



**1ÈRES ASSISES RÉGIONALES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DES FILIÈRES ET DES
MARCHÉS ALIMENTAIRES
DANS LA RÉGION GRAND EST**

**Augmentons la part de marché des
produits régionaux !**

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
GRAND EST



Diagnostic réalisé avec Blezat Consulting

**JEUDI
1^{ER} JUIN
2017**

**À L'ABBAYE DES PRÉMONTRÉS
PONT-À-MOUSSON**

*Rencontre de
la Restauration
Hors Domicile*



UN CONSOMMATEUR EN DEMANDE CROISSANTE DE PROXIMITE

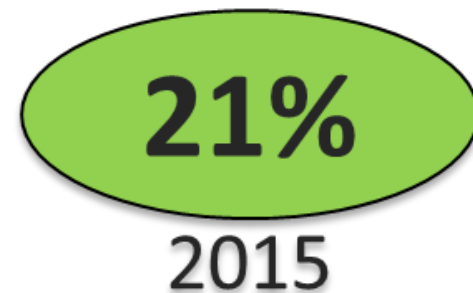


Une proximité de plus en plus plébiscitée

- ✓ Des moteurs importants qui alimentent le besoin de proximité
 - **Crise économique** → volonté de favoriser l'emploi local
 - **Contexte anxiogène** → besoin de repères et de lien social, quête de confiance
 - **Valeurs « durables »** → respect de l'environnement, réduction des transports
- ✓ Des comportements d'achat qui évoluent



*Les Français privilégient lors de leurs achats alimentaires le fait que le produit soit **fabriqué à proximité du lieu d'achat** (CRÉDOC)*



Origine, fraîcheur, proximité... : des arguments d'achat qui ont « le vent en poupe »



- ✓ 46% des consommateurs rassurés sur la qualité d'un produit lorsqu'il est vendu par un producteur
- ✓ 39% des consommateurs rassurés sur la qualité d'un produit lorsqu'il connaît son origine

Enquêtes IPSOS (2014) et CREDOC (2015)

2007 → 2015 : une qualité associée au bio & produit brut. Les aspects « proximité », « local », et « producteur » qui émergent

Si je vous dis
« Aliment de qualité »
... ?



« Votez pour le local »



Extrait du programme Présidentiel de campagne – F. Hollande : 40 % de produits de « qualité, bios et locaux » d'ici 2017



Amendement Nov. 2016 sur le "manger local" et "manger bio" : 40 % de produits dits "durables" (saison, qualité, circuits courts) dont 20 % de produits bio

« Cette mesure (...) était souhaitée par 76% des Français (sondage Ipsos, janvier 2015). Manger, choisir la nourriture servie aux enfants, aux jeunes, aux malades, aux personnes résidant en Ehpad, est bien un choix responsable, politique et citoyen » - Brigitte Allain députée écologiste de Dordogne



Extrait du programme Présidentiel de campagne – E. Macron

Nous ferons confiance aux territoires pour s'organiser et trouver des solutions adaptées.
« Nous encouragerons les projets alimentaires territoriaux (PAT) pour rapprocher les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les collectivités territoriales et atteindre 50% de produits biologiques, écologiques ou locaux dans l'ensemble de la restauration collective en 2022 »



Des outils nationaux à disposition... à compléter ?



La boîte à outils des acheteurs publics de la restauration collective

<p>S'approprier les concepts généraux</p> <p>▼</p> <p>Connaître son besoin</p> <p>▼</p> <p>Connaître l'offre</p> <p>▼</p> <p>Connaître les bonnes pratiques</p>	<p> Viande bovine</p> <p> Viande ovine</p> <p> Viande porcine</p> <p> Volaille</p> <p> Fromages et autres produits laitiers</p> <p> Fruits et légumes</p>	<p>Définir le cahier des charges</p> <p>▼</p> <p>Consulter les fournisseurs</p> <p>▼</p> <p>Impliquer les acteurs</p> <p>▼</p> <p>Suivre la mise en œuvre</p>
---	---	---



Comment promouvoir l'approvisionnement local en restauration collective ?



L'ANCRAGE TERRITORIAL ET LA MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE



GUIDE PRATIQUE Favoriser l'approvisionnement local et de qualité en restauration collective



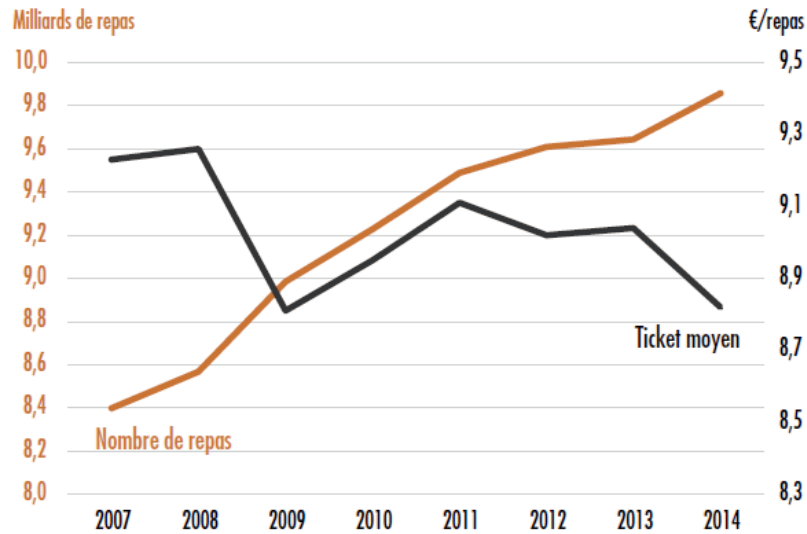
QUELLES DYNAMIQUES A L'ŒUVRE DANS LA RESTAURATION HORS DOMICILE ?



La Restauration Hors Domicile en France (2014)



- ✓ Environ 10 milliards de repas/an
- ✓ Soit un chiffre d'affaire évalué à 87 milliards d'euros



- ✓ **Evolution par personne entre 2000-2007 :**
 - + 0,5 % par an en volume
 - + 3,1 % par an en valeur
- ✓ **Evolution par personne entre 2008-2013 :**
 - - 1,3 % par an en volume
 - + 0,5 % par an en valeur
- ✓ **En 2016, un marché qui repart ?**

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Foodservice et presse



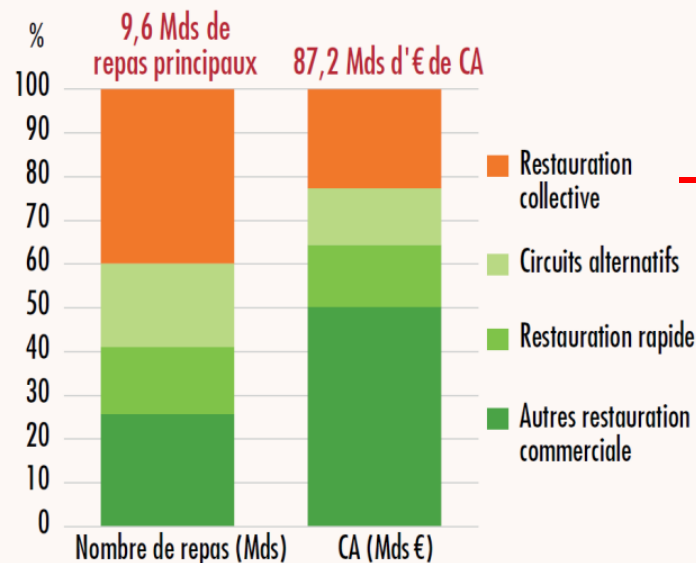
Différents segments...



✓ 4 segments identifiés :

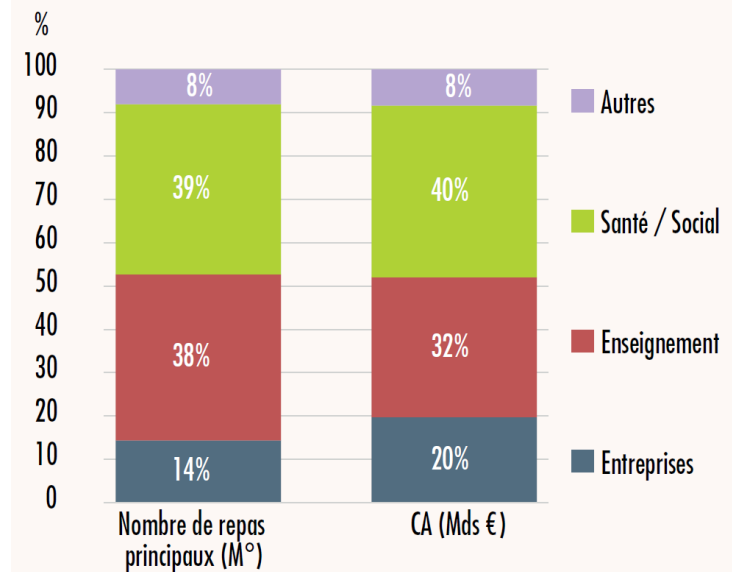
- **Restauration collective** : scolaire, entreprise, santé, social ...
- **Circuits alternatifs** : boulangeries, stations service...
- **Restauration rapide** : fast-foods hamburgers, kebab, livraison pizza, sandwicheries...
- **Autres** : chaines de grill, cafétérias, restaurants indépendants...

IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE LA RHD EN 2014



Source : GEB - Institut de l'Elevage d'après GIRA Conseil. Données 2013

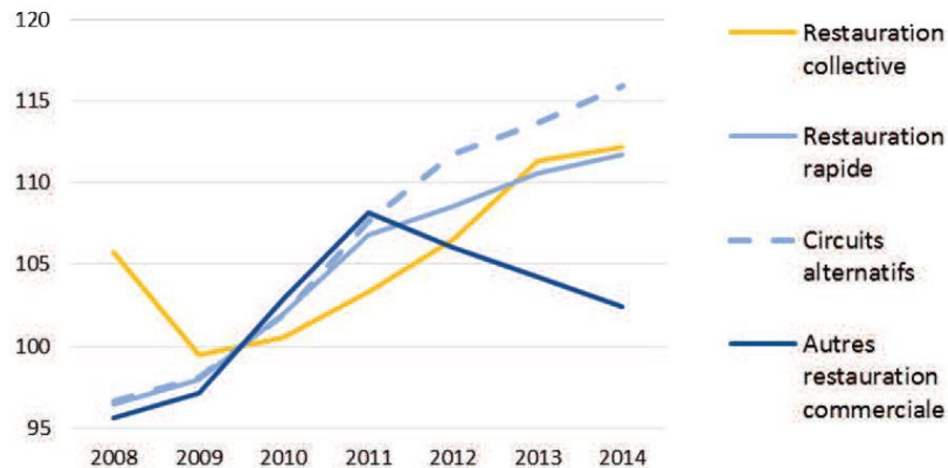
LES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE



... aux dynamiques très variables

- ✓ **RHD collective : stabilité** / hausse du nombre de repas, forte maîtrise du ticket moyen
- ✓ **RHD commerciale : un nouveau visage**
 - * Restauration rapide : marque le pas après une croissance ininterrompue
 - * Restauration à table : « la bonne surprise » qui permet de redresser la situation après plusieurs années difficiles.
 - * Nouvelle tendance : « snacking à thème » + 20% de croissance

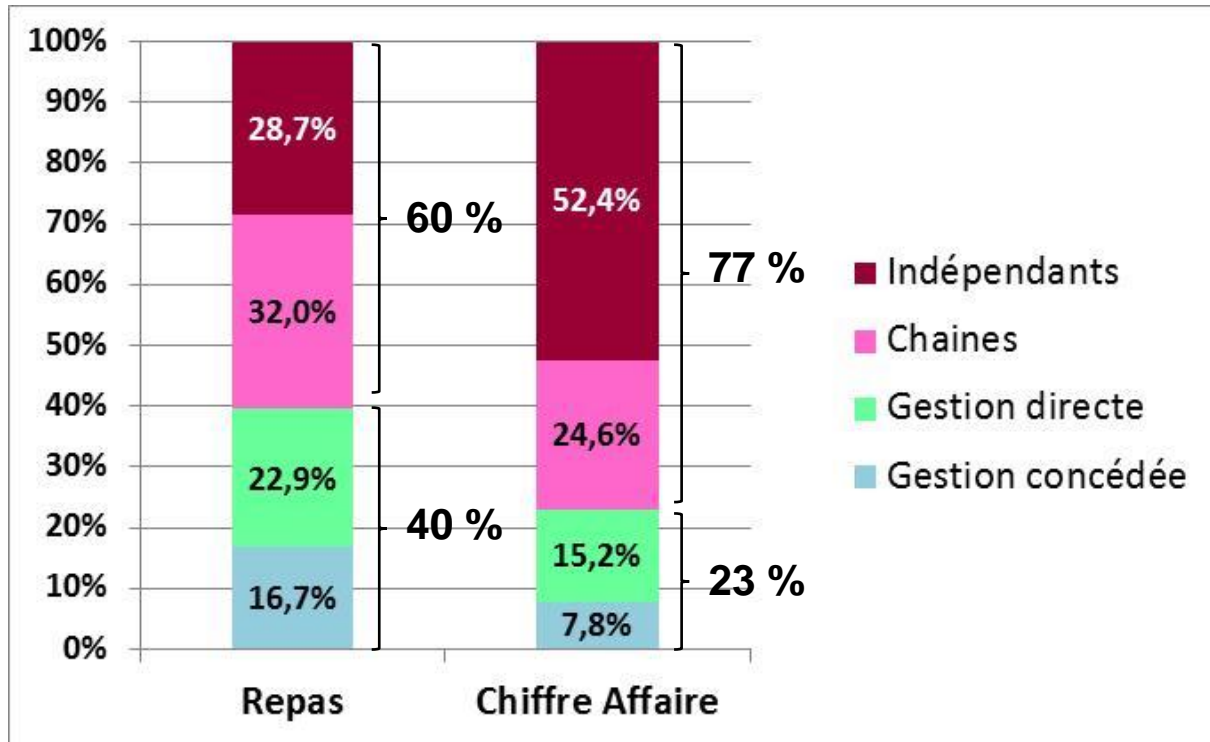
Evolution du chiffre d'affaires des différents segments de la RHD
(base 100 = moyenne 2009-2010)
Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après GIRA et presse



Un équilibre entre les modèles de gestion

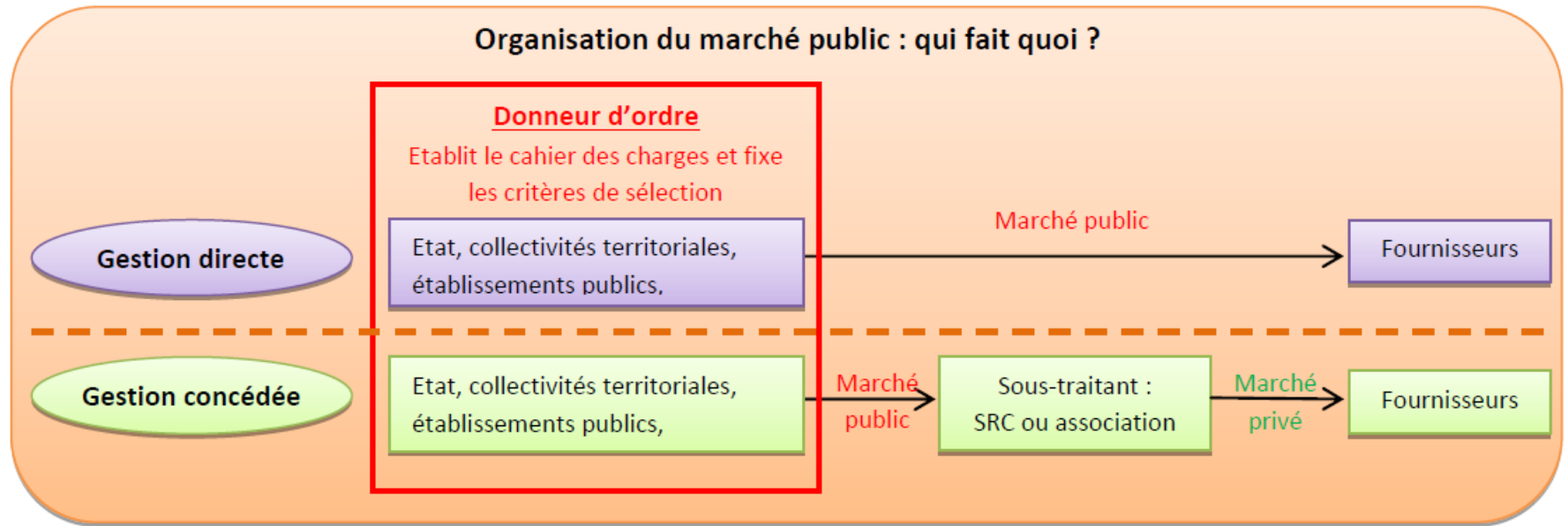


- ✓ 4 modes de gestion principaux (nombre de repas) :
 - **Restauration commerciale** : Indépendants ou Chaînes
 - **Restauration collective** : Directe ou Concédée



Modalités d'achat

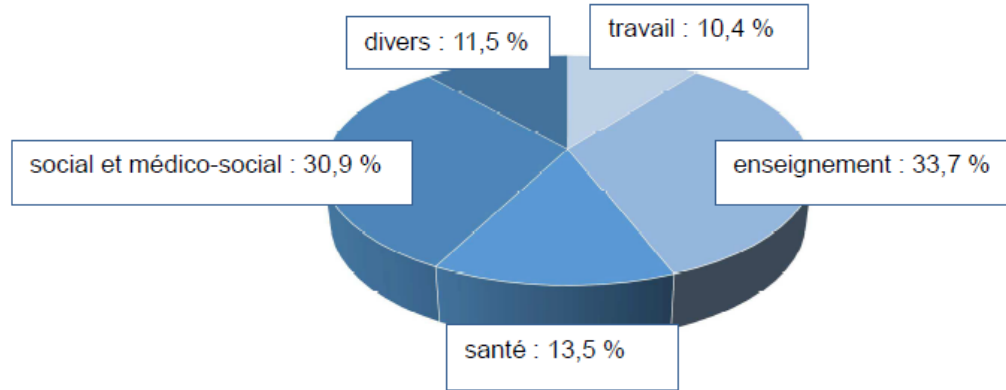
Organisation du marché public : qui fait quoi ?



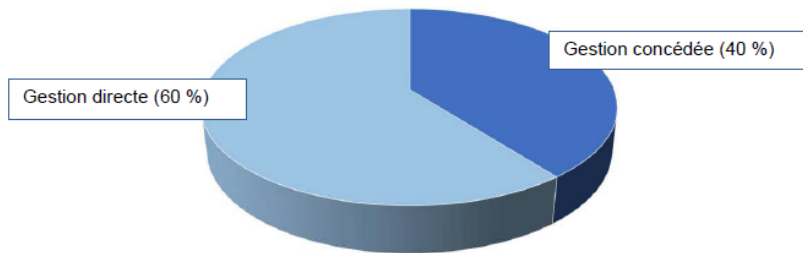
- ✓ Les établissements publics sont majoritairement organisés en **groupement de commandes**, départementaux (collèges et lycées), régionaux et nationaux (hôpitaux, armée, CROUS...)
- ✓ Les réseaux d'établissements privés (maisons de retraite, écoles privées,...) ne sont pas soumis au marché public, mais dans un souci d'économie, ont une organisation centralisée des achats

Répartition du marché de la restauration collective

- ✓ 5 secteurs avec un poids et une dynamique qui lui est propre



Le poids respectif des différents secteurs de la restauration collective
(source SNRC)



Le poids respectif de la gestion directe et de la gestion concédée (source : SNRC)

- ✓ **La gestion directe** est encore le mode de gestion majoritaire, avec 2 208 milliards de repas (60%), la gestion concédée en couvrant 1 440 milliards (40%)

- ✓ **La gestion concédée** est surtout présente dans le 1^{er} degré public (70%) et dans le secteur scolaire privé (81%)

La Bio fortement représentée dans la RHD



• Bio en Grand Est •

- ✓ 88% des consommateurs déclarent être intéressés par la Bio à l'école, 75% à l'hôpital, 74% dans les maisons de retraite et 73% au travail
- ✓ Début 2016 en France, 58% des établissements de restauration collective déclaraient proposer des produits biologiques à leurs convives, contre 46% en 2011 et seulement 4% avant 2006.
- ✓ Le secteur scolaire est le plus concerné, avec 75% d'établissements proposant des produits bio
- ✓ Les achats de produits bio en restauration collective sont estimés à 225 millions d'euros pour 2015, soit une progression de 18% en un an
- ✓ Lorsqu'ils sont introduits, la part des produits biologiques dans le montant total des achats des établissements est passée de 5 % en 2008 à 14 % en 2015 en moyenne



LA RHD DANS LE GRAND EST

- **Caractéristiques**
- Fruits et légumes
- Viandes (Bovine, Ovine, Porcine, Volailles)
- Produits laitiers

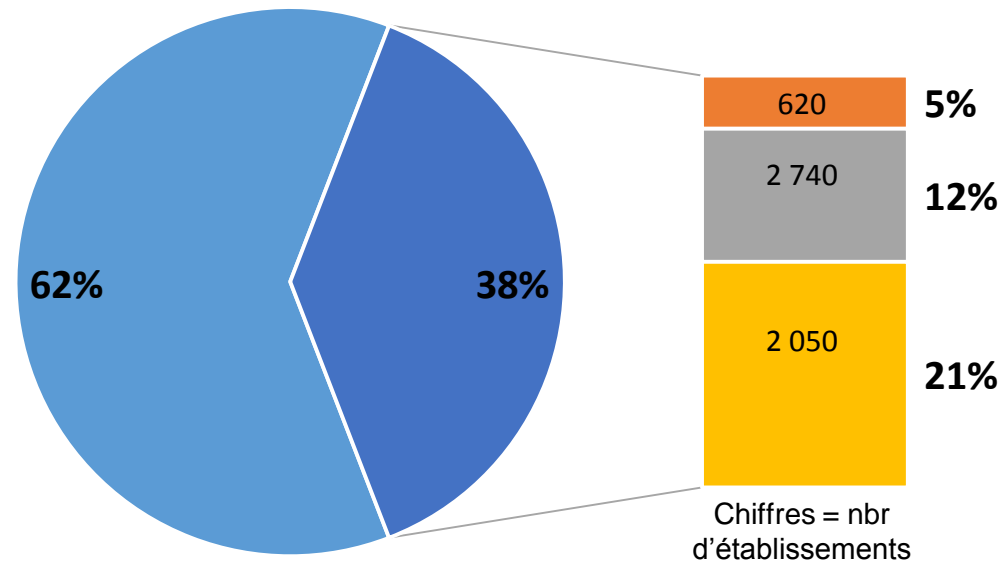


Quelques données chiffrées

- ✓ Environ 800 millions de repas par an Hors Domicile dans la région Grand Est

Répartition des repas

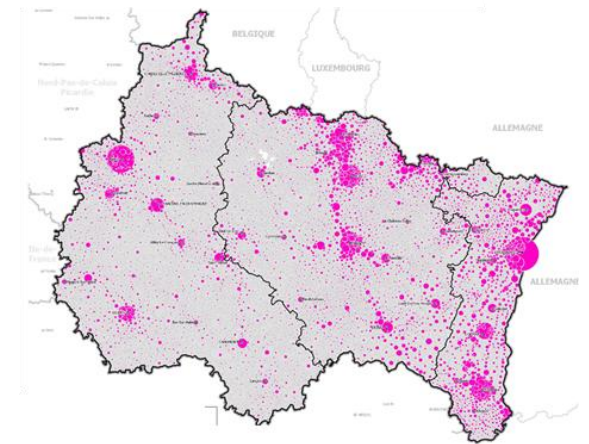
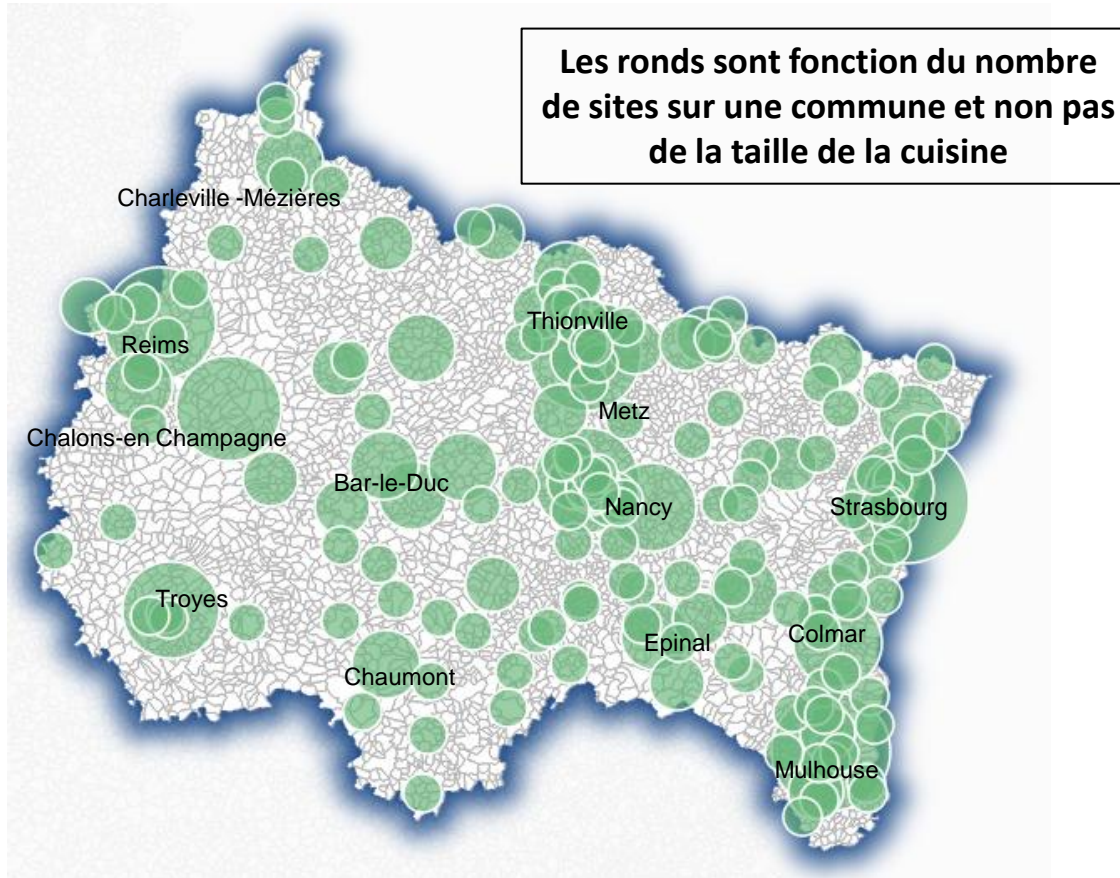
- RHD Commerciale
- Entreprise/Administration
- Enseignements
- Medico/social



Chiffres = nbr d'établissements



Positionnement des cuisines centrales agréées UE



- ✓ Un positionnement à proximité des bassins de population
- ✓ Des sites qui oscillent de 400 à 10 000 repas/jour

Les outils collectifs du Grand Est pour approvisionner en produits locaux

MBCA

- Association créée en 2008
- 3 salariés / 22 fournisseurs
- Chalandise : Champagne - Ardenne
- 94% de local
- CA 2016 : 670 000 €



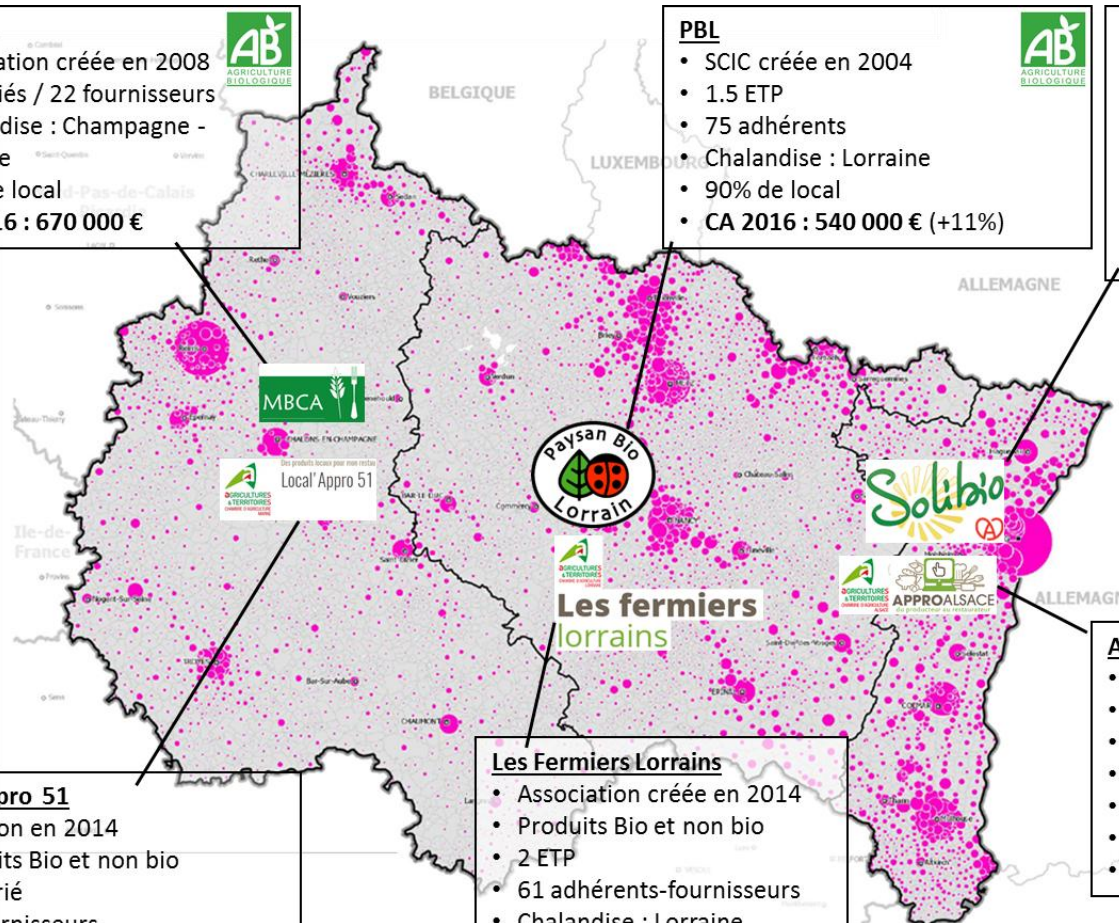
PBL

- SCIC créée en 2004
- 1,5 ETP
- 75 adhérents
- Chalandise : Lorraine
- 90% de local
- CA 2016 : 540 000 € (+11%)



SOLIBIO

- SCIC créée en 2008
- 5 salariés
- 17 fournisseurs
- Chalandise : Alsace et 90
- 75% de local
- CA 2016 : 1.8 millions d'€ (+7%)



Local'Appro 51

- Création en 2014
- Produits Bio et non bio
- 0 salarié
- 25 fournisseurs
- Chalandise : Marne
- 100% de local
- CA 2016 : 1 500 €

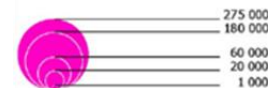
Les Fermiers Lorrains

- Association créée en 2014
- Produits Bio et non bio
- 2 ETP
- 61 adhérents-fournisseurs
- Chalandise : Lorraine
- 100% de local
- CA 2016 : 455 400 € (+20%)
- Progression +220%


Appro Alsace

- Création 2016
- Produits Bio et non bio
- 0,5 à 1 ETP
- 51 fournisseurs
- Chalandise : Alsace
- 100% de local
- CA 2016 : 22 310 €

Nombre d'habitants en 2012



LA RHD DANS LE GRAND EST

- Caractéristiques
- **Fruits et légumes** 
- Viandes (Bovine, Ovine, Porcine, Volailles)
- Produits laitiers



Les Fruits et Légumes dans la RHD du Grand Est



- ✓ **Moins de 90 g de F&L frais par repas**
 - 5 500 tonnes de fruits frais (y compris exotiques)
 - 7 500 tonnes de légumes frais (en baisse)
- ➔ **Estimation RHD collective totale : 71 millions d'euros**



- ✓ **Environ 1/3 de légumes surgelés, hors pommes de terre**
- ✓ **Forte croissance de la 4e gamme au détriment du frais**
- ➔ **+ 21% en volumes entre 2006 et 2011**
- ➔ **Estimation Grand Est pour la RHD scolaire : 1 300 tonnes**



- ✓ **Atomisation du marché, fréquence de livraisons, largeur de gamme :**
- ➔ **80% des volumes de F&L livrés par des grossistes en France**

Étude Gira Foodservice réalisée en 2012 pour FranceAgriMer, Ctifl, d'Interfel et du CNIPT – Projection Blezat Consulting sur données académie 2016



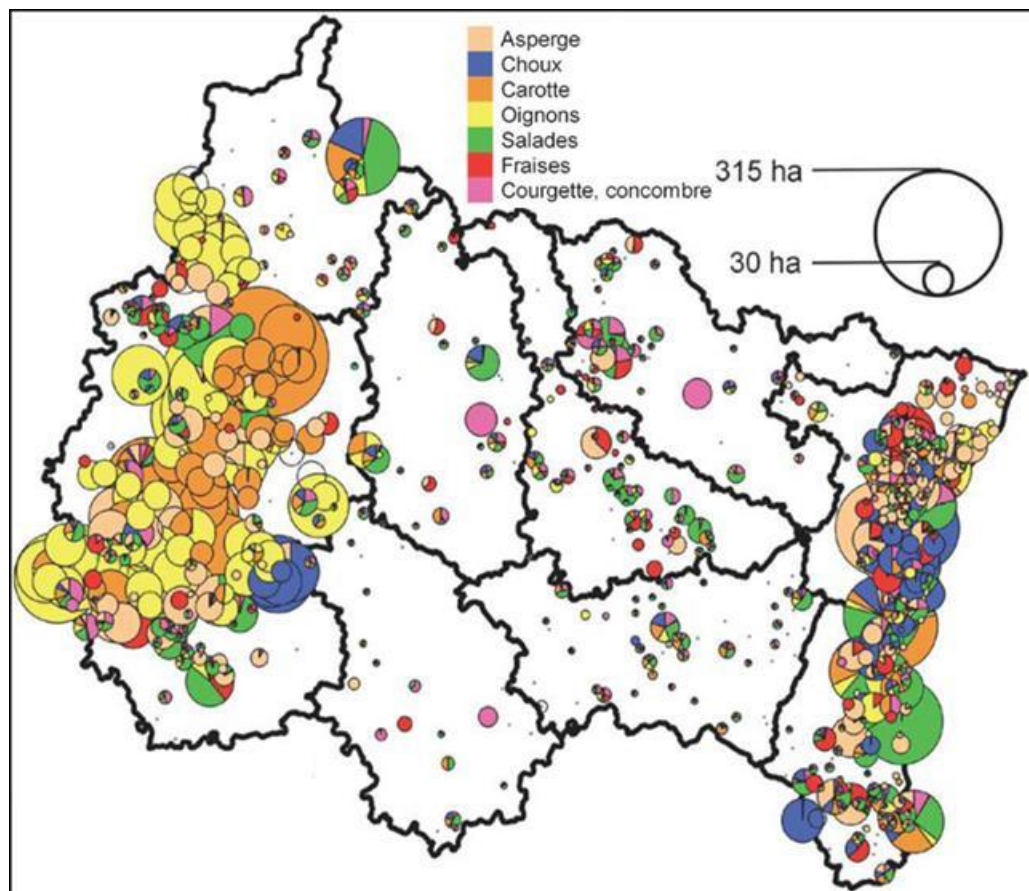
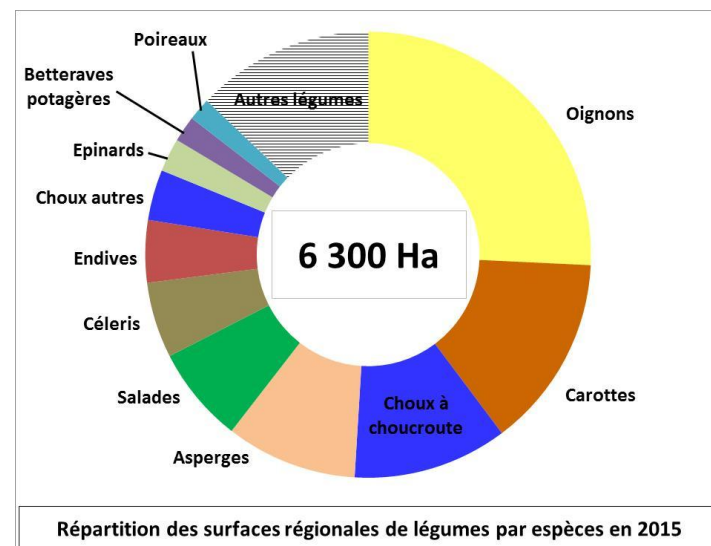
Des productions légumières localisées et dominées par le plein champs



- ✓ Les surfaces légumières représentent **0,2% de la SAU régionale contre 0,7% au niveau national** (hors pdt)

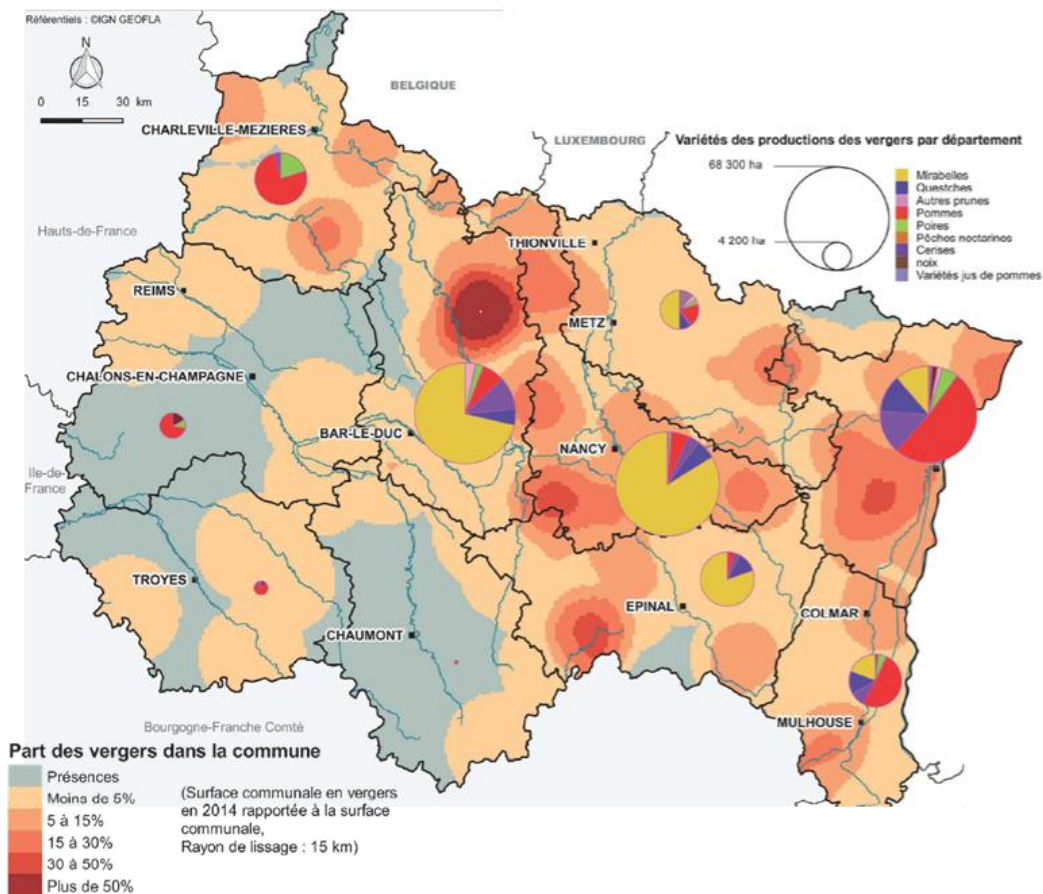
➔ *Des surfaces majoritairement de plein champs*

- ✓ Sur 18 580 ha, 2/3 en pommes de terre et 1/3 en légumes



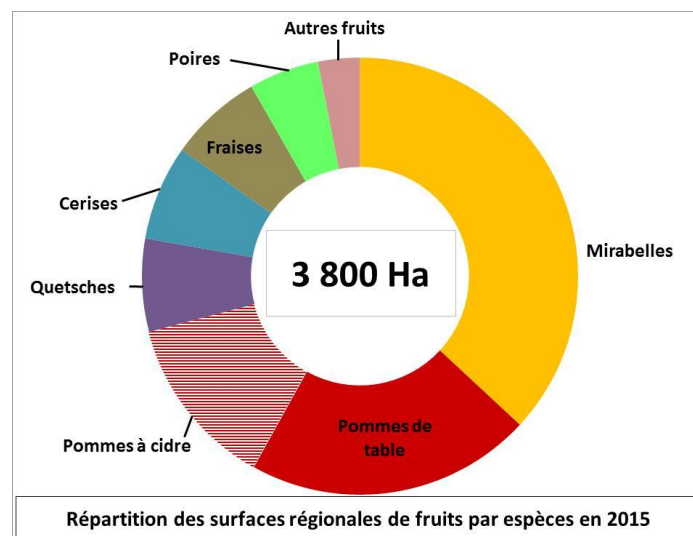
Sources : AGRESTE

Des productions fruitières localisées et dominées par la mirabelle et la pomme



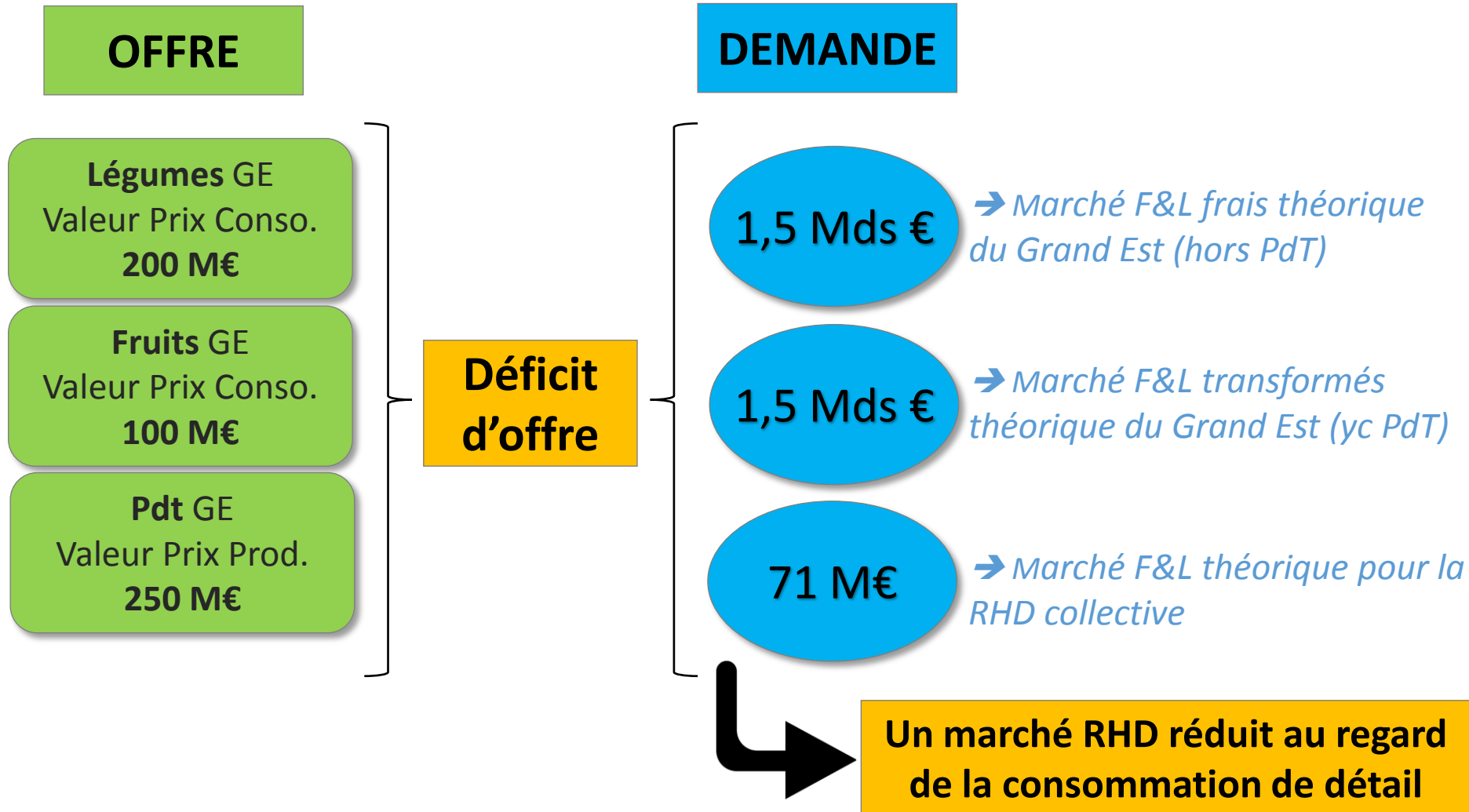
✓ Les surfaces fruitières représentent **0,1% de la SAU régionale contre 0,7% au niveau national**

➔ *Une région sous productrice, majoritairement orientée sur la Mirabelle (IGP -> national et export) et la pomme*



Sources : AGRESTE

Une offre régionale en F&L très déficitaire



CONCLUSIONS ASSISES F&L – VOILET RHD



- Stations expérimentales et conseil technique présents
- Sols et climats adaptés aux renouvellement de certaines productions
- Opportunités pour la diversification et la création de valeur ajoutée



- Peu d'organisation de producteurs par rapport à d'autres bassins de production

Atelier 2

OFFRE : hormis quelques productions phares, l'offre régionale n'est pas suffisante (quantité/qualité)



- ✓ **Identification des F&L clefs** à remettre en production et anticipation des mises en production par la **connaissance fine du besoin** dans le temps (volumes / fréquence)
- ✓ Garanties volumes / prix et **contractualisation**
- ✓ **Structuration/organisation** des producteurs (lissage des prix et volumes)
- ✓ **Aide à l'investissement** pour mise en production



AO : le fonctionnement par appel d'offre limite les possibilités d'approvisionnement local



- ✓ **Education / formation** des acheteurs : gains possibles sur les coûts logistiques (allotissements) / rappel de la saisonnalité / critère prix trop important au détriment de la qualité
- ✓ **Questionnement sur la notion de proximité** : Région GE ? Petites régions ? Hyper local ?

COMMUNICATION EXTERNE : l'offre locale utilisée par les SRC et les grossistes n'est pas assez mise en avant



- ✓ **Valorisation des opérateurs** existants : grossistes / transformateurs
- ✓ **Valorisation de l'origine** des produits auprès des convives

CONCLUSIONS ASSISES F&L – VOILET RHD

Ateliers 1&2

PRIX : la rémunération des F&L locaux n'est pas suffisamment attractive pour inciter le développement de l'offre (concurrence GMS)



- ✓ **Dialogue nécessaire « petites régions »** : production / transformation / SRC- Grossistes / cuisinier / acheteur public → **interconnaissance mutuelle**
- ✓ **Un coût du repas à questionner**

Atelier 3

TRANSFORMATION : l'offre en F&L régionaux prêts à l'emploi n'est pas suffisante



- ✓ Produits à faible VA : nécessité de **travailler en lien avec le tissu industriel existant**



LA RHD DANS LE GRAND EST

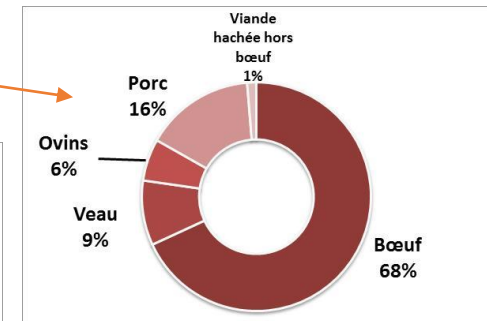
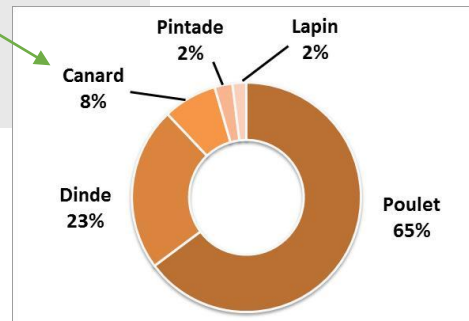
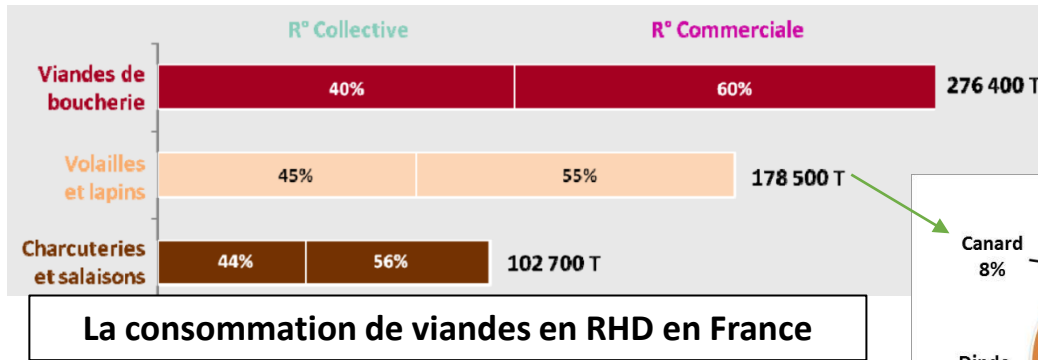
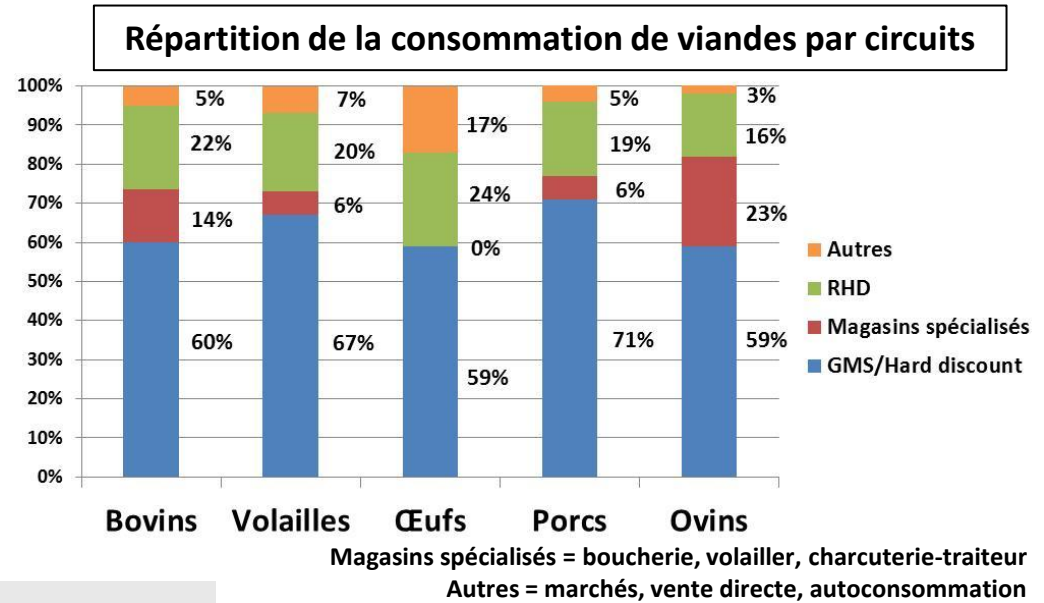
- Caractéristiques
- Fruits et légumes
- **Viandes** (Bovine, Ovine, Porcine, Volailles) 
- Produits laitiers



Un marché national stratégique (bovins, poulets et œufs)



- ✓ Entre 15 et 25 % des volumes selon les filières
- ✓ Viande bovine et poulets : des produits appréciés en RHD



FranceAgriMer, Institut de l'Élevage, Observatoire des prix et des marges, UNIGRAIN



Une consommation de viandes qui évolue



- ✓ **Forte croissance du bœuf haché** en raison de l'essor du **burger en restauration commerciale**, notamment en service à table
- ✓ **Croissance des volailles brutes** au détriment des viandes de boucherie brutes



- ✓ **Recul des viandes brutes** au profit des produits élaborés
- ✓ **Recul des achats de charcuteries et salaisons** (sauf lardons/poitrines)
- ✓ Réduction de la **taille des portions** (coût, gaspillage...)

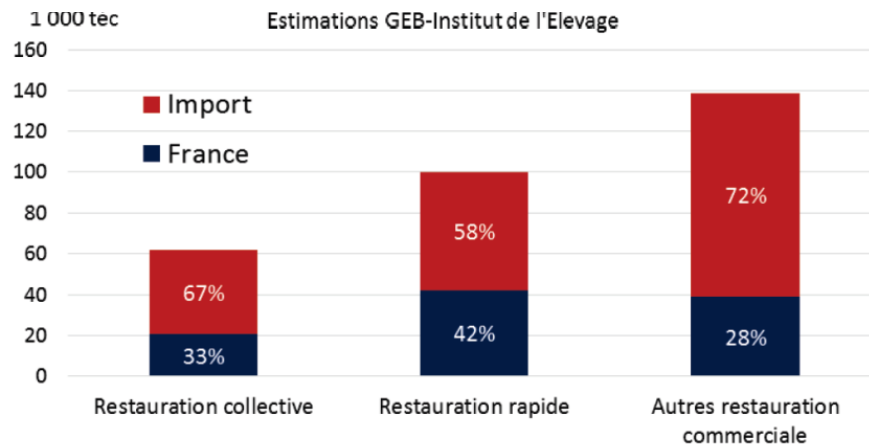
FranceAgriMer, Institut de l'Élevage



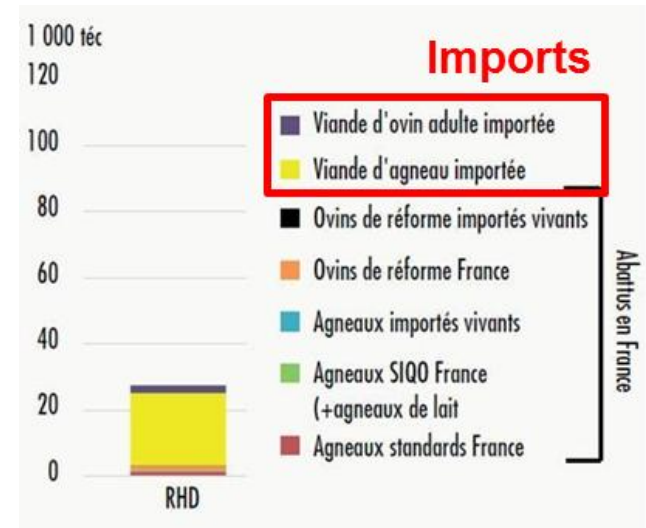
Une forte concurrence avec l'importation



- ✓ Forte pression sur les prix
- ✓ 2 exemples nationaux
 - Viande bovine : 66% des volumes importés
 - Viande ovine : 90% des volumes importés



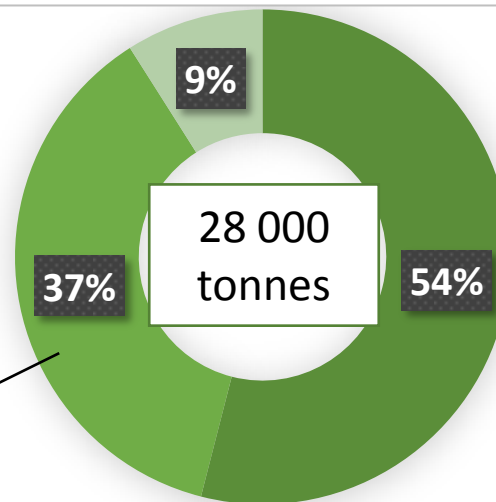
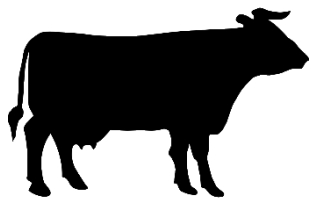
Origine de la Viande Bovine en RHD 2014



Origine de la Viande Ovine en RHD 2014

FranceAgriMer, Institut de l'Elevage

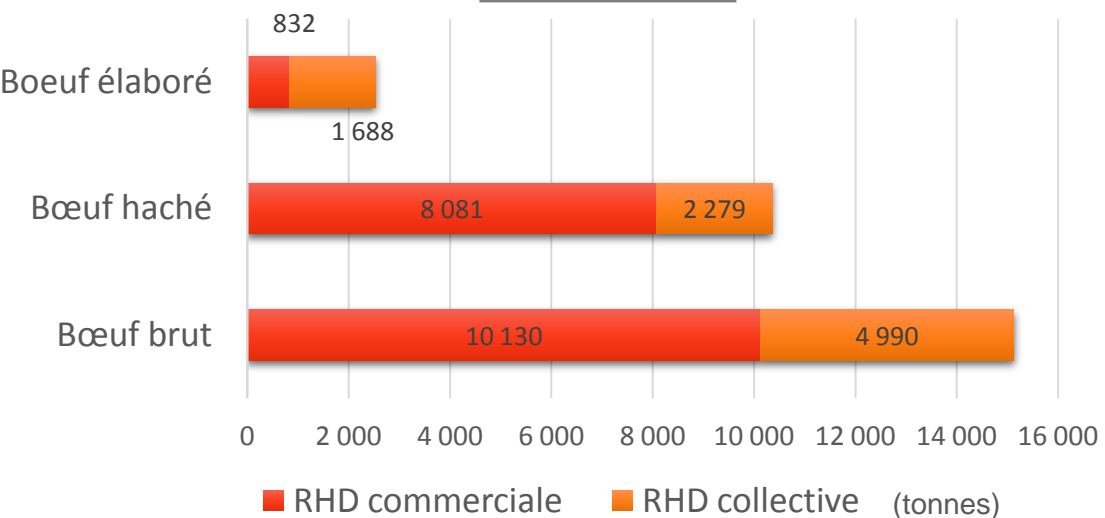
RHD Viande bovine



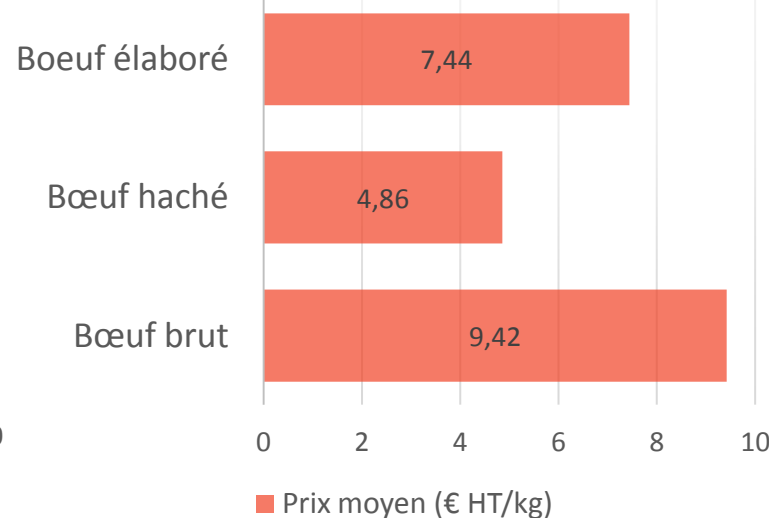
- Bœuf brut
- Bœuf haché
- Boeuf élaboré

90% de surgelé

VOLUMES



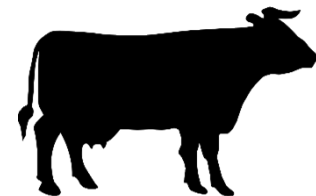
PRIX



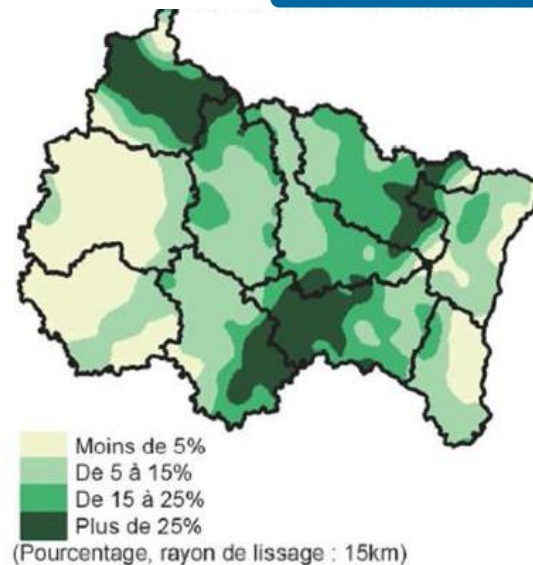
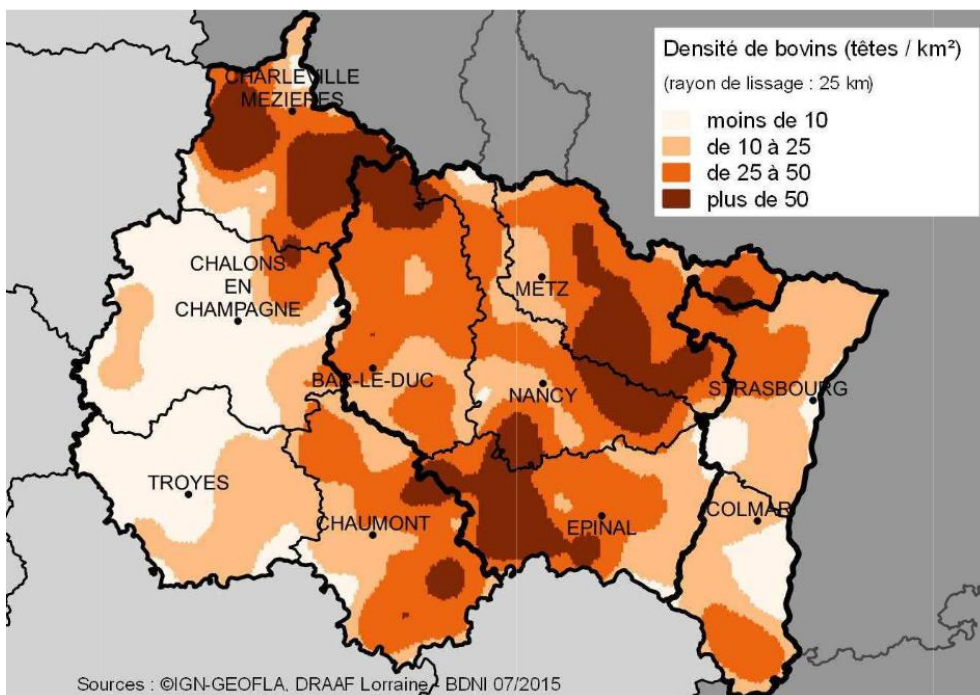
Production Viande Bovine

150 ktec

(dont 3,6 ktec de veau)



Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE



- ✓ **Forte corrélation à la STH** : en moyenne, l'herbe compte pour 60% de la ration des bovins
- ✓ Entre 2000 et 2014, **baisse de la production** (-14 000 Tec / -9%)
- ✓ Une **production réduite de veaux de boucherie**

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

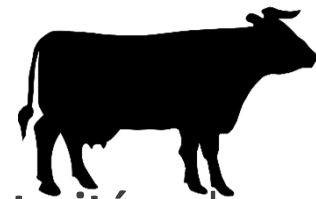


32

🍴🍷 Rencontre de la Restauration Hors Domicile

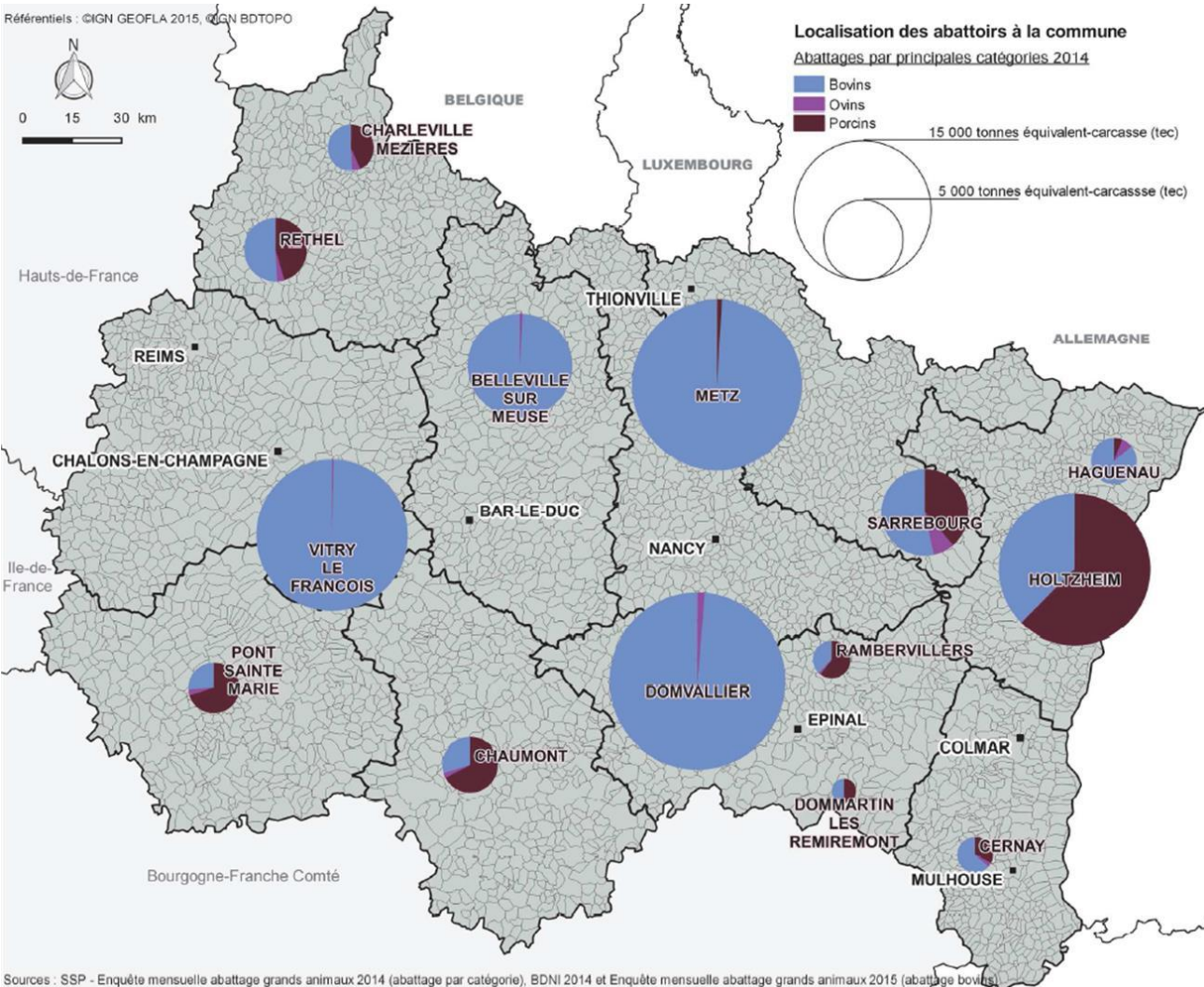


Les 15 abattoirs de la région Grand Est

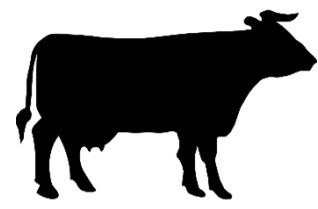


- ✓ **Volumes traités** : de 240 tonnes à 24 000 tonnes
- ✓ Les 5 plus gros abattoirs (**2 groupes**) traitent 89 % des volumes

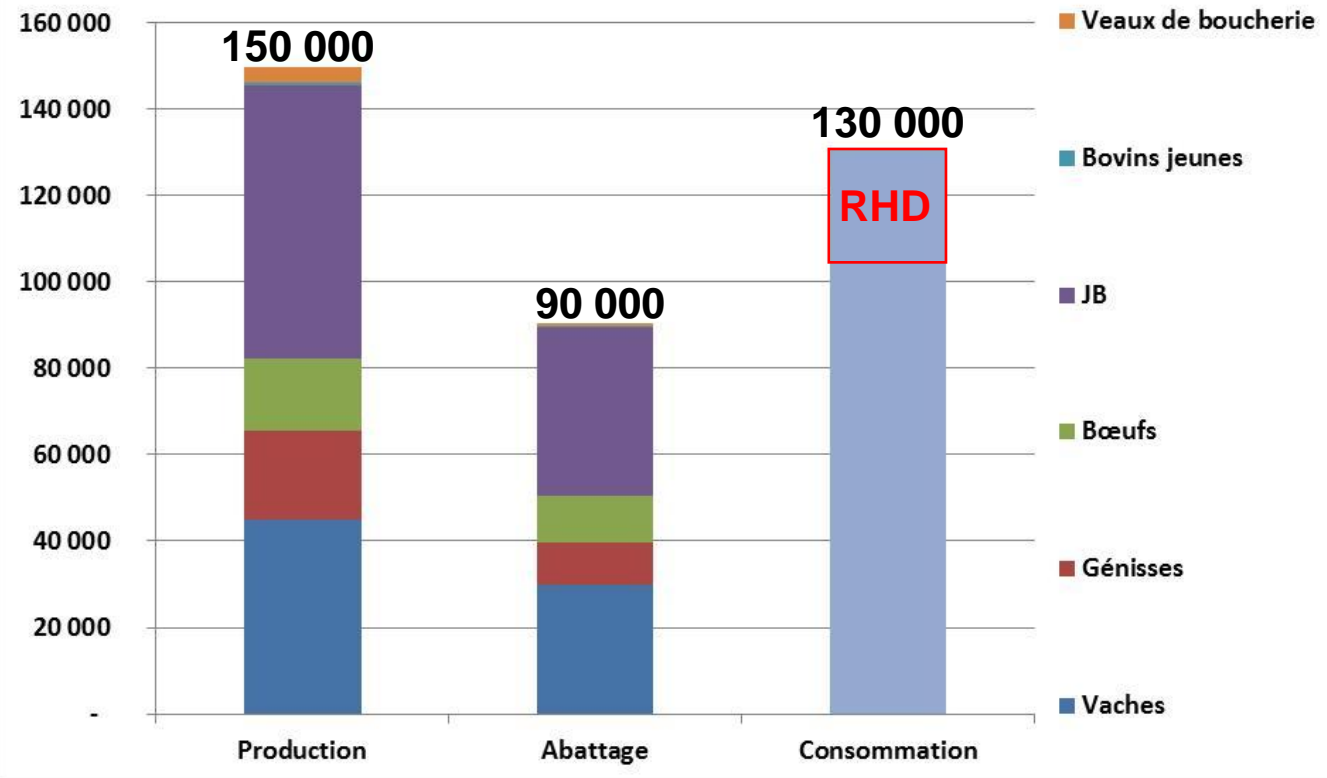
90 ktec
(dont 0,6 ktec de veau)



Adéquation O/D - Viande Bovine



Bilan Production/Consommation viande bovine Grand Est en 2015 (en Tec)



- ✓ Production suffisante
- ✓ Déficit d'abattage
- ✓ RHD = environ 20% des volumes totaux consommés (mais import)

Sources : SAA/AGRESTE et Interbev Grand Est



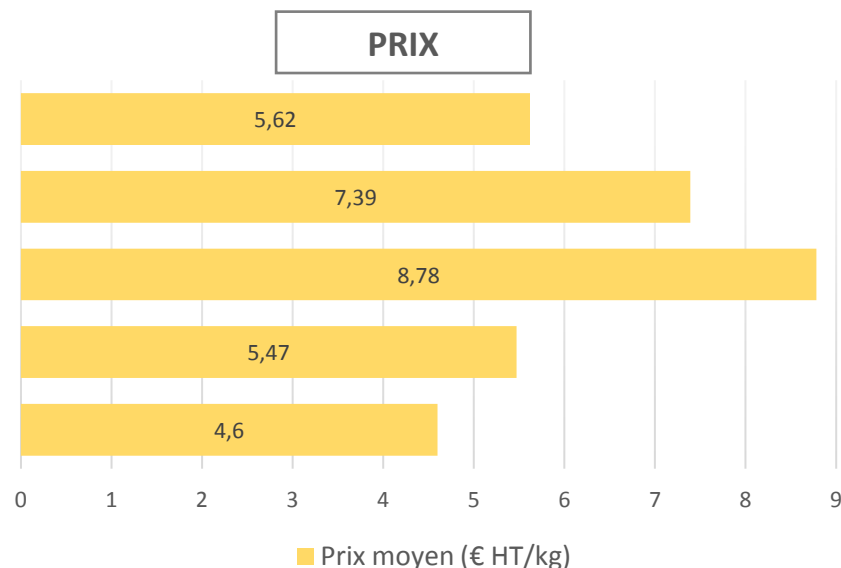
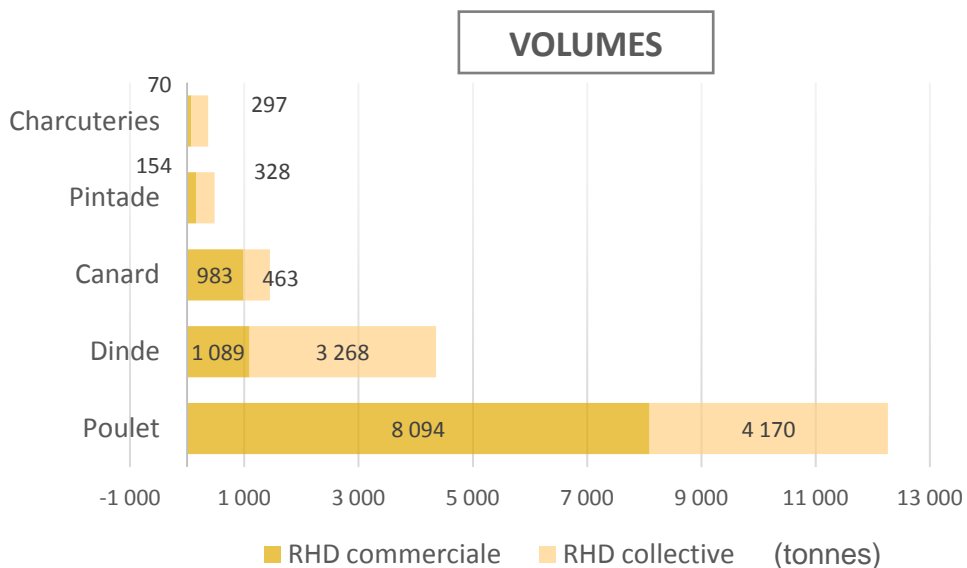
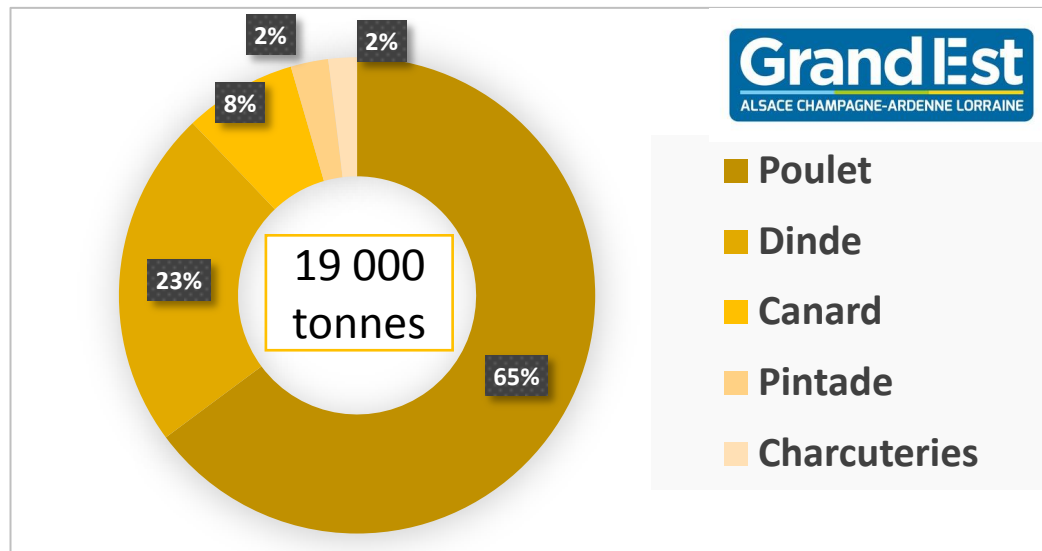
RHD Volailles



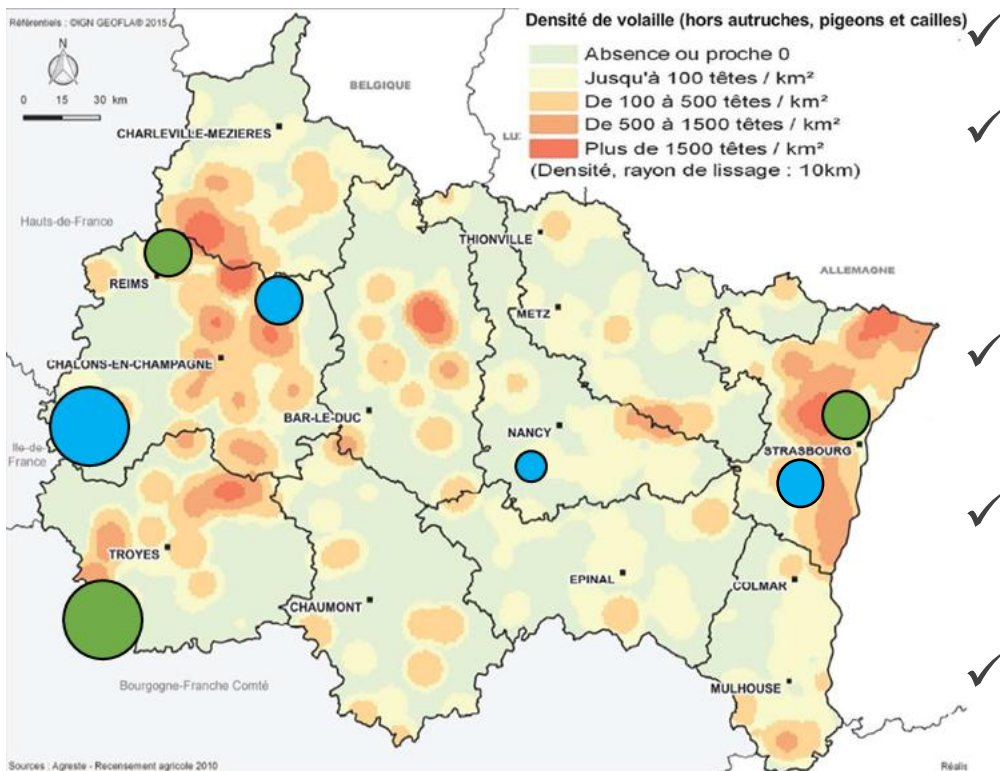
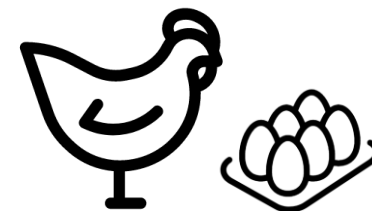
RHD Œufs



Marché estimé à **260 millions d'œufs / an**
dont **52% en coquille** et **47% en ovoproduits**



Production Volailles et Œufs



Abattoirs volailles



Centres de conditionnement d'œufs

- ✓ 91% de la production en poulets
- ✓ 2000/2015 : hausse de la production en poulets (+9 000 Tec / +28%), mais diminution de 11% en œufs
- ✓ Densité d'élevage très liée aux outils industriels
- ✓ Equilibre de développement en chair (standard / alternatif)
- ✓ Développement récent de la production d'œuf « alternatifs » : plein-air, label, bio

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

49 ktec
500 M œufs

SAA - AGRESTE

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

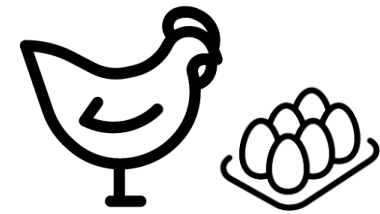


36

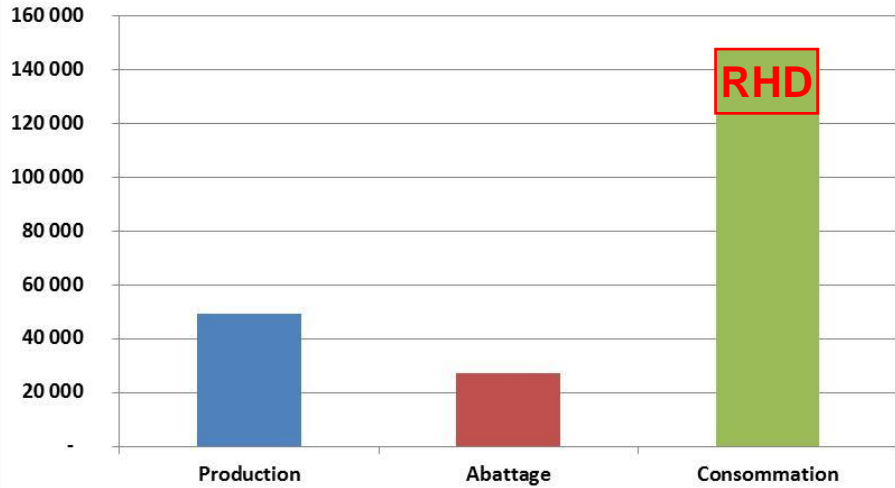
🍴🍴 Rencontre de la Restauration Hors Domicile



Adéquation O/D – Volailles et Œufs

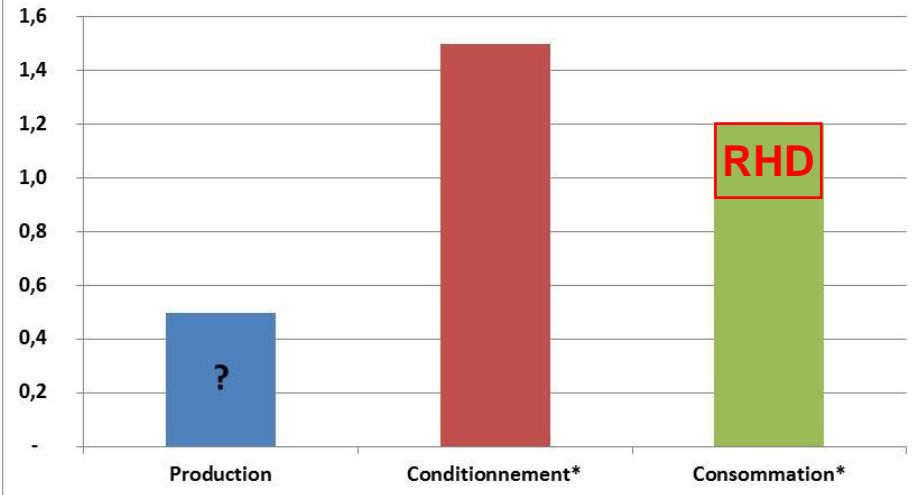


Bilan Production/Consommation viande volaille
Grand Est (en T)



- ✓ Fort déficit de production et d'abattage en volailles
- ✓ RHD = 15 à 20% des volumes totaux consommés

Bilan Production/Consommation oeufs
Grand Est (en Mds)

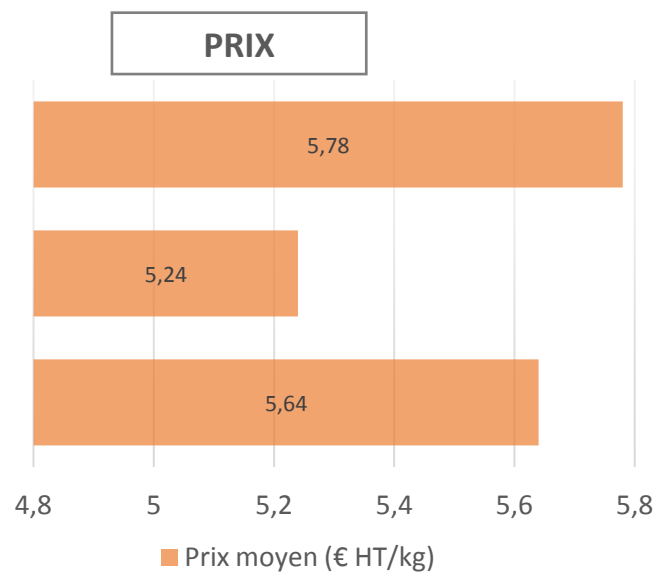
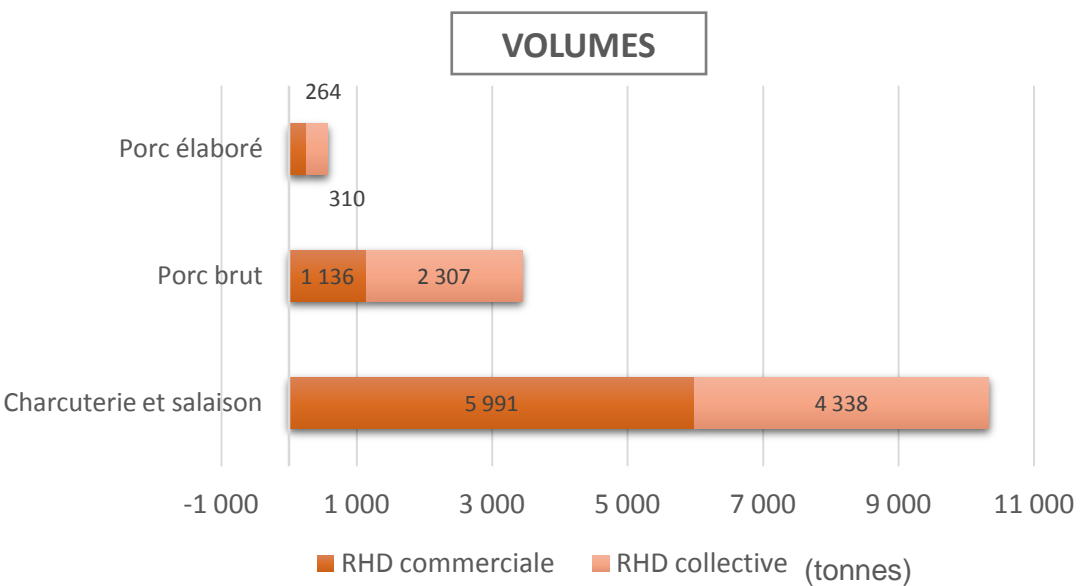
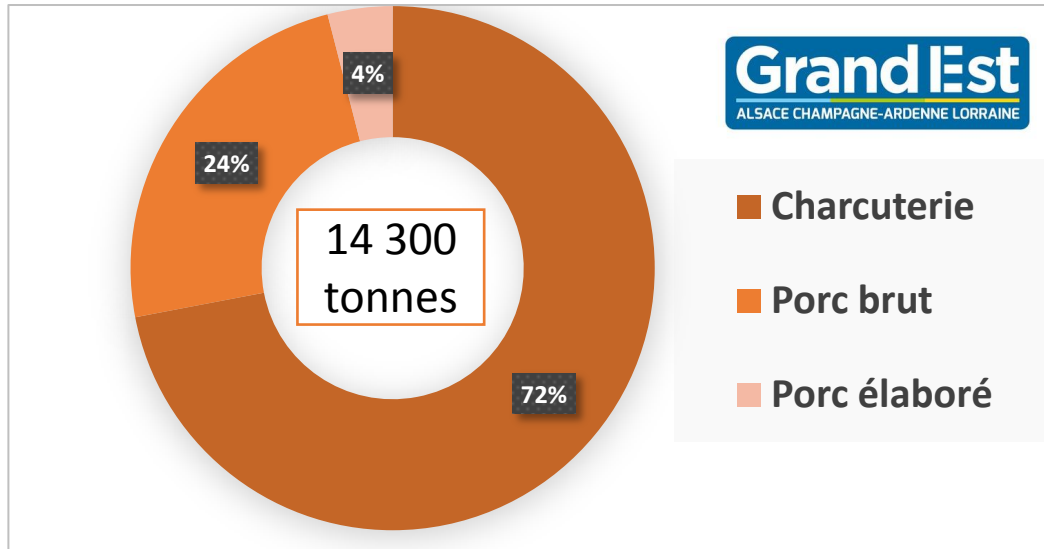
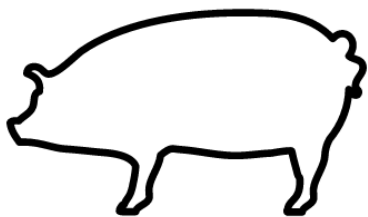


- ✓ Très bonne capacité de conditionnement en œufs, mais déficit de production Grand Est

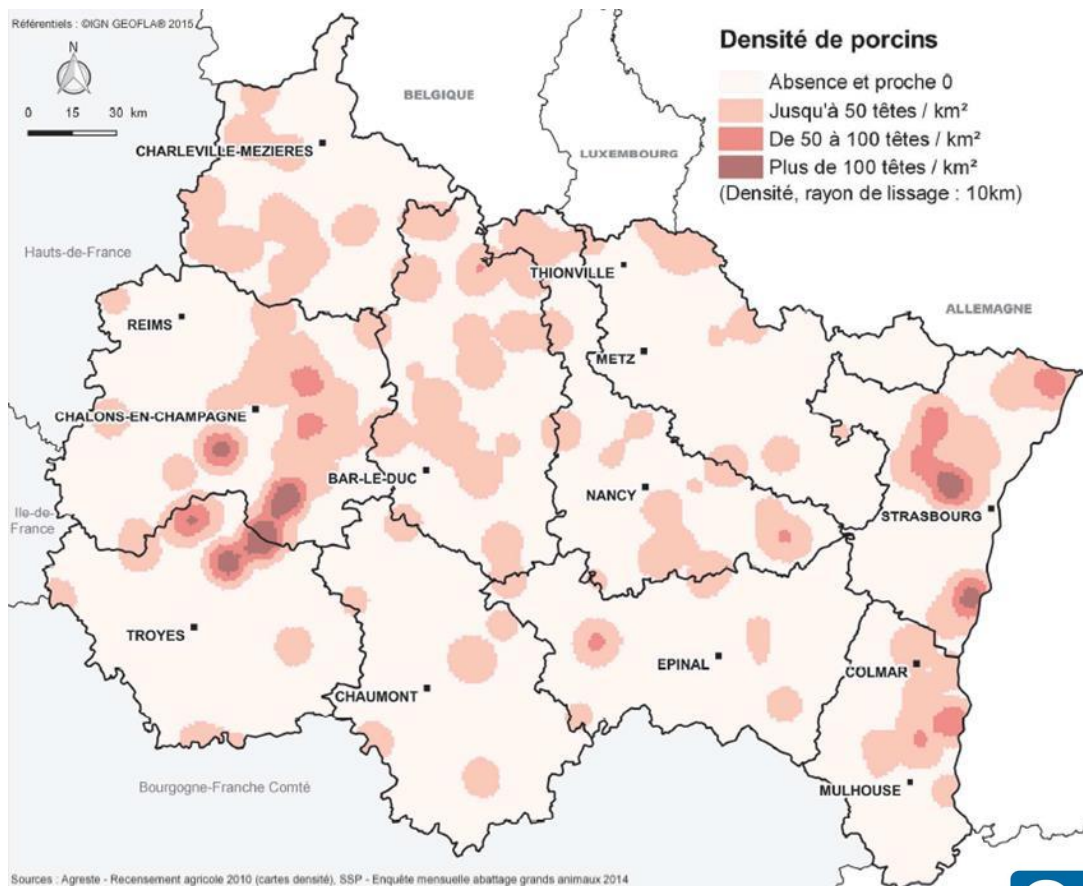
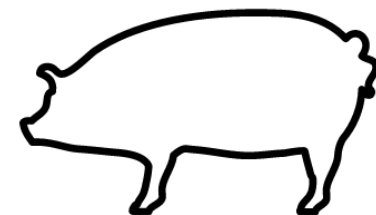
SAA/AGRESTE



RHD Porcs



Production Porcs



- ✓ 2000/2015 : **baisse de la production** (-3 000 Tec / -5%)
- ✓ Faible densité d'élevage, diffuse sur le territoire
- ✓ **Tailles des exploitations plus importante** au regard du national (résilience des systèmes, autonomie alimentaire, compétitivité)

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

53 ktec

SAA - AGRESTE

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

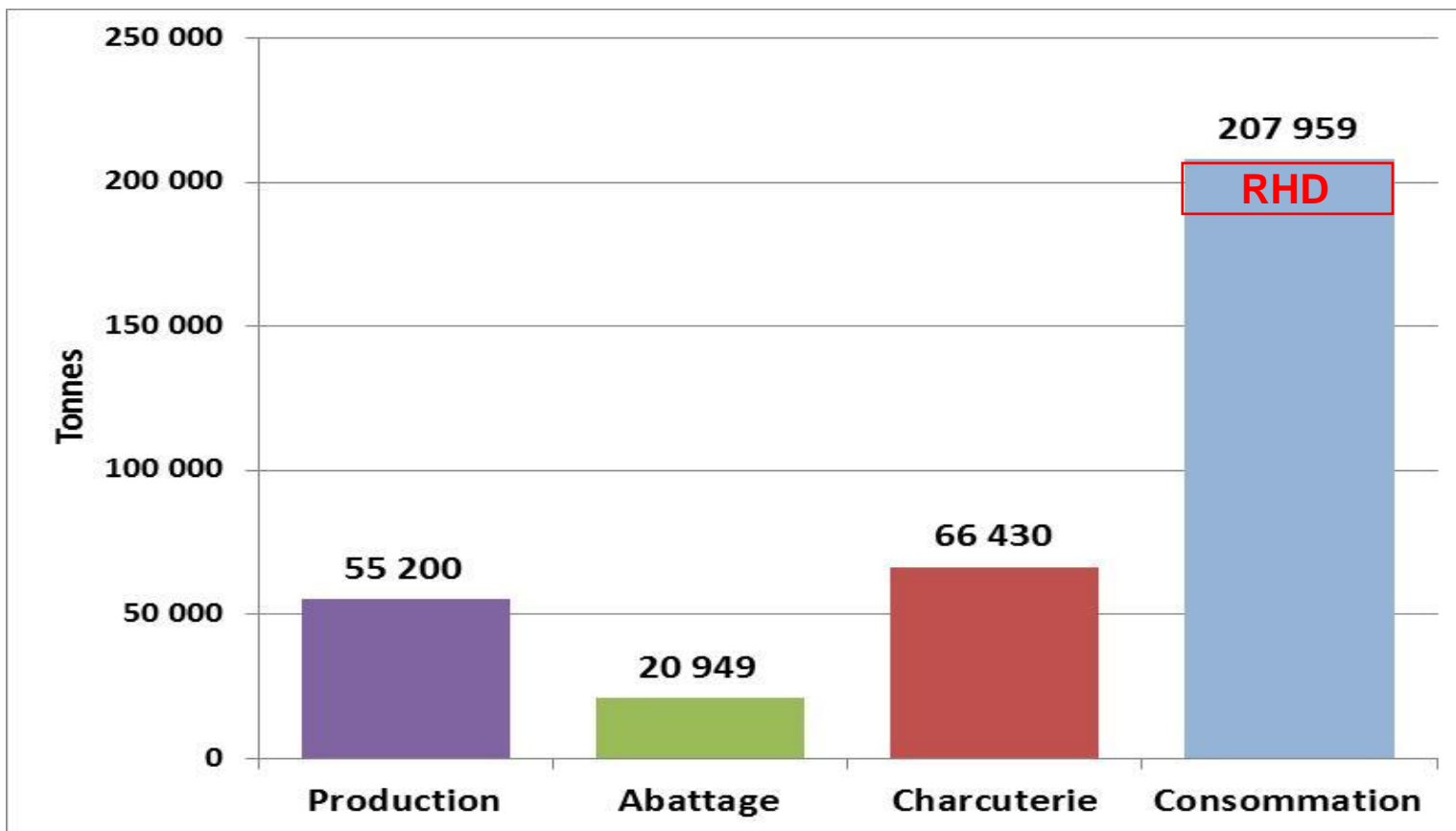
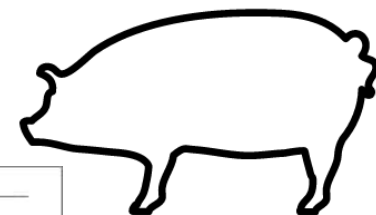


39

🍴🍴 Rencontre de la Restauration Hors Domicile



Adéquation O/D – Porcs

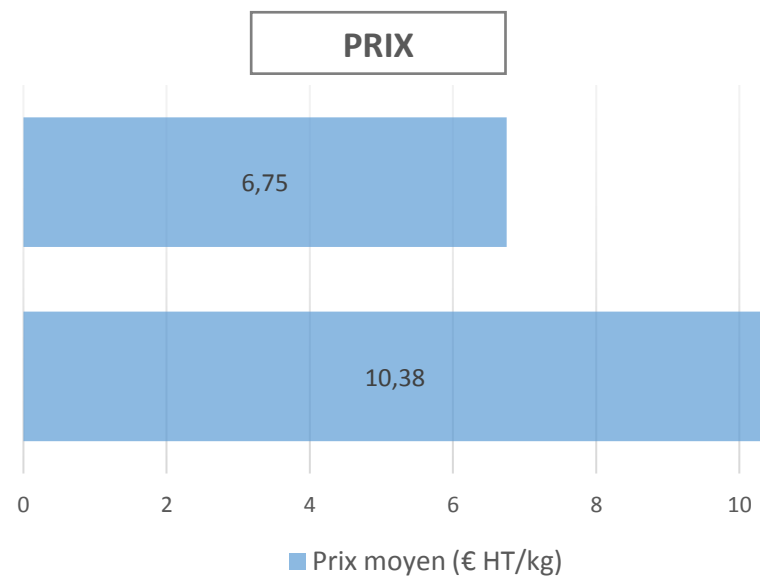
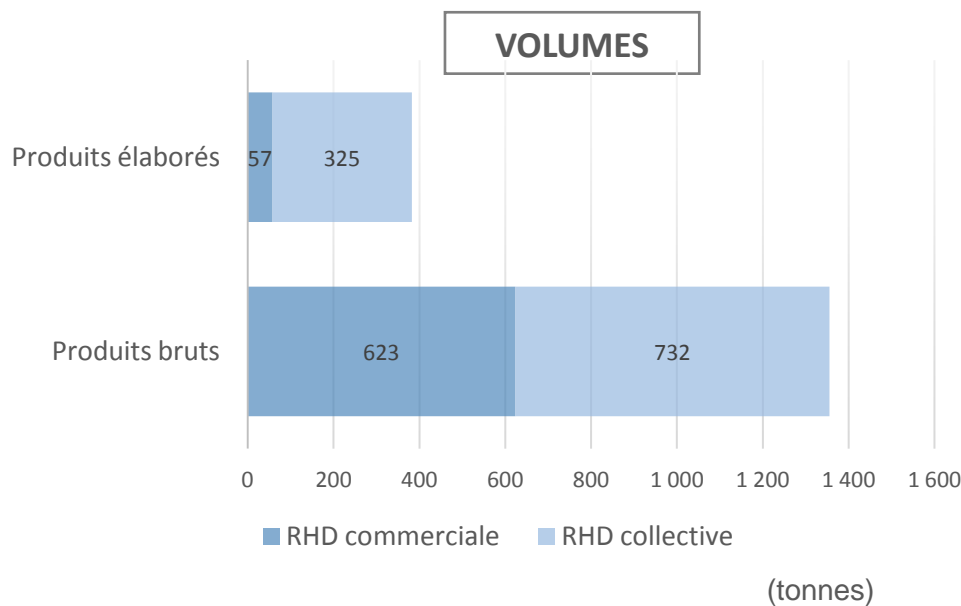
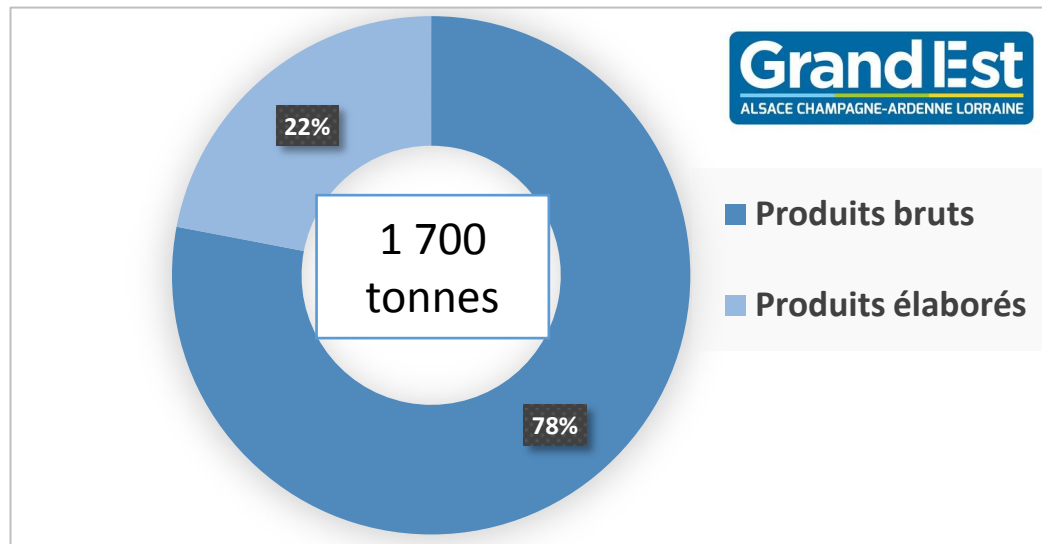
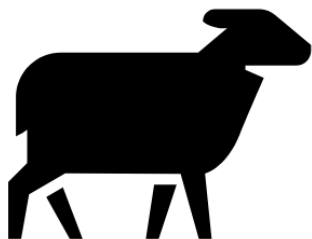


- ✓ Fort déficit de production et d'abattage
- ✓ RHD = 8 à 15% des volumes totaux consommés (GE « sur » consommateur)

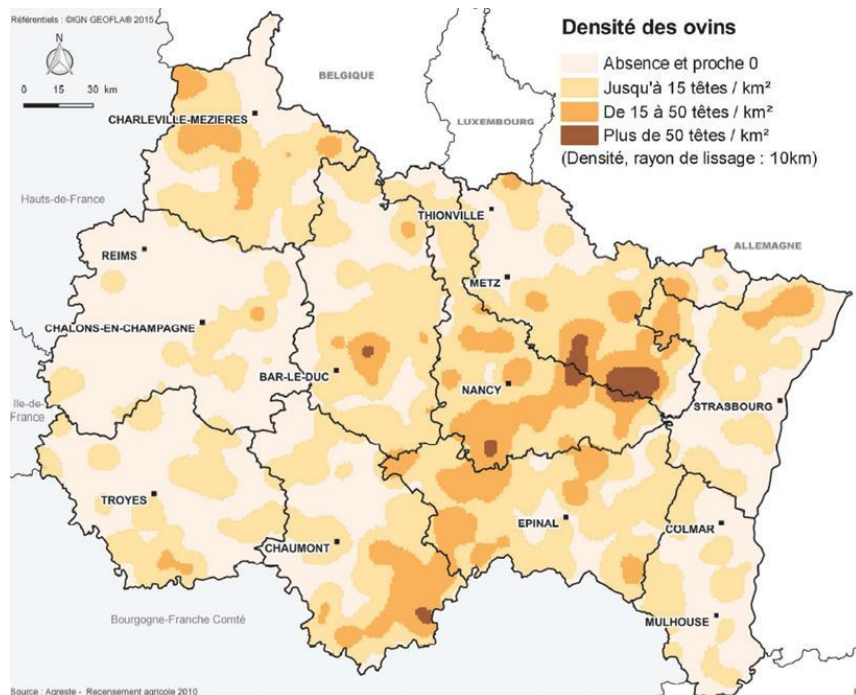
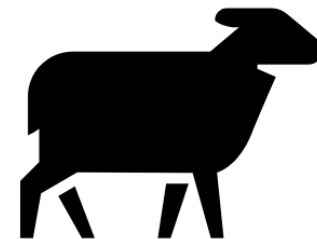
Sources : SAA/AGRESTE et Interbev Grand Est



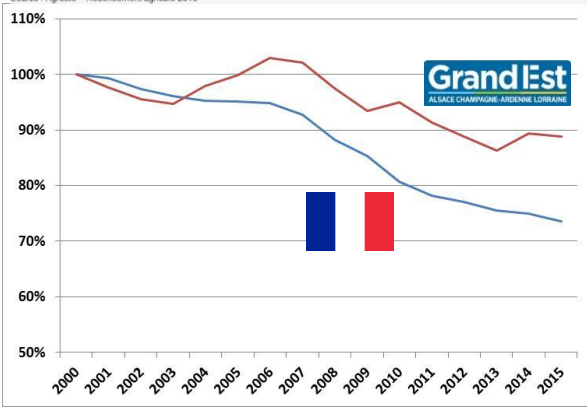
RHD - Ovins



Production Ovins



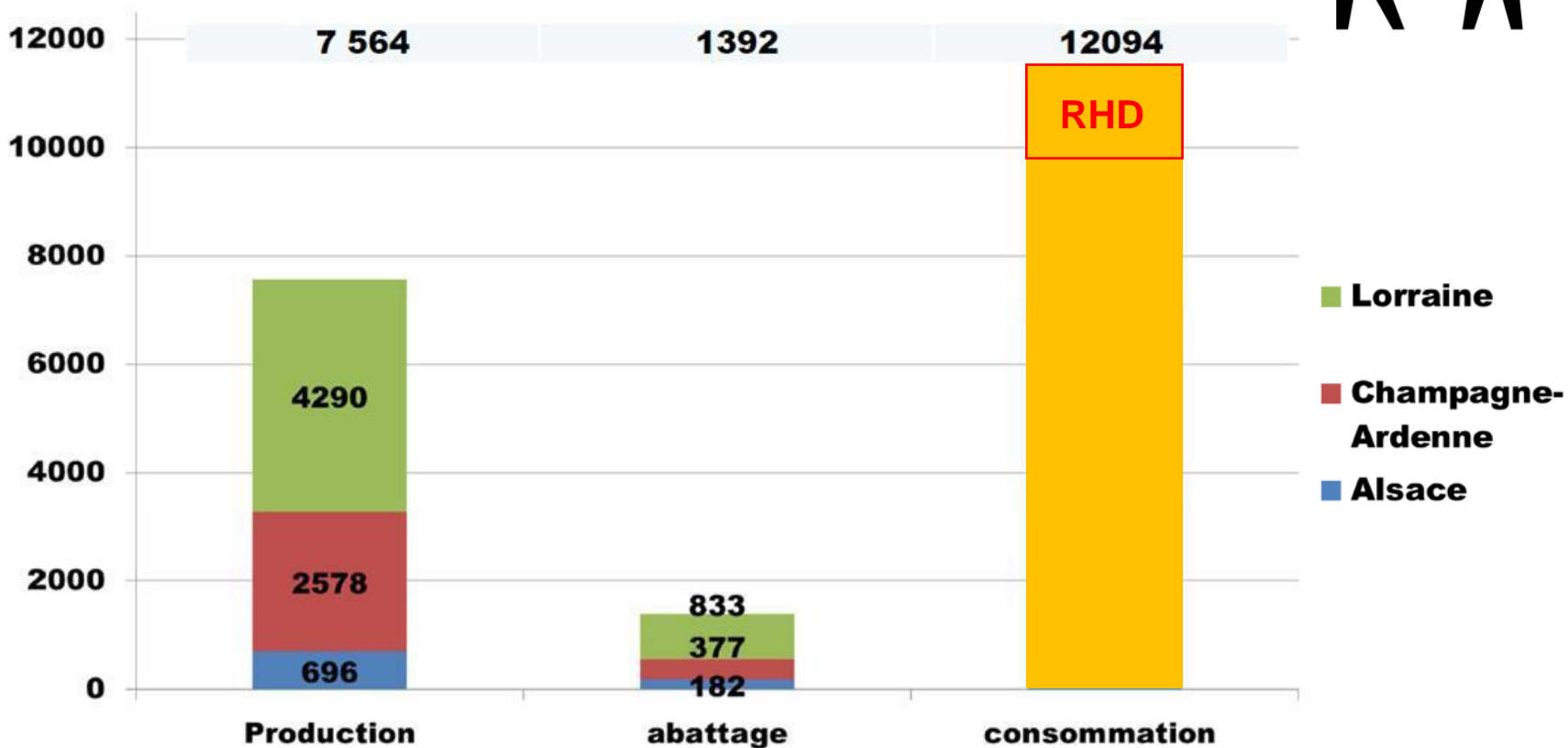
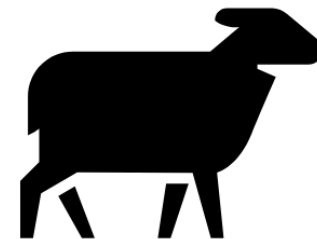
- ✓ 2000/2015 : baisse de la production (-1 000 Tec / -11%)
- ✓ Dynamique moins baissière au regard du déclin de la production France (-26% moyenne France)
- ✓ Troupeaux de grande taille au regard du national



7,5 ktec



Adéquation O/D – Ovins



- ✓ Un déficit très important d'abattage, alors que la production est importante
- ✓ RHD = environ 15% des volumes totaux consommés

SAA/AGRESTE et Interbev Grand Est



- RHD = 15 à 20% des volumes totaux consommés, selon les filières
- Capacités **d'abattage, découpe/transformation et conditionnement** : présence de grands groupes et de structures plus réduites, de proximité
- Présence de **marques territoriales**
- **Surproduction** en viande bovine et conditionnement œufs



- **Bovins** : déficit d'abattage au regard de la consommation et de la production - Outils de proximité fragiles – Problème d'équilibre carcasse en RHD
- **Volailles** : désert avicole au centre du Grand Est et fort besoins en capitaux dans un contexte instable (ex : fin des œufs cage en GD)
- **Porcs** : déficit de production diffus sur le territoire et besoins en capitaux
- Des filières qui doivent faire face à une **forte concurrence de l'import**



CONCLUSIONS ASSISES VIANDES – VOLET RHD

Atelier 2

OFFRE : hormis pour la viande bovine, l'offre régionale n'est pas suffisante



- ✓ Opportunité pour « remplir » les outils, notamment « de proximité » à l'équilibre fragile
- ✓ Des garanties durables à trouver pour permettre des investissements (10 à 15 ans vs 2 ans pour 1 marché RHD) : nécessité de travailler avec des **opérateurs qui s'engagent sur la durée** (souplesse du carnet de commande et contrats)
- ✓ **Aide à l'investissement et ingénierie financière** pour mise en production
- ✓ Un marché de la RHD qui n'est pas suffisant en soit



AO : le fonctionnement par appel d'offre limite les possibilités d'approvisionnement local



✓ **Des acheteurs à sensibiliser en amont :**

- Sourcing
- Gains possibles sur les coûts logistiques (allotissements géographiques)
- Respect de la saisonnalité
- Prise en compte de la charte « Bonnes Pratiques d'Elevage »
- Opportunité des « oraux »

✓ Opportunités en directe pour les plus petits volumes

CONCLUSIONS ASSISES VIANDES – VOLET RHD

Ateliers 1&2

PRIX : la concurrence avec les produits importés hors France est trop forte



- ✓ **Dialogue nécessaire sur les bassins de production** pertinent : production / transformation / SRC-Grossistes / cuisinier / acheteur public
- ✓ **Etre en mesure de produire ce que les consommateurs demandent**
- ✓ **Travailler sur l'acceptabilité de l'écart de prix**

Atelier 2

COMMUNICATION EXTERNE : la RHD n'est pas assez utilisée comme média de communication, au regard des pratiques de la grande distribution



- ✓ Utilisation des **réseaux sociaux et nouvelles e-technologies** (ex : QR-code) sur les actions positives « ceux qui jouent le jeu »
- ✓ **Rappel enjeux** : action indirecte pour sensibiliser les consommateurs « captifs » lors du repas



LA RHD DANS LE GRAND EST

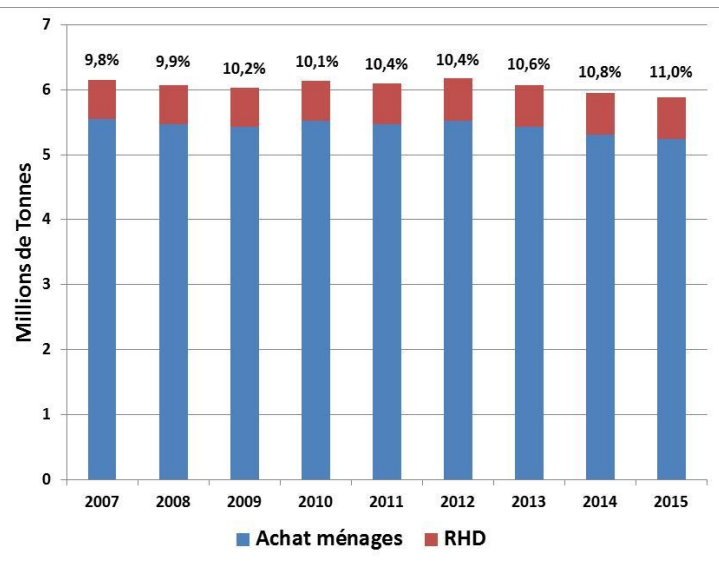
- Caractéristiques
- Fruits et légumes
- Viandes (Bovine, Ovine, Porcine, Volailles)
- **Produits laitiers** 



Un marché des produits laitiers dynamique dans une consommation globale à la baisse

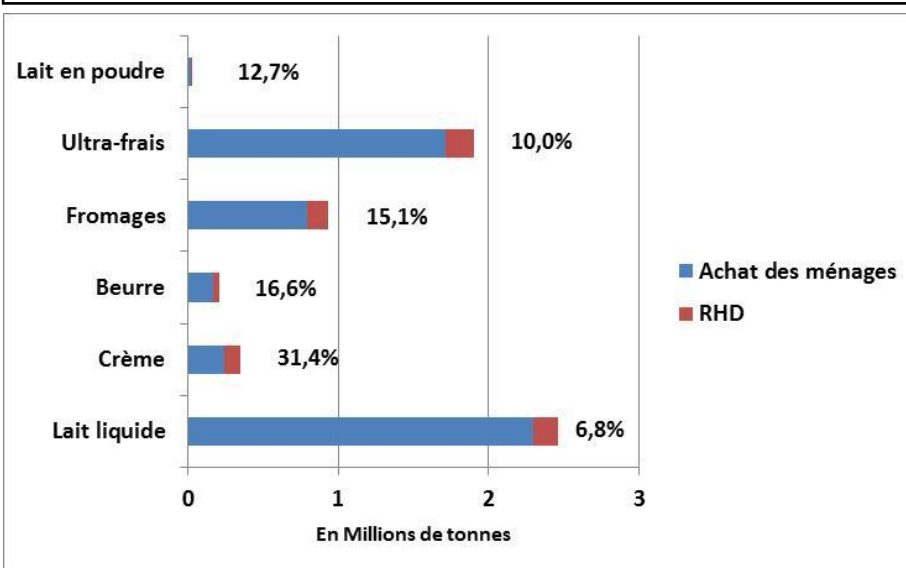


Evolution de la consommation de produits laitiers en France



✓ Une part relative qui tend à se renforcer pour la RHD : +5%, en volume, entre 2009 et 2015

Répartition de la consommation de produits laitiers entre les ménages et la RHD en 2015



- ✓ 2009/2015 : +2% à +17% suivant les familles de produits
- ✓ Lait liquide en perte de vitesse (-6% sur la même période)

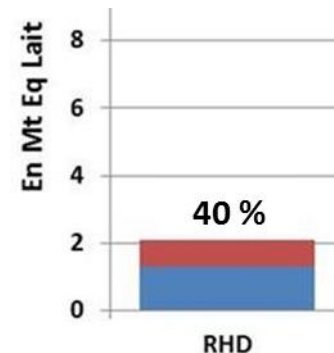
FIL/CIL, FranceAgriMer, CGAER et IDELE



Un marché national très concurrencé par les imports

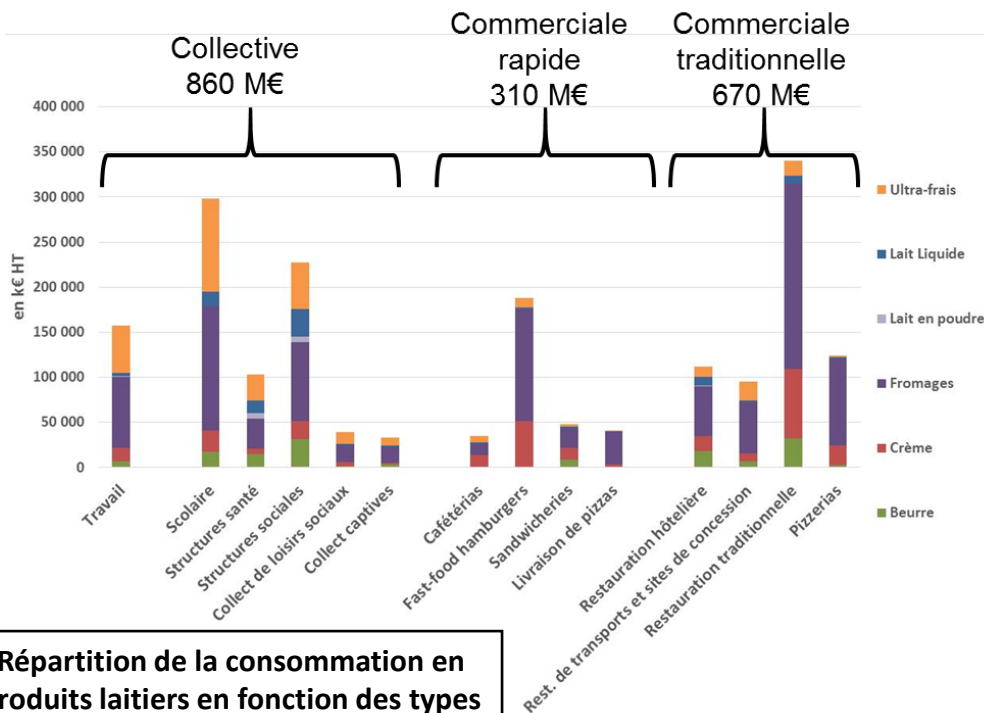


- ✓ 40 % des approvisionnements issus d'imports
- ✓ Forte majorité de produits UE
 - Produits spécifiques (fromages Italiens...)
 - Produits concurrents 1ers prix (laits conditionnés, râpés)



■ Origine France ■ Imports

Origine des produits laitiers commercialisés en 2015 en RHD



Répartition de la consommation en produits laitiers en fonction des types de restauration en 2015

- ✓ Une restauration de table « dopée » par le **fromage et la crème**, tandis que le scolaire est fortement consommateur d'**ultrafrais**
- ✓ Fastfood et pizzerias : **fromage** « industriel » à plus de 50%

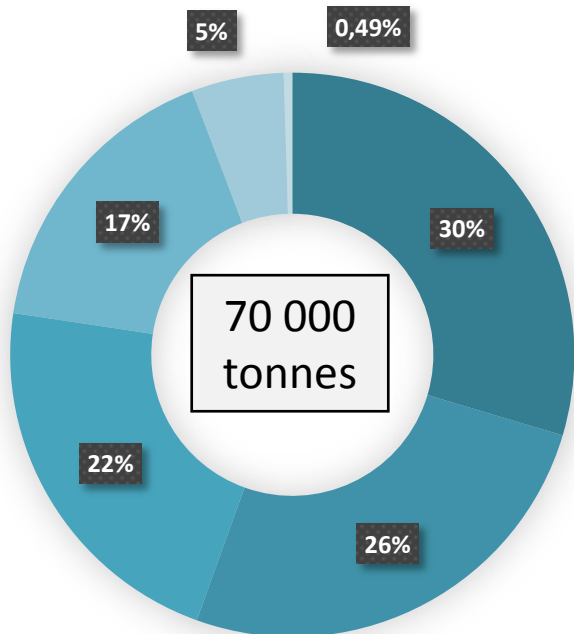
FIL/CIL, FranceAgriMer, CGAER et IDELE



RHD – Produits Laitiers



Répartition des tonnages en RHD

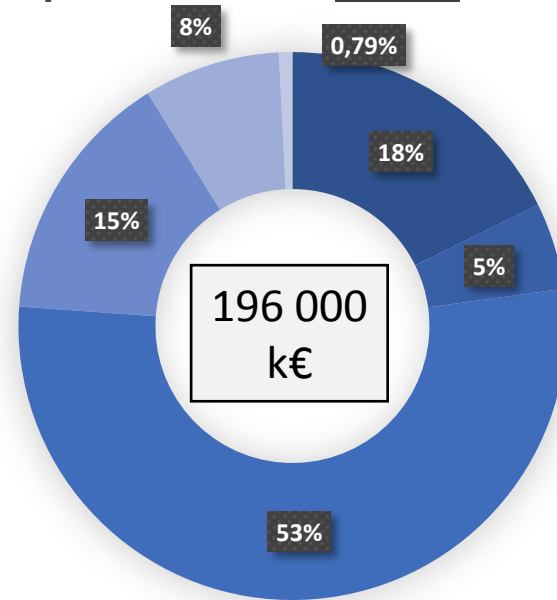


- Ultra-frais
- Lait Liquide
- Fromages
- Crème
- Beurre
- Lait en poudre



En **tonnages** : prédominance de l'ultra frais et du lait liquide pour plus de 50%

Répartition de la valeur en RHD



En **valeur** : des fromages qui prévalent pour plus de 53%

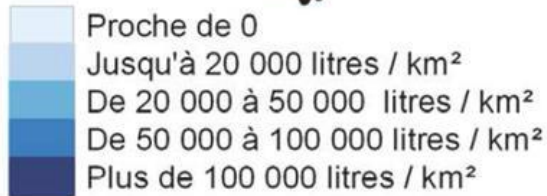
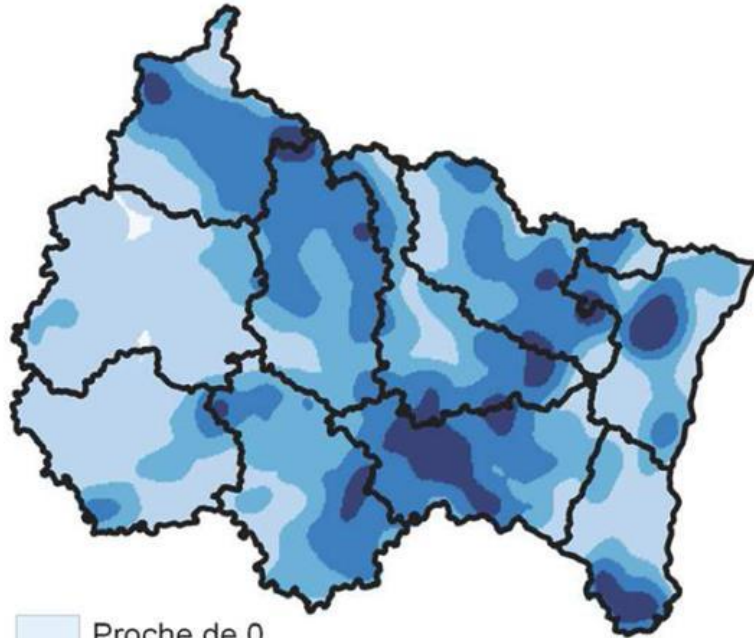
CNIEL 2015, sur données GIRA Food



Production laitière



Répartition de la production laitière sur le Grand Est (2014-2015)



(Quotas, rayon de lissage : 15km)

- ✓ Une région à vocation fromagère : 76% de la production laitière est transformée en fromages (le Grand Est produit 33% des fromages à pâtes molles de France)
- ✓ Une production confrontée à une baisse de prix de 20 % en 2 ans (=> 50 % des exploitations avec un revenu négatif en 2016)

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

Production
2,2 MdsL Lait

SAA – AGRESTE et Centre de gestion

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE



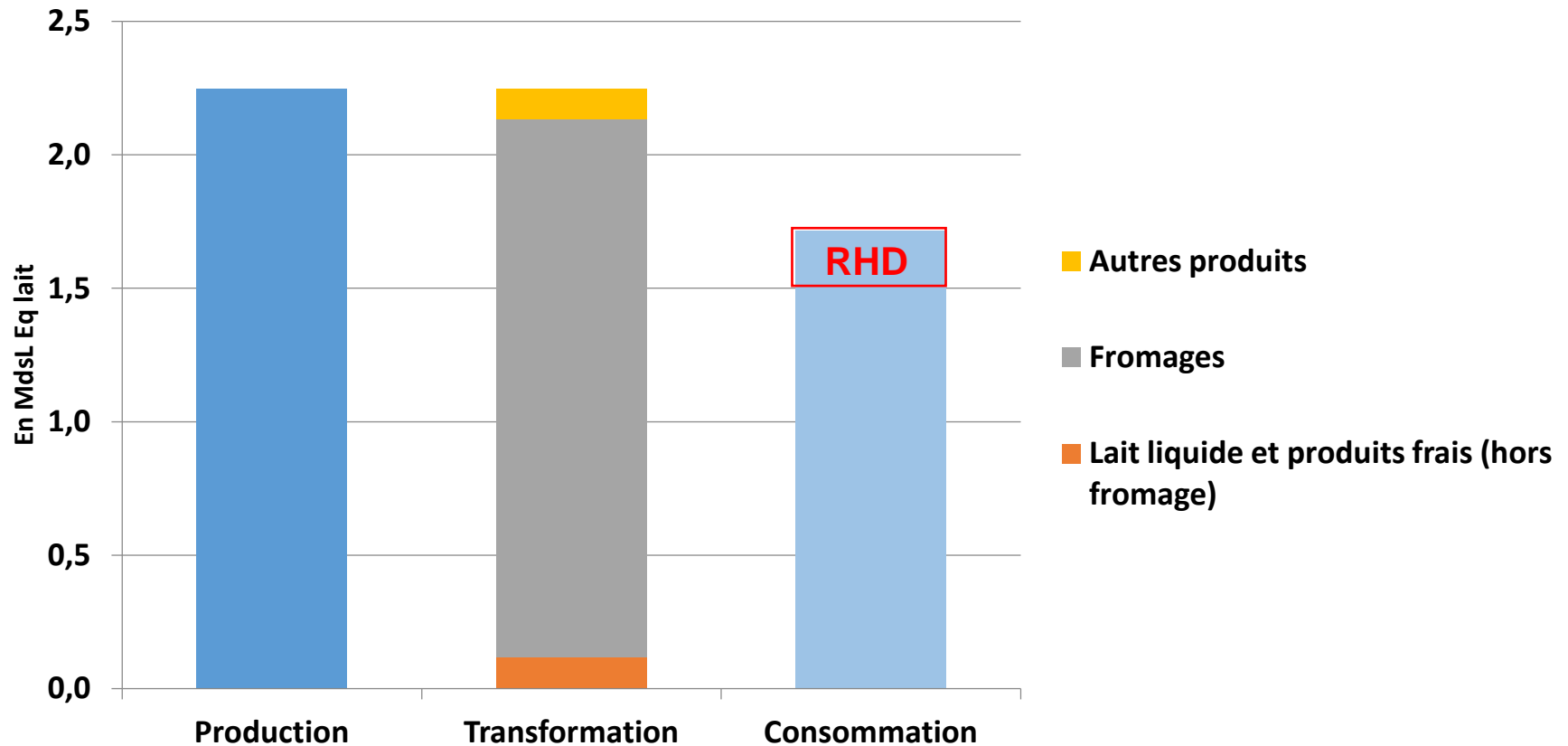
52

Rencontre de la Restauration Hors Domicile





Adéquation O/D – Produits laitiers



- ✓ Une production et une transformation excédentaires au regard de la consommation totale
- ✓ RHD = 10 à 30% des volumes totaux consommés selon les produits



CONCLUSIONS ASSISES PRODUITS LAITIERS – VOLET RHD



- RHD : 10 à 30% des volumes totaux consommés selon les produits et les filières
- Beaucoup de transformation fromagère, assurée par un tissu industriel dense (PME)
- Présence d'unités **ultra-frais** de taille variée



- **Une filière complexe qui doit cibler les produits et les opérateurs selon les besoins et les segments de RHD**
- **Des outils industriels majoritairement orientés sur l'export**
- Présence d'**AOP**, mais pas de stratégie affichée sur la RHD

Ateliers 1&2

OFFRE : l'offre GE suffisante en volume, mais est en inadéquation avec les besoins de la restauration



- ✓ **SOURCING** : une obligation pour les acheteurs publics à utiliser. Faire connaître les potentiels et les acteurs, en amont des cahiers des charges.
- ✓ **OUTILS** : RHD collective fort déficit de produits ultra-frais (yaourts et fromage blanc notamment) « identifier pour susciter ? » - Attention aux modèles économiques très complexes -> s'appuyer sur l'existant



CONCLUSIONS ASSISES PRODUITS LAITIERS – VOLET RHD

Ateliers 1&2

PRIX : la concurrence avec les produits importés hors France est trop forte



- ✓ Un effort politique fort nécessaire
- ✓ Des leviers d'action annexes possibles (réduction gaspillage, travail sur le conditionnement, ...)

Atelier 2

DEFICIT DE COMMUNICATION EXTERNE



- ✓ **RHD commerciale** : « le parent pauvre dans la restauration » au regard d'autres produits ; une communication à développer (PLV, étiquetage, logo...)
- ✓ **RHD Collective** : identité du terroir à conserver => s'appuyer sur les initiatives existantes notamment départementales

LES GRANDS CHANTIERS A METTRE EN OEUVRE



Le volet RHD des assises « en 2 mots »

- ✓ La RHD est un marché complémentaire, à mettre en cohérence avec les politiques publiques agricoles
 - **Marché pas suffisant** pour rémunérer seul l'économie agricole
 - Des problématiques de fond similaires à d'autres filières, à **mettre en cohérence** : installation, diversification, investissement, communication...
- ✓ **Pas de « solution miracle »**
 - Des freins à lever parfois **spécifiques aux filières ou aux bassins de production**
 - Des **leviers transversaux** à actionner : marchés publics / développement de l'offre / compétitivité prix / protection vis-à-vis des imports / ...



3 ateliers thématiques pour des solutions opérationnelles

ATELIER 1

ACCESSIBILITÉ AUX
MARCHÉ PUBLICS :
POSSIBILITÉS ET
POINTS D'ATTENTION

*Pour une meilleure
commande publique*

ATELIER 2

**CONSTRUIRE UNE
OFFRE EN PRODUITS
AGRICILES
RÉGIONAUX :**
LIENS POSSIBLES AVEC
LA DEMANDE

*Les besoins en produits
transformés ou emballés
La communication au convive*

ATELIER 3

**PLATEFORMES ET
OUTILS EXISTANTS
POUR LES PRODUITS
LOCAUX :**
OPTIMISATIONS
ENVISAGEABLES

*Pour une meilleure
logistique*

