopératif, c'est un espace de partage des valeurs communes : équilibre alimentaire, agriculture raisonnée, le partage de connaissance avec les producteurs sur leurs produits et une envie de fuir les grandes surfaces. Les adhérents choisissent ensemble avec quels producteurs ils souhaitent travailler. Cette épicerie propose des produits locaux, de qualité, vendus sans marge ajoutée. Celle-ci voit le jour en 2018 et se situe dans un local mis à disposition par le locataire du Carillon (centre équestre de Luisant). L'adhésion est de 20€ par foyer et par an. Chaque Epi dispose du même outil logistique mais choisit son fonctionnement et ses critères pour choisir les produits qu'elle désire vendre.

## OBJECTIFS

- Créer du lien social entre les adhérents et les producteurs
- Travailler en circuit court avec des produits en agriculture biologique ou en agriculture raisonnée avec une éthique de production
- Créer une alternative au supermarché

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Les adhérents déposent une somme d'argent sur leur compte sur la plateforme pour pouvoir acheter les produits de l'épicerie, il n'y a pas de rapport à l'argent. Chacun peut ensuite aller récupérer ses produits à l'épicerie
- Les adhérents peuvent proposer des produits qu'ils souhaiteraient acheter à l'épicerie et ils choisissent ensemble quels sont les produits qu'ils vont vendre dans l'épicerie.
- L'épicerie est participative, chaque adhérent doit travailler 2h par mois pour le fonctionnement de l'Epi (gestion des stock via la plateforme, contacter les producteurs, achat de produits, réception des commandes, alimenter le site internet, etc.)
- Chaque adhérent est le contact référent auprès d'un producteur pour que ce soit plus simple
- L'adhésion permet de faire quelques stocks-Installation du potager en permaculture dans les jardins familiaux de Luisant (location du potager)
- Organisation d'ateliers selon les envies des adhérents (DIY : faire sa lessive maison, recettes, compostage, par exemple)

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

L'Epi rassemble désormais 38 adhérents-bénévoles et travaille avec 18 producteurs (choisis par les adhérents). Chaque adhérent peut proposer un producteur correspondant à ce qu'il souhaite avoir à l'épicerie (un apiculteur, une chèvrerie, produits d'hygiène, etc.). Les adhérents échangent entre eux via Whatsapp, ils sont tous acteurs au sein de l'Epi (chacun aide à la gestion de l'épicerie quelques heures par mois). L'adhésion permet d'avoir les premiers stocks de produits.

## ORIGINALITÉ

L'Epi de Luisant est une épicerie participative où chaque adhérent est bénévole et donne de son temps pour faire fonctionner l'EPI. Les critères retenus pour les produits sont : la proximité et la qualité. Chacun s'y retrouve puisque les produits sont vendus sans marge et en circuit court.

## PARTENARIAT(S)

Ville de Luisant : mise à disposition d'une salle de la mairie quelques heures par mois pour des réunions ou ateliers.

Partenariat avec les producteurs : Soli-Bio, l'Eurélienne, Belsia, la Fraiserie de Sours, les Joviettes, Ferme de Tachainville,...

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

Au départ, l'épicerie ne disposait pas de local donc il fallait définir un point de ralliement pour distribuer les produits.

L'Epi de Luisant n'est pas visible et il y a très peu de communication (pas de panneau visible depuis la route, ni au sein du centre équestre).

#### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

L'installation de l'épicerie dans un local mis à disposition par le locataire du Carillon en 2019.

La mairie de Luisant a convié L'Epi de Luisant en 2019 pour que l'association puisse se présenter lors de la soirée de remise des jardins fleuris et cela a entraîné une hausse des adhésions.

#### **Améliorations futures possibles :**

Mettre un panneau pour donner de la visibilité à l'Epi à l'entrée du Centre Équestre Le Carillon car le local est encore peu visible de l'extérieur.

Augmenter le nombre d'adhérent pour avoir plus de stock et plus de diversité de produits

#### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Investissement en temps, Rencontrer les producteurs, échanger avec eux, garder le lien social
- Développer lien social entre les adhérents
- Avoir un partenariat pour trouver un local
- Avoir un outil logistique est une grande aide (gestion des stocks, achat en ligne via le site internet)

# La Ferme du Verger, le choix de la vente directe par la cueillette ou la boutique à la ferme



La Ferme du Verger est une exploitation familiale qui s'est diversifiée en produisant des fruits et légumes puis en implantant une boutique dès 1988 où ils vendent leur production ainsi que d'autres produits du terroir. La famille Lemaire a fait le choix de mettre l'exploitation en libre cueillette, les clients peuvent donc aller récolter les légumes directement dans les champs ou les retrouver dans la boutique.

## AUTEUR(S)

### LEMAIRE ARNAUD

Gérant (partie céréales et maraîchage)

fermeduverger@free.fr

Fiche rédigée par **Tiphaine Cabaret**

## PROGRAMME

Démarrage: 1990

Lieu de réalisation: Amilly

## ORGANISME(S)

### LA FERME DU VERGER

Amilly - 28300

13 Rue des Cinq Croix

20 Salariés



CHARTRES  
MÉTROPOLE

## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

26/07/2021

Domaine

Alimentation

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Exploitation agricole** Exploitation agricole

Bénéficiaires

Population rurale

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Le père d'Arnaud, Benoît Lemaire, reprend la ferme familiale de 110 hectares de céréales et de quelques vergers de pommes. Deux ans plus tard, il décide de vendre en direct ces pommes pour valoriser la production et plante

de nouvelles variétés. Quelques années après, le verger se développe avec des poiriers et une boutique est installée. L'exploitation se diversifie en 1995 avec 1 ha de cultures maraîchères et des pommes de terre que les clients peuvent cueillir directement dans les champs ou acheter en boutique. L'exploitation est certifiée agriculture raisonnée.

## OBJECTIFS

- Proposer une large gamme de produits-Mieux valoriser les produits
- Vendre en direct aux consommateurs par la cueillette et la boutique

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Production maraîchère sur une dizaine d'hectares et 1ha sous serre (gestion automatique des ouvertures des serres)
- Verger sur 6 ha (5 ha de pommiers, 1 ha de poiriers, quelques pruniers et cerisiers)
- Production de céréales et de pommes de terre. Les pommes de terre sont mises en palox et partent chez un grossiste et une petite partie est mise en filet de 5 ou 10 kg pour la boutique.
- Vente de pommes de terres et pommes au marché de gros car le matériel est adapté avec des frigos et une ligne de conditionnement. Une partie des pommes sont vendues toute l'année en grande surface.
- Production pour la cueillette et la boutique, s'il y a des surplus alors ils sont vendus en grande surface.
- Une partie de la production est vendue par la plateforme Sur le champ, c'est la ferme du Verger qui livre la plateforme de façon régulière en fonction de la demande mais la plupart du temps pour des petites quantités
- La boutique propose des produits locaux : viande (28 et 27), produits laitiers (35-27-28), œufs (28), farine (78), pâte feuilletée, brisée, etc. (18) et nombreuses marques locales (Belsia, Eurélienne, etc.)
- Achat d'autres légumes et produits à Rungis pour proposer une large gamme de produits et compléter la production de la cueillette

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

La Ferme du Verger emploie 20 salariés : 10 s'occupent de l'exploitation et 10 sont dédiés à la boutique. Chaque année, ce sont près de 200 tonnes de pommes qui sont ramassées et pas moins de 1 500 tonnes de pommes de terre produites.

## ORIGINALITÉ

Diversification progressive et boutique à la ferme depuis plus de 30 ans disposant d'une large gamme de produits.

Grandes variétés de fruits et légumes, fonctionnement en cueillette.

## PARTENARIAT(S)

Plateforme Sur le Champ et producteurs locaux qui livrent la boutique

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Trouver du personnel compétent en maraîchage et horticulture (manque des formations horticoles)
- Garder les salariés dans le temps-Être entouré par des personnes compétentes (chaque production aurait besoin de son technicien car chaque culture est différente avec ses propres spécificités, hors peu de techniciens en Eure et Loir sont formés et ont de l'expérience dans le domaine de l'horticulture et maraîchage).
- Rentabilité économique globale fragile car chaque année il y a toujours certaines productions qui subissent des aléas climatiques ou ravageurs et donc l'équilibre financier est fragile.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Apporter un confort dans le travail des salariés (outils de transports électriques par exemple)

### Améliorations futures possibles :

- Proposer du poisson dans la boutique

- Acquérir des nouvelles sondes pour visualiser l'humidité du sol (sondes déjà présentes dans les tunnels)

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Multiple casquette : Céréalière, maraîcher, horticulteur, commerçant
- Diversification de la production
- Vente sous forme de cueillette
- Proximité avec Chartres

# La ferme de la Mosellerie, un élevage porcin polyvalent de la production à la commercialisation.



La ferme de la Mosellerie a été créée par les grands-parents de Damien Pruvot et l'atelier de naisseur-engraisseur de porcs voit le jour en 1975 à l'initiative de ses parents. Damien décide par la suite de poursuivre et de développer la polyvalence de la ferme et son autonomie (naissance, découpe et transformation jusqu'à la vente directe) à partir de 2014 à l'initiative de sa femme Kelly.

## AUTEUR(S)

**PRUVOT KELLY**  
Salariée  
pruvot.kelly@gmail.com  
Fiche rédigée par **Sophie Levasseur**

## PROGRAMME

Démarrage: février 2014  
Lieu de réalisation: Loché sur Indrois

## ORGANISME(S)

**EARL DE LA MOSELLERIE**  
Loché-sur-Indrois - 37460  
La Mosellerie  
8 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

04/11/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Culturels** Valorisation du patrimoine technique (savoir-faire)

**Pédagogiques** Sensibilisation des consommateurs

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Création de dynamiques économiques

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre et Loire

Type de structure

**Exploitation agricole** Exploitation agricole

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Damien Pruvot s'installe sur la ferme familiale en élevage de porcs en 1999. Kelly Pruvot (la femme de Damien), a fait le tour de son métier (communication et immobilier), et s'installe sur la ferme en 2014, avec un projet bien défini : faire de la vente directe.

En effet, l'opportunité s'est présentée avec l'association des producteurs du magasin la Charrette à Chambray lès Tours et Truyes : un des producteurs associés arrête son activité de transformation, et la Mosellerie a pu réengager le personnel, qui était déjà formé sur la transformation et pour la confection des recettes (saucisses...). De plus, ils leur ont cédé leur part de marchés à la Charrette, ce qui a assuré dès le début une part de leur chiffre d'affaires. Kelly a démarré en février 2014 avec la Charrette, puis en novembre avec un autre magasin de producteurs : Saveurs Lochoises, à Loches.

## OBJECTIFS

- Valoriser le travail de l'élevage
- Aller jusqu'à la transformation du produit
- Équilibrer le chiffres d'affaires car le prix du porc est encore trop soumis au marché au cadran
- Conforter l'installation de Kelly en apportant de la valeur ajoutée sur la ferme

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

L'EARL la Mosellerie a la particularité de contrôler toute la chaîne de production : de la naissance jusqu'à la transformation des produits et la vente aux consommateurs. De plus, la surface céréalière de 260 ha (sur deux sites) apporte une grande autonomie pour l'alimentation porcine.

Aujourd'hui, l'EARL compte un actif (Damien) et 8 salariés (4 pour la partie élevage et 4 pour la partie transformation, dont Kelly).

Dès 2016, la vente directe a vu les volumes augmenter rapidement. Le labo de transformation avait été pensé au démarrage pour cette augmentation de volume d'activité : la chape de béton du labo était déjà prête à accueillir d'autres bâtiments. De plus, en 2020, il y a eu un investissement pour une nouvelle chambre froide, et il y a régulièrement des investissements pour du matériel de boucherie-charcuterie (autoclave...).

Les débouchés sont de deux ordres : la plupart des porcs partent à la Coopérative Coopel, et 15 porcs par semaine sont transformés pour la vente directe. : deux magasins de producteurs (La Charrette à Chambray et Truyes et Saveurs Lochoises à Loches).

Kelly a également commencé à développer la vente auprès de certains restaurateurs et au lycée de Loches. Cependant, la vente auprès du lycée est très fluctuante : le lycée demande une certaine réactivité dans la livraison (une semaine à l'avance), des quantités importantes de certains morceaux (au contraire du bovin, Kelly valorise tous les morceaux du cochon). Les besoins du lycée sont difficilement compatibles avec ceux des producteurs, dans la livraison, dans l'abattage des animaux...Même s'il y a une volonté d'aller vers ce type de débouchés, la fluctuation de la demande est encore un des freins.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- 15 porcs abattus en moyenne par semaine
- Une grande gamme de produits (une trentaine pour la charcuterie, une vingtaine pour la viande fraîche)
- 4 salariés confortés pour l'atelier de transformation et vente directe
- Un nouveau magasin de producteurs devrait voir le jour à Amboise

## ORIGINALITÉ

« La vente directe, c'est avant tout, un projet humain, avec les autres agriculteurs et les consommateurs, ce n'est pas qu'un projet économique. »

## PARTENARIAT(S)

- Producteurs des Saveurs Lochoises
- Producteurs de la Charrette
- Lycée de Loches
- Restaurateurs

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Accompagnements sanitaires, où trouver les informations ?
- Manque de stabilité des salariés (renouvellement fréquent)
- Changement de métier : comment vendre ? Comment transformer ?
- Difficultés pour la restauration collective
- Abattoir de Valençay va rapidement arriver à saturation du nombre d'animaux abattues
- Le vendredi, le labo ne transforme pas : volonté de mutualiser cet outil avec d'autres producteurs mais pas d'agrément CE

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- 1 personne référente pour l'atelier de transformation
- Accompagnement technique par la Chambre puis le GDS (Groupement de Défense Sanitaire)
- Se former à la gestion des salariés
- Demander l'agrément CE (lourdeur administrative)

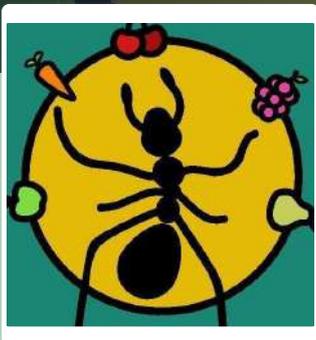
### Améliorations futures possibles :

- Réfléchir à de nouveaux produits, car les consommateurs souhaitent de l'innovation
- Ouvrir un nouveau magasin de producteur à Amboise

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- Visiter d'autres structures avec transformation et vente directe
- Se former (à Auriac, très bon centre de formation)
- Bonne entente dans le collectif de producteurs, avait déjà expérimenté sur d'autres magasins de producteurs

# "Les Fourmis Vierzonnaises", une épicerie coopérative pour l'alimentation locale.



*Les Fourmis vierzonnaises est une association loi 1901 née en octobre 2018 à Vierzon et porte une épicerie coopérative vendant des produits locaux à ses adhérents. Cette initiative se démarque par la nature et fonctionnement de l'organisme, unique sur le territoire du PETR Centre-Cher*

## AUTEUR(S)

**PORTEBOIS VALÉRIE**  
valerie.portebois@gmail.com  
Fiche rédigée par **PETR**  
**Centre-Cher**

## PROGRAMME

Démarrage: octobre 2018  
Lieu de réalisation: Vierzon (18)  
Origine et spécificités du financement : cotisations des adhérents + achats des adhérents

## ORGANISME(S)

**LES FOURMIS VIERZONNAISES**  
Vierzon - 18100  
11 Rue de la Gaucherie  
/ 68 Adhérents



## COMITÉ DE LECTURE

### Date de lecture de la fiche

28/09/2021

### Domaine

Alimentation

Emploi et insertion

Lien social, intergénérationnel

### Envergure du programme

Locale

### Type d'acteur

Distributeur

### Type d'objectif

**Sociaux** Création et renforcement du lien social

**Sociaux** Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

**Pédagogiques** Sensibilisation des consommateurs

### Localisation

France

Centre-Val de Loire

Cher

### Type de structure

**Association, collectif, ONG** Association, collectif, ONG

### Bénéficiaires

Population urbaine

Population rurale

Agriculteurs

### Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

“Les Fourmis Vierzonnaises” est une épicerie coopérative située à Vierzon et créée sous forme d’association loi 1901 en octobre 2018. Elle est née suite au visionnage, par ses fondateurs, d’un film portant sur l’épicerie coopérative de la Louve à Brooklyn, New York, dont le fonctionnement les avait interpellés. Satisfaits de cette initiative, ils ont ensuite voulu la reproduire dans leur ville, à Vierzon. En creusant le sujet, ils se sont également inspirés de la coopérative alimentaire Diony Coop située à Saint-Denis (93).

## OBJECTIFS

Cette épicerie coopérative a pour objectif de vendre à ses adhérents des produits locaux, pour la plupart issus de l’agriculture biologique et à des prix modérés. Elle compte aujourd’hui 68 adhérents, un adhérent correspondant à un foyer et étant dénommé « fourmi ». Chaque adhérent participe au fonctionnement de la boutique en effectuant la mise en rayon, en contactant les producteurs, en tenant la boutique aux heures de permanences, etc.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Afin de se structurer et de fonctionner correctement, l’association des “Fourmis Vierzonnaises” a constitué 5 groupes de travail : adhérents, communication, informatique, achats, gestion. Les clients sont uniquement les adhérents, qui adhèrent à l’épicerie coopérative au tarif de 5€ par an. L’association fonctionne comme un groupement d’achat en achetant des produits auprès de producteurs majoritairement locaux. “Les Fourmis Vierzonnaises” sont installées dans un tiers-lieu mis à disposition gratuitement par la ville de Vierzon et sont ouvertes sur certains créneaux le mercredi, le vendredi et le samedi.

Elle compte aujourd’hui 68 adhérents, un adhérent correspondant à un foyer et étant dénommé « fourmi ». Chaque adhérent participe au fonctionnement de la boutique en effectuant la mise en rayon, en contactant les producteurs, en tenant la boutique aux heures de permanences, etc. Le fonctionnement coopératif de l’association exclut l’autoritarisme et préfère le consensus au vote. Ainsi, l’initiative individuelle ne subit aucune censure afin de ne pas décourager certains adhérents.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

En 2020, l’association a acheté 11208€ de marchandises à une vingtaine de producteurs principalement locaux mais également des producteurs venant de la France entière afin de diversifier son offre. Parmi les adhérents, qui habitent à Vierzon et dans les communes alentours, toutes les générations sont représentées. Ils ont augmenté au fur et à mesure du temps (26 début 2020, 56 début 2021, 68 actuellement).

Par ses actions, l’épicerie coopérative a plusieurs impacts. D’une part, au niveau social, il s’agit d’une association d’éducation populaire installée dans un tiers-lieu, ce qui favorise la mixité sociale, et elle fait notamment travailler des personnes handicapées ou en insertion sociale (C2S Service, ALTEA). Elle contribue ainsi au maintien de l’emploi et de la production locale. D’autre part, au niveau environnemental, l’association cherche à limiter les transports et les dépenses énergétiques en choisissant des producteurs répondant à certaines pratiques vertueuses.

## ORIGINALITÉ

Cette initiative est unique sur le territoire du PETR Centre-Cher (à ma connaissance). Par son mode de distribution, réservé exclusivement aux adhérents, les consommateurs sont très délimités. Ceux-ci sont par conséquent plus que de simples consommateurs puisqu’ils doivent participer collectivement au fonctionnement de l’épicerie. De plus, en étant implantée en centre-ville, l’épicerie coopérative contribue à la redynamisation du centre-ville de Vierzon.

## PARTENARIAT(S)

“Les Fourmis Vierzonnaises” s’approvisionnent auprès de producteurs locaux : le magasin de cosmétiques CODINA à Vierzon ; les Champignonnières de Sologne Vierzon pour les champignons ; l’écopôle alimentaire de la Chaponnière à Saint-Hilaire-de-Court ; la maraîchère bio Sophie Vivien à Lury-sur-Arnon ; Altea à Vierzon ou encore via le site « cagette.net ». De plus, elles s’approvisionnent auprès de plateformes nationales : le grossiste AZADE (plateforme de distribution de produits biologiques à destination des professionnels) ou encore « Artisans du monde » (Réseau de distribution associatif et militant). L’association entretient également des liens avec la ville de Vierzon qui met à disposition leur local et auprès de laquelle elle effectue des demandes

de subvention. Elle vient également de candidater dans le cadre du dispositif « Alimentation locale et solidaire » du plan de relance.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### **Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

"Les Fourmis Vierzonnaises" soulèvent une difficulté à laquelle elles vont bientôt être confrontées : des travaux d'extension et d'amélioration vont être menés. Or, la période des travaux va s'étaler sur 10 mois, ce qui nécessitera une adaptation importante dans le fonctionnement logistique de l'association.

### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Ce mode de fonctionnement de l'association est intrinsèque à sa qualité de mouvement d'éducation populaire, expérimentant des modes de fonctionnement basés sur l'écoute et la valorisation de chaque individu. Cela nécessite des qualités d'animation et de monter en compétence sur des méthodes d'intelligence collective. Cela demande en outre, au quotidien, un brin de patience et d'abnégation.

### **Améliorations futures possibles :**

"Les Fourmis Vierzonnaises" envisagent de concrétiser plusieurs projets dans un futur proche. Outre l'aménagement de leur nouvelle boutique, elles souhaitent renforcer son réseau de producteurs et diversifier les produits, mais encore chercher à attirer et fédérer des adhérents de tous âges et catégories sociales, et accroître sa visibilité pour mieux se faire connaître.

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

L'association estime que sa réussite est due à la bonne entente entre les adhérents et à leur complémentarité dans le fonctionnement de l'épicerie coopérative.

## POUR EN SAVOIR PLUS

<https://www.biptv.tv/emission.52597.4053.une-epicerie-cooperative-a-vierzon.html>

# Les Jardins de Seresville, une cueillette labellisée "écoresponsable" pour la vente en circuit court et l'accueil de scolaires.



Sébastien Bequignon a repris la cueillette de Seresville en 2019 et a continué de la faire vivre en agrandissant la boutique, en proposant de très nombreuses variétés de fruits et de légumes et en accueillant les écoles. Les Jardins de Seresville font partie du groupement de cueillettes Chapeau de Paille pratiquant une agriculture écoresponsable et soucieuses de partager leurs expériences.

## AUTEUR(S)

### BEQUIGNON SÉBASTIEN

Directeur

[jardins.seresville@gmail.com](mailto:jardins.seresville@gmail.com)

Fiche rédigée par **Tiphaine Cabaret**

## PROGRAMME

Démarrage: 2019

Lieu de réalisation:  
Mainvilliers

## ORGANISME(S)

### LES JARDINS DE SERESVILLE

Mainvilliers - 28300

Le Moulin Blanchet

10 Salariés

## COMITÉ DE LECTURE

### Date de lecture de la fiche

26/07/2021

### Domaine

Agriculture

Alimentation

Environnement

Education et formation

### Envergure du programme

Locale

### Type d'acteur

Producteur

### Type d'objectif

**Environnementaux** Maintien et amélioration de la biodiversité

**Pédagogiques** Communication auprès des enfants

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

### Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

### Type de structure

**Exploitation agricole** Exploitation agricole

### Bénéficiaires

Population urbaine

Population rurale

### Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

François Delaperrière a créé les Jardins de Seresville en 1984 et fut l'un des premiers à ouvrir une cueillette mais en 2018 la cueillette a fermé pour liquidation judiciaire. Sébastien Bequignon, agriculteur dans le secteur de Châteaudun, avait envie de reprendre l'affaire et en 2019 il reprend la Cueillette de Seresville.

## OBJECTIFS

Proposer une variété de produits de qualité en direct -Retrouver le vrai goût des aliments au prix juste

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Production de fruits, légumes et fleurs sur 20 ha-Fonctionnement en cueillette-Ouverture d'une boutique en 2019-Transformation : confiture, jus de pommes, compote et velouté
- Vente sur les marchés fermiers (tous les 15 jours à Houx)
- Accueil des écoles et centres aérés de fin mai à octobre-Pratique agricole écoresponsable : binage, paillage, variétés rustiques (plus résistantes), installer des plantes hôte des auxiliaires de culture, etc.
- Livraison des produits à quelques restaurants à Chartres

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Création d'emplois pour cultiver les produits et surveiller la cueillette pour guider les familles et également accueillir les groupes scolaires.

## ORIGINALITÉ

Les Jardins de Seresville est la seule cueillette Chapeau de Paille d'Eure et Loir et seulement une autre cueillette est présente dans la région Centre-Val de Loire. A l'échelle de Chartres métropole, c'est la seule qui propose l'accueil des écoles et des centres aérés afin d'expliquer la production maraîchère et le mode de production.

## PARTENARIAT(S)

Les Jardins de Seresville font partie du groupement Chapeau de Paille permet d'avoir une référence, un retour d'expérience, des conseils.

Partenaires : Ferme de la Bouverie, Terres d'Eure et Loir

Partenaire financier : Commune de Mainvilliers

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Reprise de la cueillette après une liquidation, il faut retrouver la clientèle

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Communication lors de l'ouverture de la cueillette en 2019.

### Améliorations futures possibles :

Vente de légumes dans les cantines scolaires

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- Intégrer le groupement Chapeau de Paille
- Fonctionner en cueillette-Production responsable

# Le coin des producteurs 36, une boutique de produits locaux pour valoriser le Berry et son terroir.



Alors en pleine période confinement, Virginie Ebrard décide de créer une boutique de produits locaux pour valoriser les productions du Berry et les rendre accessibles aux habitants. En avril 2020, Le coin des producteurs est ouvert et propose aujourd'hui près de 250 références issues de 37 producteurs différents situés à un maximum de 100km aux alentours.

## AUTEUR(S)

### EBRARD VIRGINIE

Gérante

virginie.ebrard@lecoindesproducteurs36.fr

Fiche rédigée par **Audrey Teoh**

## PROGRAMME

Démarrage: 2020

Lieu de réalisation: Villedieu-sur-Indre

Budget: 120000

Origine et spécificités du financement : Vente de production locale en circuits courts, apport personnel, prêt bancaire, prêt de la chambre de commerce, aide BGE

## ORGANISME(S)

### LE COIN DES PRODUCTEURS 36

Villedieu-sur-Indre - 36320

25 Rue du Général de Gaulle

1 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/07/2021

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Distributeur

Type d'objectif

**Culturels** Valorisation du patrimoine alimentaire

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Développement local** Création de dynamiques économiques

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre

Type de structure

**Entreprises** Petit commerce

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Sensible à la provenance de ses aliments, Virginie Ebrard avait l'habitude de se rendre chez les producteurs pour y acheter ses produits. Lors du premier confinement, ses proches et connaissances ont commencé à lui passer commande. Elle commence alors à nourrir l'idée d'un point central pour retrouver tous ces produits et suffisamment accessible pour diminuer les frais d'essence des habitants. Fort de sa reconversion liée à son statut de "travailleur handicapé", et ne pouvant plus exercer de métier de façon "classique", Virginie se forme à la gestion de projets commerciaux et décide d'intégrer la promotion de créateurs d'entreprises de la Chambre de commerce. Elle y réalise une étude de marché pour son projet qui semble répondre à un besoin avéré de créer des passerelles entre producteurs locaux et consommateurs d'autant plus sur cette petite commune rurale qui ne possède pas de telle structure.

## OBJECTIFS

L'objectif du Coin des producteurs est de valoriser les productions locales en rendant accessible des produits de qualité aux habitants.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Parmi les produits proposés : fruits et légumes, viandes, crèmerie, fromage, savons et cosmétique du Berry, huiles, pâtes, lentilles, confitures, chocolat, bière, cola, liqueur, produits de la ruche (miel, propolis, pollen, gelée royale)
- Pas de négociation du prix avec les producteurs lors des achats
- Travailler avec les agriculteurs dans une démarche à minima raisonnée
- Privilégier les petites productions de qualité du territoire
- Limiter à 100 km l'approvisionnement des produits
- La clientèle est sollicitée pour faire remonter ce qui ne va pas.
- Les producteurs viennent sur ½ journée présenter leurs produits au magasin
- Virginie est directement livrée au magasin ou se déplace pour certains pour récupérer la marchandise
- Un partenariat est mis en place avec une association d'échanges interculturels, pour fournir les boissons
- Un partenariat est mis en place avec les Potagers de Velles pour être un lieu relai des paniers bio et solidaire de l'association
- Gestion d'une commande en ligne en click and collect

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Chiffre d'affaires équilibré
- Retour des clients positifs : ils sont ravis et majoritairement ils donnent un super retour, près de 200 clients fidélisés.
- 250 références de produits-Les producteurs sont satisfaits : 37 producteurs qui fournissent le magasin

## ORIGINALITÉ

L'originalité du projet réside dans une offre en produits locaux frais et variés (250 références) pour des prix abordables, ainsi que le développement de cette activité sur une commune rurale où cette offre n'existait pas.

## PARTENARIAT(S)

- Les producteurs pour les livraisons et/ou l'achat de leurs produits et animation sur ½ journée pour parler de leur métier aux clients du magasin.
- L'association Mille Potage basée à Villedieu-sur-Indre : ce café d'échanges intergénérationnels commande des boissons au coin des producteurs, de plus des animations autour du goût et des 5 sens sont animés par la gérante du magasin
- Les Potagers de Velles : le coin des producteurs leur achètent quelques produits et sont point relai des paniers proposés par les Potagers de Velles.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

Financier : la gérante ne peut pas encore se payer car certains investissements non-prévus se sont ajoutés à la liste des frais, notamment en ce qui concerne le local car le budget des travaux a triplé.

**Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Connaissance de droit à la subvention notamment de l'AGECIP et autres droits en lien avec la création d'entreprises par les personnes en situation de handicap.

**Améliorations futures possibles :**

- Établir un partenariat avec les gîtes et les campings du secteur en proposant des bons de réductions aux clients de ces lieux d'hébergements touristiques.
- Établir un partenariat avec les comités d'entreprises pour favoriser la découverte des produits du terroir.

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Tendance globale des gens à vouloir savoir ce qu'il y a dans leur assiette, et volonté de plus de produits de qualité, accentuée par le confinement. Formation de deux ans avec la chambre de commerce et deux mois en tant que créateur d'entreprise avec un groupe de 12 personnes.
- Un accompagnement très bon par sa mise en réseau et l'apprentissage autour de l'information : tendance du secteur, de l'environnement, de l'analyse des opportunités et des menaces, etc. Cette formation a permis d'anticiper un maximum et de savoir à qui s'adresser en fonction des difficultés rencontrées.

# Louis Légumes, un distributeur automatique de produits frais et de saison



En 2012, un distributeur automatique de produits frais et de saison voit le jour le long du boulevard Kellermann à Châteaudun. Louis Légumes, ouvert 7j/7 et 24h/24 permet aux consommateurs de s'approvisionner facilement en produits locaux et de qualité. Si ce type de projet se développe davantage en Eure-et-Loir, il fait partie des premiers à s'être mis en place.

## AUTEUR(S)

**LOUIS FRANÇOIS**

Gérant

[louislegumes28@yahoo.com](mailto:louislegumes28@yahoo.com)

Fiche rédigée par **Maëlle GILLET**

## PROGRAMME

Démarrage: juin 2012

Lieu de réalisation:  
Châteaudun (28)

Budget: 45000

## ORGANISME(S)

**LOUIS LÉGUMES**

Villemaury - 28200

35 Menainville

2 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/10/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Entreprises** Entreprise

Bénéficiaires

Population rurale

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

François LOUIS, installé sur une exploitation céréalière de 80 hectares à Villemaury, se diversifie avec une production de légumes de plein champ. Cela fait maintenant plus de 30 ans qu'il produit ainsi des cultures maraîchères. Au début, il cultivait uniquement des salades de 4ème gamme à destination de l'industrie.

Cependant, la rentabilité et la demande des consommateurs l'orientent davantage vers une commercialisation en circuit court et vers un développement de nouvelles variétés (tomates, melons, *etc.*). Il commence alors à vendre ses produits sur sa ferme et sur des marchés de proximité. Toutefois, sa clientèle étant de plus en plus importante, il souhaite développer de nouveaux projets. Suite à un voyage en Allemagne, il décide d'installer un distributeur automatique, ce qui lui permet de commercialiser ses productions en continu et en vente directe. Le distributeur Louis Légumes voit ainsi le jour en mai 2012, le long du boulevard Kellermann à Châteaudun.

## OBJECTIFS

- Commercialiser des produits frais en circuit court
- Mettre en place un système qui fonctionne toute l'année, 7j/7 et 24h/24
- Répondre à la demande des consommateurs pour des produits locaux et de qualité
- Proposer quelque chose de nouveau sur le territoire

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Pour mettre en place son projet de distributeur automatique, François LOUIS a été accompagné par la Chambre d'Agriculture et par des acteurs locaux (Pays Dunois, mairie de Châteaudun). Celui-ci fonctionne uniquement en espèces et est équipé d'un système de vidéo surveillance. Pour le rendre attractif et attirer la curiosité des habitants, il a été installé au sein d'un chalet en bois climatisé. Les casiers ne sont pas réfrigérés puisque à cette période, ce type d'installation n'existait pas encore. Le distributeur est toutefois équipé d'un logiciel qui permet d'assurer le suivi des casiers.

Dans le distributeur, les produits proposés proviennent directement de l'exploitation de François LOUIS. A l'exception des pommes et des poires, qui sont issues d'un producteur de la région orléanaise. En tout, ce sont 4 hectares de terres qui sont dédiés au maraîchage et qui participent à l'approvisionnement du distributeur. Les légumes sont cultivés en plein champ et en agriculture raisonnée. Si des productions sont en excédent, il travaille avec une conserverie à Orléans (ferme de la Racinerie) qui les transforme en velouté, en sauce ou encore en ratatouille. Cette action permet notamment de limiter le gaspillage alimentaire.

En plus du distributeur, François LOUIS commercialise ses produits sur d'autres circuits : à la ferme le vendredi et le samedi matin, sur des marchés, à la cuisine centrale de Châteaudun, à des grandes surfaces de proximité mais aussi auprès de la plateforme logistique de produits locaux « Sur le Champ ! ».

Pour faire connaître le distributeur aux habitants, François LOUIS communique sur sa page Facebook mais aussi pendant ses marchés. Cependant, c'est le bouche-à-oreille qui fonctionne le mieux.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le distributeur automatique se compose de 35 casiers, avec des produits de saison. En tout, ce sont plus de 60 variétés de fruits et légumes qui sont cultivés : courgettes, carottes, salades, cornichons, tomates, fraises, persils, *etc.* Pour répondre à la demande des consommateurs, François LOUIS développe une offre diversifiée.

Depuis le lancement du distributeur, le nombre de clients a augmenté et plus particulièrement pendant la crise sanitaire de la COVID-19. Aujourd'hui, l'engouement des consommateurs envers le soutien des producteurs locaux a diminué mais une clientèle fidèle s'est constituée. L'été, le distributeur est réapprovisionné près de 2 fois par jour. L'hiver, la fréquentation étant moins importante et les légumes se conservant plus longtemps, le réapprovisionnement se fait 1 fois par jour. Ces moments sont aussi des temps d'échanges avec les consommateurs, qui font part de leurs besoins et attentes. Les retours sont positifs et les clients sont notamment contents du rapport qualité/prix.

## ORIGINALITÉ

Le distributeur automatique Louis Légumes, ouvert 7j/7 et 24h/24, permet d'améliorer l'accessibilité des consommateurs à des produits frais et locaux. Si ce type de projet se développe davantage en Eure-et-Loir, il fait partie des premiers à s'être mis en place.

## PARTENARIAT(S)

- La Chambre d'Agriculture et le Syndicat du Pays Dunois pour un accompagnement au montage du projet
- La mairie de Châteaudun pour l'obtention d'un accord de permis de construire
- Un producteur orléanais pour approvisionner le distributeur en pommes et en poires
- Une conserverie à Orléans pour transformer ses productions en velouté, en sauce ou encore en ratatouille

- La plateforme logistique de produits locaux « Sur le Champ ! » pour participer à son approvisionnement et développer de nouvelles débouchées en Eure-et-Loir
- La cuisine centrale de Châteaudun et des grandes surfaces de proximité pour commercialiser en circuit court

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### **Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

- Difficulté pour obtenir l'autorisation du permis de construire puisque le projet était nouveau sur le territoire
- La gestion d'un distributeur automatique est assez prenante en termes de temps
- Le distributeur peut être soumis à des pannes, il faut donc être présent pour pouvoir régler ces problèmes

### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Une personne s'occupe du distributeur et de son approvisionnement

### **Améliorations futures possibles :**

Développer le distributeur en proposant un système de drive ou encore de panier

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Proposer une offre de qualité
- Être disponible pour assurer la gestion du distributeur automatique, notamment en cas de panne
- Mettre en place un système de vidéo surveillance

# Le Marché de Garennes, une solution de circuit court en temps de COVID.



Monsieur et Madame Roy, maraîchers sur Levroux, ont initié en 2020, suite à la crise sanitaire des actions autour des circuits courts. La crise de Covid19 et les différents confinements ont fait émergé des demandes de proximité et de sécurité dans les achats des habitants ruraux. C'est à ce titre qu'ils ont rapidement initié un réseau de partenariat avec d'autres producteurs et commerçants, pour les habitants et mis en place un drive puis un marché de producteurs pour continuer la distribution des produits locaux.

## AUTEUR(S)

**ROY NATHALIE**  
hamel.nicolas0859@orange.fr

Fiche rédigée par **Laureen REMILLARD**

## PROGRAMME

Démarrage: 2020  
Lieu de réalisation: Levroux

## ORGANISME(S)

**ASSOCIATION DU MARCHÉ DES GARENNES**  
Levroux - 36110  
Les Garennes  
/ 10 Bénévoles



Chabris - Châtillon - Ecueillé - Levroux - Valençay

## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

16/07/2021

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Distributeur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Environnementaux** Réduction/traitement des déchets, économie circulaire

**Développement local** Création de dynamiques économiques

**Développement local** Synergie entre les acteurs du territoire

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre

Type de structure

**Association, collectif, ONG** Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Suite à l'annonce du premier confinement et à la fermeture des marchés communaux, M. et Mme ROY, producteurs maraîchers dans l'exploitation "La Tomate Gourmande" ont souhaité trouver des solutions pour garder et renforcer le lien avec les consommateurs, les rassurer sur les origines des produits et trouver des débouchés pour continuer de vendre leur production et éviter les invendus et le gaspillage. Cela permettant également de répondre à une demande croissante des consommateurs ruraux de s'éloigner des grandes surfaces et de se rapprocher leurs producteurs locaux.

Dans ce contexte, et avec d'autres partenaires et producteurs locaux, M. et Mme Roy ont initié "un drive" sur leur exploitation, afin de pallier à la suppression des marchés locaux. Celui-ci perdure alors jusqu'au mois de mai 2020 mais finit par être fermé à la fin du confinement en raison de son caractère trop chronophage. La fermeture du drive a rendu mécontent les clients qui avaient trouvé un autre "lieu d'achat". Dès lors, les 3 producteurs décident à l'automne 2021 de faire évoluer leur projet dans la mise en place d'un marché avec 6 autres personnes (producteurs et/ou revendeurs) en créant le Marché des Garennes.

## OBJECTIFS

- Trouver un moyen de commercialisation diversifié et nouveau pendant les confinements (fermeture des marchés, ... ) ;
- Répondre à la demande nouvelle des consommateurs de se rapprocher des producteurs ;
- Lutter contre le gaspillage des producteurs ;
- Continuer à proposer des produits locaux aux consommateurs malgré les restrictions et les contraintes liées à la crise sanitaire.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

Pour protéger leur marché et structurer leur partenariat et leur action, les producteurs et revendeurs ont décidé, en septembre 2020, de créer l'association « Marché des Garennes ». Cette association regroupe actuellement 9 producteurs et revendeurs :

- Florence HAMEL, agricultrice et productrice de fromages de chèvre ;
- Anne-Marie GUILPAIN, commerçante d'olives et de fruits secs ;
- Yohan HYPPOLITE, commerçant et primeur de fruits et légumes ;
- Guillaume AUBRET, volailler et éleveur ;
- Dominique BOURDAIRE, commerçant et négoce de vins ;
- Alain FOULEAU, artisan boucher/charcutier ;
- Mathias COUTURE, artisan boulanger/pâtissier ;
- Lucien HEZARD, apiculteur ;
- Aurélien VOLLET, ostréiculteur.

L'association a été structurée pour permettre une diversité de producteurs permettant aux habitants d'acheter les produits nécessaires (fruits, légumes, viandes, fromages, ...) pour faire un repas complet (de l'entrée au dessert). Chaque membre se doit de payer une cotisation pour financer l'emplacement du marché. Le marché se déroule 1 fois par semaine, tous les vendredis de 16h à 19h sur la place de la République à Levroux, permettant ainsi de ne pas entrer en concurrence avec l'un des marchés organisé par la commune le lundi matin, qui accueille davantage un public retraité. En effet, ce marché est principalement dédié aux personnes actives qui profitent du vendredi pour faire leurs achats pour leur week-end, achats 100% local.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Fidélisation de la clientèle sans nuire aux marchés locaux ;
- Augmentation du nombre de clients (depuis la mise en œuvre du marché, ce dernier connaît une augmentation du nombre de clients par rapport au drive qui a donc été supprimé car il correspondait moins à la demande de la clientèle locale) ;
- Diversification de la clientèle des marchés (personnes actives).

## ORIGINALITÉ

- Nouveau mode de commercialisation adaptée à la demande ;
- S'adapter à une situation de crise pour mettre en œuvre des projets de développement local ;
- Mise en œuvre et construction de partenariats diversifiés ;
- Oser le passage à l'acte et la structuration en association.

## **PARTENARIAT(S)**

Municipalité de Levroux pour la mise à disposition de la place de la république.

## **RETOUR D'EXPÉRIENCE**

### **Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

- Lieu mal approprié chez le producteur et difficulté "d'oser y aller par certains clients" ;
- Fidélisation et régularité sur le long terme des producteurs et revendeurs ;
- Inquiétude sur les futurs départs en retraite des producteurs qui ne pourront donc plus fournir le marché sur la durée et fidéliser la clientèle et le partenariat. Inquiétude sur les possibilités de trouver des potentiels remplaçants.

### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Modification de l'emplacement du marché pour permettre au plus grand nombre de venir (à l'origine, le marché avait été mis en place directement chez le producteur Monsieur et Madame Roy).

### **Améliorations futures possibles :**

Volonté d'ouvrir à d'autres producteurs/revendeurs et faire des retours d'expériences pour initier d'autres marchés locaux.

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Création d'une association regroupant divers producteurs ;
- Définition d'un lieu adapté à tous et identification d'un horaire diversifié pour les actifs aujourd'hui demandeurs de produits locaux.

# Pa'dou, un exemple de diversification par la patate douce et sa vente en circuit court.



Alors producteurs de céréales et de pommes de terre, Rodolphe et Séverine Pichard décident de diversifier leur production en 2016 avec la culture de patates douces et de légumes en bio; et installent un distributeur automatique afin de vendre en direct à la ferme. Plus récemment en 2020, ces derniers poursuivent leur démarche avec l'achat d'une brasserie et la production d'une houblonnière bio et d'orge brassicole afin de l'alimenter.

## AUTEUR(S)

### PICHARD SÉVERINE

Agricultrice

padou.production@gmail.com

Fiche rédigée par **Tiphaine Cabaret**

## PROGRAMME

Démarrage: 2016

Lieu de réalisation: Theuville (28)

## ORGANISME(S)

### PA'DOU

Theuville - 28360

Theuville

3 Salariés



CHARTRES  
MÉTROPOLE

## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

15/07/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

**Développement local** Création de dynamiques économiques

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Exploitation agricole** Exploitation agricole

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

Avant 2016, la ferme de Louasville produisait des céréales, des pommes de terre pour McCain et également de la betterave sur les 260 hectares que compte l'exploitation. Séverine et Rodolphe Pichard souhaitaient se diversifier en ajoutant une nouvelle production sur la ferme. Séverine a donc fait des tests en plantant des plants de patates douces dans son jardin en 2016 et ça a marché. L'année suivante, ils construisent une serre de 250m<sup>2</sup> pour planter 500 plants de patates douces et vont petit à petit augmenter leur production. Parallèlement, Séverine crée la société Pa'dou pour commercialiser la production de la ferme. Depuis le printemps 2019, ils cultivent des légumes d'été qu'ils mettent dans leur distributeur automatique, installé à la ferme fin 2018.

## OBJECTIFS

- Diversification : production nouvelle culture : la patate douce.
- Autonomie pour la vente, maîtrise des prix et de la qualité avec le distributeur.
- Développement des activités : production de houblon bio, achat d'une brasserie.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Investissement dans une machine pour la plantation des patates douces et pour soulever les patates douces à l'arrachage. - Construction d'un bâtiment de stockage en 2018 avec frigo.
- Conversion en bio sur 5 ha.- Installation de serres (au début pour les patates douces et maintenant pour les légumes)
- Création de la marque Pa'dou (vente des produits au distributeur et sur la plateforme Sur le champ et Terre d'Eure et Loir, dans quelques points de distribution dans les Yvelines, livre quelques restaurants sur Chartres et vente dans GMS proches)
- Installation d'un distributeur automatique à la ferme de 78 casiers.
- Achat d'une brasserie avec des associés en 2020 (création de la société ZZBeers en 2020).
- Production de houblon bio et orge brassicole.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Production moyenne de 40 – 50 tonnes de patates douces et de 10 – 15 tonnes de légumes.
- Plantation de 65 000 pieds de patates douces. Deux serres pour un total de 900m<sup>2</sup>.
- Vente de la production en circuit court, surtout via le distributeur.
- Création de deux emplois grâce à la brasserie et un poste pour l'entretien des serres et de la houblonnière.
- Engouement pour la patate douce dès le début, beaucoup de personnes viennent à la ferme.
- Les casiers, au nombre de 78 avec la moitié des casiers sont pour des produits secs et l'autre moitié accueille des produits frais qui sont remplis 4 à 8 fois par jour de produits de la ferme.
- Pour les autres produits venant de producteurs aux alentours, ils sont livrés une à deux fois par semaine de leurs produits pour alimenter les casiers.

## ORIGINALITÉ

- La production d'une nouvelle culture sur le territoire d'Eure et Loir avec l'installation d'un distributeur à la ferme.
- La diversification de la production : patates douces, légumes (légumes d'été, courges, choux, céleri), orge brassicole et houblon bio.
- De plus, le projet d'acheter une brasserie artisanale pour l'implanter sur le territoire de Chartres métropole (Gellainville) en garantissant la provenance locale du houblon et de l'orge brassicole qui sont produits sur la ferme à Theuville. Il n'y avait pas de houblonnière en Eure et Loir. Les premières bières seront produites avec de l'orge et du houblon venant hors du territoire mais dès 2022, la bière produite sera 100% locale avec le houblon et l'orge de la ferme.

## PARTENARIAT(S)

Partenariats financiers : Région Centre-Val de Loire, Département d'Eure et Loir, Chartres métropole

Partenaires techniques : Sur le Champ, Terres d'Eure et Loir, autres producteurs qui mettent leurs produits dans le distributeur (moutarde de Digny, produits le P'tit Vaurien, œufs O d'Alice, Belsia, Baïo, Fraiseriaie de Sours, Ferme du Colombier, EARL Blanchet, EARL Daveau, etc.)

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

- Trouver du matériel pour le maraîchage en Eure et Loir. Lancer une nouvelle activité et trouver des financements.
- Se fournir en petit matériel (cagette, matériel nettoyage cuve, matériel agroalimentaire).

**Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Achat de matériel dans le Loiret

**Améliorations futures possibles :**

Continuer la conversion en bio

Faire des achats groupés pour le petit matériel afin de réduire les coûts

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Investissement financier
- Investissement en temps
- Développer ses activités en intégrant de nouvelles productions

# Patati Patate'Là, un distributeur automatique de produits locaux



En 2020, un distributeur automatique de produits locaux voit le jour le long de la N154 à Fresnay-l'Évêque. Patati Patate'Là, ouvert 7j/7 et 24h/24 permet aux consommateurs de s'approvisionner facilement en produits frais et de qualité. Travaillant avec près de 25 producteurs locaux ou régionaux, l'offre proposée est diversifiée.

## AUTEUR(S)

### GODILLON MARINE

Directrice générale  
marine.godillon@gmail.com

Fiche rédigée par **Maëlle GILLET**

## PROGRAMME

Démarrage: Octobre 2020

Lieu de réalisation: Fresnay-l'Évêque (28)

Origine et spécificités du financement : Subvention du FEADER

## ORGANISME(S)

### PATATI PATATE'LÀ

Fresnay-l'Évêque - 28310

Espiers

1 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/10/2021

Domaine

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de l'accès à l'alimentation

**Développement local** Synergie entre les acteurs du territoire

**Développement local** Structuration/maintien de filières locales

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Type de structure

**Entreprises** Entreprise

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Population urbaine

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Vente en circuit-court

## ORIGINE ET CONTEXTE

Aymeric PEROT et Marine GODILLON, installés sur une exploitation céréalière de 140 hectares avec une production de légumes de plein champ, se lancent dans un projet de distributeur automatique. A travers ce projet, ils souhaitent commercialiser en vente directe leur production mais également sécuriser une partie du revenu de l'exploitation. A l'origine, le distributeur automatique avait pour vocation la commercialisation de pommes de terre. Cependant, le projet évolue rapidement vers un distributeur multi-produits avec de l'achat-revente afin d'assurer son attractivité. Ainsi, en octobre 2020 le distributeur Patati Pataté'Là voit le jour le long de la N154 à Fresnay-L'Évêque.

## OBJECTIFS

- Commercialiser des produits frais et locaux en circuit court
- Mettre en place un système qui fonctionne toute l'année, 7j/7 et 24h/24
- Répondre à la demande des consommateurs
- Sécuriser une partie du revenu de l'exploitation

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

En octobre 2020, le distributeur automatique est installé le long de la N154. Cet emplacement a été réfléchi pour maximiser son attractivité et sa visibilité. Celui-ci fonctionne uniquement par carte bleue et est équipé d'un système de vidéo surveillance.

En mars 2021, un distributeur automatique de baguettes a été installé à côté de Patati Pataté'Là. Une boulangerie d'une commune avoisinante vient approvisionner la machine 2 fois par jour. Celle-ci se coupe à 4h du matin pour garantir aux consommateurs l'achat d'une baguette du jour et non de la veille. Cette installation a permis d'augmenter la fréquentation des clients, notamment sur la période du midi.

En juin 2021, Patati Pataté'Là s'agrandit afin de répondre à la demande croissante des consommateurs. Deux modules avec une partie réfrigérée sont ainsi ajoutés : un module de 28 casiers et un module de 15 casiers. Le premier module est essentiellement dédié aux produits laitiers et le second, aux produits conditionnés en grand volume. Ce dernier permettra également de proposer aux consommateurs des paniers et un système de retrait de commandes sous forme de drive. Cet agrandissement a permis au distributeur de passer de 94 à 137 casiers.

Depuis peu, Aymeric PEROT et Marine GODILLON ont mis en place un casier anti-gaspi pour limiter les pertes alimentaires. Ils constituent un panier, en général de légumes, avec un prix fixé à 5€. Lorsqu'un casier anti-gaspi est présent sur le distributeur, celui-ci part rapidement. De plus, ils ont récemment planté une jachère fleurie pour rendre le lieu encore plus attractif.

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Aujourd'hui, le distributeur automatique se compose de 6 modules, dont 3 modules secs et 3 modules réfrigérés. En tout, on compte 137 casiers de tailles différentes et 42 références de produits. Patati Pataté'Là travaille avec près de 25 producteurs pour proposer aux consommateurs une offre diversifiée et de proximité. En général, ce sont ces derniers qui assurent la livraison de leurs produits.

Depuis le lancement du distributeur, le nombre de clients ne cesse d'augmenter. En moyenne, 25 clients passent dans la journée avec un montant moyen de 13€. Toutefois, ce nombre peut varier et être influencé par différents facteurs : conditions de circulation sur la N154, conditions météorologiques, *etc.* En semaine, le distributeur automatique est réapprovisionné près de 4 fois par jour. Le week-end, la fréquentation étant plus importante, le réapprovisionnement peut se faire jusqu'à 10 fois par jour. Ces moments sont aussi des temps d'échanges avec les consommateurs, qui font part de leurs besoins et attentes. Les retours sont positifs et une clientèle fidèle est en train de se constituer.

## ORIGINALITÉ

Patati Pataté'Là, ouvert 7j/7 et 24h/24, permet d'améliorer l'accessibilité des consommateurs à des produits frais et locaux. Si ce type de projet se développe davantage en Eure-et-Loir, le distributeur se démarque par son offre diversifiée.

## PARTENARIAT(S)

Les partenariats développés dans la mise en œuvre et le développement du distributeur automatique sont essentiellement des partenariats opérationnels :

- Travail avec de nombreux producteurs du département ou encore de la région afin de proposer des produits locaux,
- Approvisionnement de certains produits auprès de la plateforme logistique « Sur le champ ! »,
- Travail avec une boulangerie de proximité sur la partie du distributeur automatique de baguettes.

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### **Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

- La gestion des stocks peut parfois être difficile en fonction de la fréquentation qui varie de jour en jour
- La gestion d'un distributeur automatique est assez prenante en termes de temps
- Le distributeur peut être soumis à des pannes, il faut donc être présent pour pouvoir régler ces problèmes
- Difficulté au niveau de la trésorerie car ce type d'installation coûte et les aides peuvent mettre du temps à arriver

### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

Le distributeur automatique est doté d'un logiciel qui permet d'assurer le suivi des stocks et les commandes de produits sont basées sur des moyennes afin d'éviter au maximum les pertes

### **Améliorations futures possibles :**

- A termes, le recrutement d'une personne supplémentaire est envisagé
- Mettre en route le système de drive avec un site internet dédié pour les commandes
- Proposer à des restaurants ambulants d'exercer leur activité au niveau du distributeur
- Mettre en place un système d'information pour que les consommateurs puissent localiser d'où viennent les produits

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- L'emplacement du distributeur est un point essentiel pour pouvoir assurer son approvisionnement mais aussi sa visibilité auprès des consommateurs
- La mise en place d'un système de vidéo surveillance
- Prévoir une trésorerie suffisante pour monter le projet

# Les producteurs de Gaya : une épicerie bio et coopérative



Les producteurs de Gaya est une épicerie bio reprise sous forme de coopérative en 2019 au Blanc. Sa forme de coopérative lui permet de travailler en coopération avec les producteurs locaux et d'être plus en accord avec l'objectif de promotion des produits locaux du magasin.

## AUTEUR(S)

### GALBY CAMILLE

Présidente

lesproducteursdegaya@gmail.com

Fiche rédigée par **Suzanne Hermouet**

## PROGRAMME

Démarrage: 2019

Lieu de réalisation: Le Blanc

Budget: 600000

Origine et spécificités du financement : Auto-financement (achat-revente)

## ORGANISME(S)

### LES PRODUCTEURS DE GAYA

Le Blanc - 36300

1 Allée Gaspard Monge

5 Salariés / 62 Adhérents



## COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

26/07/2021

Domaine

Alimentation

Participation, gouvernance

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Distributeur

Type d'objectif

**Développement local** Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

**Développement local** Synergie entre les acteurs du territoire

**Sociaux** Création et renforcement du lien social

📍 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Indre

Type de structure

**Coopérative** Coopérative

Bénéficiaires

Agriculteurs

Population rurale

Type d'action

**Distribution/commercialisation** Création de circuits de proximité (géographique)

## ORIGINE ET CONTEXTE

Originellement « simple » magasin Bio créé au début des années 2000, la propriétaire de Gaya a recherché à vendre son magasin en privilégiant une reprise fondée sur l'ouverture à d'autres acteurs et à la participation des clients. Selon cette dernière, les formes classiques de magasin "indépendant" ou de "franchise" ne lui semblaient adaptées ni à la coopération entre producteurs ni à la recherche de sens dans les produits proposés. En partenariat avec les salariées et les producteurs locaux fournissant auparavant le magasin, elle décide de monter une SCIC où les différents partenaires auront leur voix au chapitre concernant les décisions à prendre pour le magasin.

## OBJECTIFS

- Développer, promouvoir et favoriser la consommation de produits bios sur le secteur du Blanc ;
- Promouvoir et distribuer des produits de l'agriculture bio locale ;
- Proposer une gamme complète de produits bios avec des prix équitables ;
- Fonctionner selon un modèle économique viable ;
- Pour la SCIC : démocratie, humain, solidarité, intérêt collectif.

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Création d'une SCIC sur un modèle coopératif, avec l'achat de parts du magasin par les salariés, les producteurs et fournisseurs, les clients, collectivités et associations. Onze fondateurs forment le conseil coopératif + 1 représentant de chaque catégorie d'associés (élus lors des AG) ;
- Mise en place de plans de culture avec les producteurs locaux pour obtenir les fruits et légumes voulus ;
- Vente de produits locaux et bios dans le magasin, selon un modèle classique (magasin géré par les salariées) ;
- Séances de dégustation et d'animations autour des produits locaux par les producteurs organisées devant le magasin (l'an dernier une tous les 10 jours, mais a vocation à diminuer).

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- 47 sociétaires dans la SCIC et 110 fournisseurs (dont 62 en local ou en direct) ;
- Bon fonctionnement des animations, qui permettent à la fois aux producteurs et au magasin de vendre plus ;
- Bon fonctionnement du magasin qui est à l'équilibre financier et a pu embaucher de nouveaux salariés (environ 1500 passages en caisse par mois).

## ORIGINALITÉ

- Adaptation du modèle de SCIC pour qu'il s'adapte le mieux possible au contexte d'un magasin en lien avec son territoire ;
- L'originalité est aussi l'intégration d'au moins un membre des différentes catégories de parties prenantes de la partie « commercialisation » dans le conseil coopératif (en particuliers, clients, producteurs, collectivités, salariés) ;
- Cette forme de SCIC a permis une meilleure coopération entre salariés et avec les producteurs, ainsi qu'une meilleure connaissance des produits, permettant ainsi la sensibilisation des clients.

## PARTENARIAT(S)

- Partenariats avec les producteurs et fournisseurs pour fournir le magasin et mener certaines animations ;
- Partenariats dans le cadre du modèle coopératifs (voir catégories ci-dessus + ville du Blanc, GDAB, association Le Cabas) ;
- Partenariats avec l'URSCOP et avocate pour aide juridique à monter la SCIC ;
- Partenariat avec Initiative Brenne pour obtenir un prêt et un parrainage..

## RETOUR D'EXPÉRIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Difficulté légale de monter un modèle d'entreprise qui n'existait pas dans les environs : aide juridique de l'URSCOP, du comptable et d'une avocate spécialisée ;
- Difficulté d'organisation et de coordination des différents producteurs pour être complémentaires sur la vente de leur production : mise en place du plan de culture ;
- Difficultés ponctuelles qui nécessitent une adaptation du modèle et des habitudes (organisation des livraisons pour l'approvisionnement du magasin, recherche d'agréments par le producteur pour pouvoir

vendre de la viande locale surgelée...), ce qui est permis par le fait d'être nombreux autour de la table.

**Améliorations futures possibles :**

- Déménagement du magasin au centre du Blanc, pour avoir plus de surface et être plus accessible (aujourd'hui en zone d'activités) ;
- Embauche d'un salarié pour la comptabilité.

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :**

- Le magasin existait déjà depuis 10 ans lors de son rachat en SCIC : déjà une base de clients et fort accompagnement par l'ancienne gérante qui avait beaucoup de ressources ;
- Le modèle ne peut être copié à l'identique et doit être construit avec les partenaires autour de l'intérêt collectif qui les rassemble ;
- Nécessité d'avoir une personne motrice qui puisse rassembler les partenaires autour de la table.

# CITÉ SCOLAIRE Un approvisionnement local et de qualité pour la cité scolaire Emile Zola à Châteaudun



A Châteaudun, la cité scolaire Emile Zola s'engage depuis 2015 vers un approvisionnement local et durable pour sa restauration et ses 900 repas quotidiens. En plus de l'amélioration de la provenance et de la qualité des produits, les collégiens et les lycéens font également l'objet de nombreuses actions de sensibilisation autour des enjeux de la nutrition ou encore du gaspillage alimentaire.

## AUTEUR(S)

**AUBRY / TRECUL KARINE  
/ SÉBASTIEN**

Cheffe de cuisine / Adjoint  
Gestionnaire

karine.aubry@centrevallde Loire.fr

Fiche rédigée par **Maëlle  
GILLET**

## PROGRAMME

Démarrage: 2015

Lieu de réalisation:  
Châteaudun (28)

## ORGANISME(S)

**CITÉ SCOLAIRE ÉMILE  
ZOLA**

Châteaudun - 28200

26 Rue de Civry

7 Salariés



## COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

04/11/2021

 Localisation

France

Centre-Val de Loire

Eure et Loir

Domaine

Alimentation

Education et formation

Type de structure

**Établissement public** Etablissement public

Envergure du programme

Locale

Bénéficiaires

Adolescents

Elèves, étudiants

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'action

**Consommation** Restauration collective responsable

Type d'objectif

**Sociaux** Amélioration de la santé par une alimentation saine

**Développement local** Création de dynamiques économiques

**Pédagogiques** Sensibilisation des consommateurs

**Pédagogiques** Communication auprès des enfants

## ORIGINE ET CONTEXTE

La cité scolaire Emile Zola de Châteaudun, composée d'un collège et d'un lycée, s'engage dès 2015 vers un approvisionnement local et durable pour sa restauration scolaire. Cette démarche a notamment été impulsée avec l'arrivée de la responsable de cuisine Karine AUBRY, déjà sensible à ce sujet. Elle vise à fournir des repas sains et de qualité, préparés au sein de la cuisine, pour les élèves et le personnel. Elle s'inscrit également dans la volonté politique du Département et de la Région en faveur des circuits de proximité. Cet engagement permet aussi de répondre à la loi EGAlim qui impose à la restauration collective d'introduire 50%, en valeur d'achat, de produits durables ou sous signes d'origine et de qualité.

## OBJECTIFS

- Fournir des repas sains et de qualité auprès des élèves et du personnel
- Participer à la relocalisation de l'alimentation et à la préservation de l'environnement en favorisant un approvisionnement local
- Répondre à la loi EGAlim avec 50% de produits durables dont 20% de produits bio
- Sensibiliser les élèves à une alimentation saine, locale et de qualité

## ACTIONS MISES EN OEUVRE

La cité scolaire Emile Zola repose sur un fonctionnement en régie directe. Elle assure ainsi l'intégralité du service de restauration, de l'achat des denrées alimentaires à la confection des repas. Comme tout organisme public, elle est soumise aux principes de la commande publique. Elle fait également partie d'un groupement d'achat. Pour tendre vers un approvisionnement local et durable, la cité scolaire a travaillé avec la Chambre d'Agriculture afin d'allotir son marché en fonction de l'offre disponible dans le département. Ce dernier se compose d'une cinquantaine de lots avec des critères bien définis, en fonction de la zone géographique ou encore des labels souhaités. Ces allotissements permettent notamment de faciliter l'accès à des fournisseurs de proximité. L'établissement assure la prise des commandes et réceptionne des livraisons tous les jours. Il travaille donc avec de nombreux fournisseurs : des producteurs locaux, des grossistes, Agrilocal28, la plateforme logistique « Sur le Champ ! », Biofinesse, des grossistes, *etc.*

Dotée d'une cuisine, la cité scolaire Emile Zola produit tous ses repas sur place. Les collégiens et lycéens bénéficient d'un service de self, ouvert de 11h à 13h30. Un large choix d'entrées, de plats, de laitages et de desserts leur est proposé. Les menus sont réalisés au mois par Karine AUBRY, qui applique les règles nutritionnelles du GEMRCN (Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition). L'objectif est de proposer des repas variés et équilibrés aux élèves.

La cité scolaire Emile Zola mène aussi des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire et de sensibilisation des élèves à une alimentation saine, locale et de qualité. Un système de tri sélectif est disponible à la cantine et une pesée des sacs poubelles est réalisée chaque semaine. Mise à l'arrêt depuis la crise sanitaire de la COVID-19, cette action permettait notamment d'adapter les achats des denrées alimentaires et de limiter par la suite les pertes. Lorsque des produits arrivent à la date limite de consommation, l'établissement travaille avec des associations de lutte contre la précarité alimentaire (Secours Populaire et Pain Contre La Faim). Pour sensibiliser les élèves aux enjeux de la nutrition, des animations pédagogiques sont réalisées avec les enseignants autour de l'équilibre alimentaire. Pour faire découvrir de nouveaux goûts et produits, des menus à thèmes sont régulièrement confectionnés. De plus, certains fournisseurs peuvent également proposer des animations : un repas 100% local avec la semaine locale d'Agrilocal, des dégustations avec la plateforme Biofinesse, *etc.*

## RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Au sein de la cuisine, ce sont entre 850 et 900 couverts qui sont produits tous les midis. Des petits-déjeuners, des goûters et des dîners sont également préparés chaque jour pour les 70 internes de la cité scolaire Emile Zola. Le fonctionnement de la cuisine est assuré par une équipe de 7 personnes. Elle se compose d'un responsable, de deux cuisiniers, de deux aides cuisiniers, d'un magasinier et d'un plongeur.

Par rapport aux objectifs de la loi EGALIM, la cité scolaire atteint 30% de produits "durables ou sous signes d'origine et de qualité" dont 17% de bio et 9% de produits locaux (volume d'achats). Depuis 2015, ce chiffre a augmenté et l'objectif est d'atteindre au minimum les 50% imposés. Le prix de revient d'un repas, avec le coût des matières premières, est d'environ 2€.

## ORIGINALITÉ

En travaillant sur son marché public, la cité scolaire Emile Zola a la possibilité de s'approvisionner en produits locaux et labellisés. Elle propose ainsi aux collégiens et aux lycéens des repas sains, variés et de qualité. Elle

mène également de nombreuses actions pour sensibiliser les élèves aux enjeux de la nutrition ou encore du gaspillage alimentaire.

## **PARTENARIAT(S)**

- La Chambre d'Agriculture pour définir l'allotissement du marché en fonction de l'offre locale
- De nombreux fournisseurs :
  - Des producteurs locaux
  - La plateforme Agrilocal28, qui met en relation la restauration collective avec des fournisseurs du département
  - La plateforme logistique « Sur le Champ ! »
  - Biofinesse
  - Des grossistes
  - *etc.*
- Des associations de lutte contre la précarité alimentaire pour éviter le gaspillage lorsque des produits arrivent à date limite de consommation

## **RETOUR D'EXPÉRIENCE**

### **Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :**

- L'Eure-et-Loir étant relativement pauvre en élevage, il est difficile de trouver de la viande locale et à des prix abordables
- Manque de temps pour effectuer un sourcing de l'offre locale
- Des équipements qui deviennent parfois vieillissants

### **Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :**

- Travailler avec différents fournisseurs pour proposer des repas variés et de qualité aux élèves
- Aide de la Région qui permet de changer les équipements vieillissants

### **Améliorations futures possibles :**

Augmenter la part d'achat de produits durables, labellisés et locaux

### **Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essai :**

- Être pourvu d'équipements qui permettent notamment de travailler avec des produits bruts
- Travailler avec du personnel qualifié et impliqué

# Pour aller plus loin: les autres productions de RESOLIS en région Centre-Val de Loire.



Un "catalogue d'initiatives" par territoire



Le livrable de synthèse



7 "catalogues thématiques"



Cliquer sur les images pour afficher les publications



Retrouvez l'ensemble des livrables sur :  
<https://www.resolis.org/publications>



Découvrez les autres initiatives de la région sur :  
L'observatoire RESOLIS : <https://www.resolis.org/observatoire>  
Le site PAT CVL : <https://www.pat-cvl.fr/carte-des-acteurs-et-des-initiatives/>

Contact : Ariel MARTINEZ - [alimentation@resolis.org](mailto:alimentation@resolis.org)



En partenariat avec :

