

Peut on développer l'accessibilité à des produits locaux de qualité via un nouveau modèle de système alimentaire



**ISARA**  
AGRO SCHOOL FOR LIFE

UNIVERSITÉ  
LUMIÈRE  
LYON 2



Carole Chazoule  
HDR, Socio-économiste

# Mes travaux !



Comprendre et accompagner les systèmes alimentaires de qualité

S'intéresser aux filières locales et aux « grossissements » des circuits courts

Interroger l'émergence de formes qui hybrident le court et le long et l'engagement des acteurs intermédiaires dans le développement de nouveaux modèles

Poser la question des « collectifs hybrides » dans la transition et le rôle des territoires

Comprendre les innovations

Travailler avec les acteurs

S'intéresser aux changements d'échelles

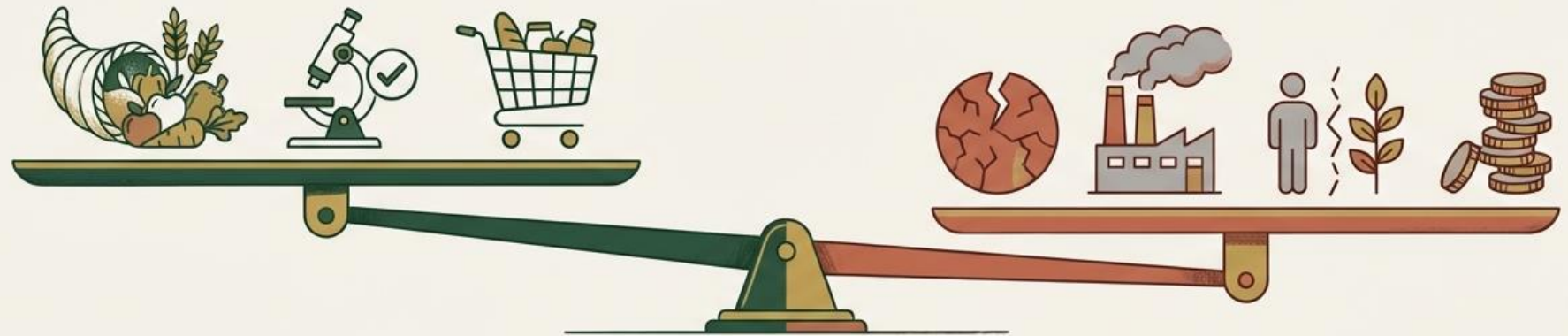
S'intéresser aux acteurs intermédiaires

S'intéresser aux réseaux



La question des expérimentations de SSA

# Nourrir le monde, mais à quel prix ? Le paradoxe du système agro-industriel.



## Une réussite historique (L'âge agro-tertiaire)

- Augmentation spectaculaire de la productivité : "En 1980, un seul agriculteur peut nourrir 30 personnes."
- Accessibilité et sécurité sanitaire garanties pour une population en croissance.
- Développement d'un secteur économique majeur, créateur de valeur et d'emplois.

## Un modèle à bout de souffle

- **Non-durabilité systémique** : Épuisement des ressources (sols, eau), perte de biodiversité, contribution de plus de 30% aux émissions de gaz à effet de serre.
- **Déconnexion profonde** : L'aliment devient un "Objet Comestible Non Identifié" (OCNI), coupant les liens entre le consommateur, le produit et son origine (Claude Fischler).
- **Iniquité structurelle** : La valeur se déplace vers l'aval, affaiblissant la rémunération des agriculteurs et favorisant une concentration extrême du pouvoir (10 entreprises représentent 37,5% du marché).



# Le modèle dominant génère des coûts cachés insoutenables

## Pilier Environnemental (Métabolisme Minier) :

Responsable de plus de **30%** des émissions mondiales de gaz à effet de serre et de **70%** des prélèvements d'eau douce (IPCC).

Perte de **75%** de la diversité des plantes cultivées.

**Le Facteur Central :**  
**Le système mondial génère 12000 milliards de dollars de coûts cachés par an**  
(10% du PIB mondial, FAO 2023).

## Pilier Socio-Économique (Oligopole à franges) :

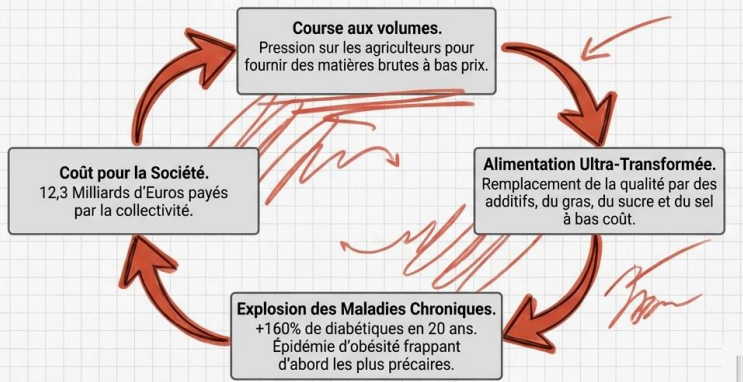
Ultra-concentration de la valeur. Aux États-Unis, **4%** des plus grandes exploitations captent **66%** des revenus.

Dépendance totale aux firmes multinationales.

## Pilier Santé & Nutrition (Déconnexion) :

Multiplication des maladies chroniques (obésité, diabète) liées à la sur-transformation et à l'usage massif de pesticides chimiques (**64%** des terres agricoles polluées).

## L'Illusion du "Pas Cher" : La Boucle de la Dette Sanitaire



**L'alimentation bon marché à la caisse est la plus coûteuse pour nos vies et notre système de santé.**

## La Facture Invisible : 19 Milliards d'Euros de Réparations

**FRAIS RÉELS DE SANTÉ**

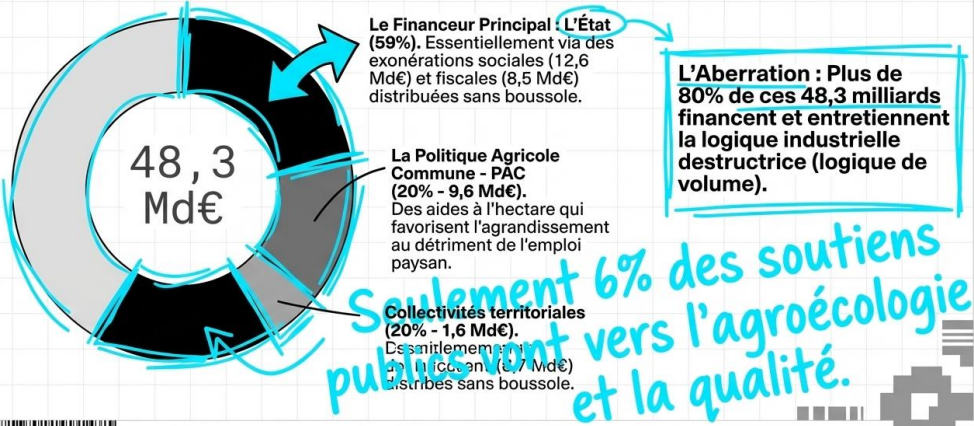
1. Santé (12,3 Md€) : Prise en charge des maladies liées à l'alimentation (obésité, diabète) et maladies professionnelles (pesticides).	12,3 Md€
2. Environnement (3,4 Md€) : Dépollution de l'eau, gestion des déchets, pollution de l'air.	3,4 Md€
3. Social (3,4 Md€) : Compensation de la précarité (aide alimentaire, soutien aux revenus faibles de la chaîne).	X 00 €

**19 Milliards d'euros** !!!

*This is massively underestimated. Real biodiversity loss is unpriced.*

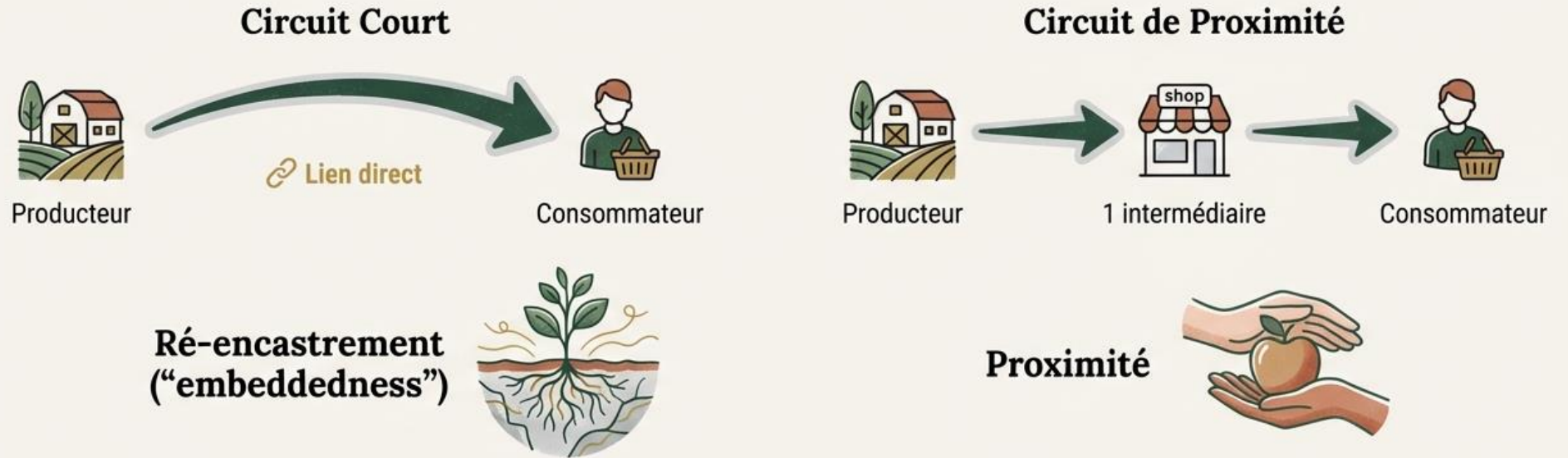
**19 Milliards d'euros par an payés par nos impôts pour réparer les dégâts d'un système à bout de souffle.**

## L'Argent Public Aveugle : 48,3 Milliards d'Euros de Soutien



<https://www.secours-catholique.org/m-informer/publications/linjuste-prix-de-notre-alimentation>

## Les circuits courts : une réponse nécessaire, une solution incomplète.



### La promesse d'une reconnexion

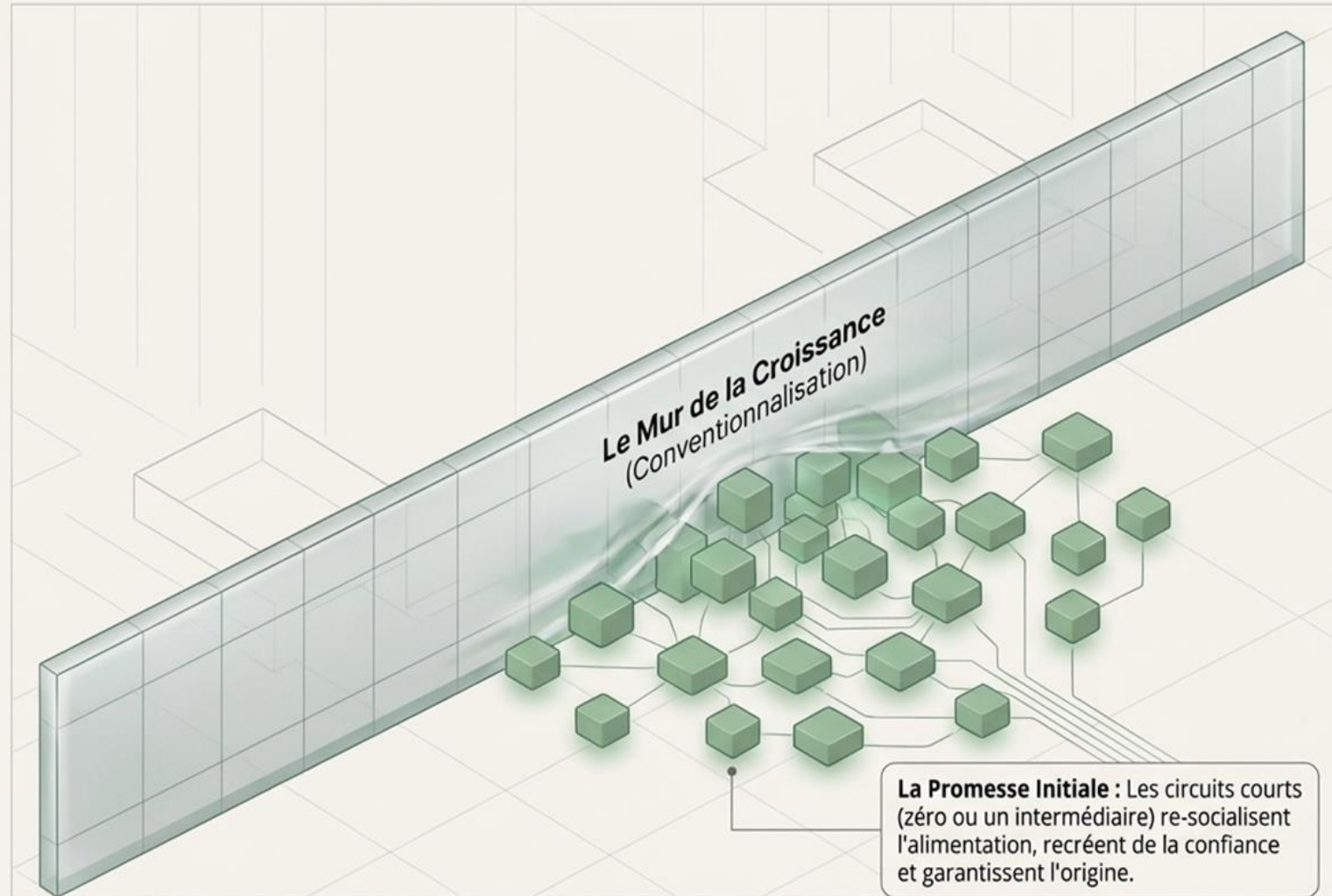
- En opposition au modèle dominant, les circuits courts visent à "re-socialiser" et "re-spatialiser" l'alimentation.
- Ils restaurent la confiance, la transparence et le lien direct, valorisant des actifs immatériels et le métier d'agriculteur.
- Ils sont perçus comme un levier de développement des territoires et de pratiques plus écologiques.

### Les limites d'un changement d'échelle

- **Risque de conventionnalisation** : En grossissant, les alternatives peuvent adopter les logiques du système dominant (pression sur les prix, standardisation).
- **Difficulté à approvisionner des marchés de masse** : Les circuits courts peinent à fournir les volumes, la régularité et la logistique nécessaires pour la restauration collective ou la grande distribution.
- **L'impasse** : Les circuits courts seuls ne peuvent porter la transition globale du système. Comment changer d'échelle sans perdre les valeurs qui font leur force ?



## L'alternative parfaite se heurte au plafond de verre du changement d'échelle



### Le Mur de la Croissance :



**- Volume Limité :**  
Incapacité à nourrir des bassins de population denses ou la restauration collective.



**- Épuisement :** Le temps de commercialisation direct pèse lourdement sur les coûts de production et l'épuisement des agriculteurs.



**- Risque de Dérive :**  
Lorsque l'Agriculture Biologique grandit de manière conventionnelle, elle subit des pressions sur les prix et délocalise, perdant ses valeurs fondatrices.

# L'ADN d'un Collectif Hybride

## Collectif

Briser les silos sectoriels.  
Rassembler agriculteurs,  
transformateurs, distributeurs  
et collectivités au sein d'une  
gouvernance partagée.

## Projet Commun

Une **transition actée vers  
des systèmes alimentaires  
équitables, ancrés  
territorialement**, qui dépassent  
la simple transaction  
commerciale.

## Hybridation

**Fusionner l'efficacité  
logistique** des circuits longs  
avec les **valeurs éthiques  
des circuits courts**.  
(ex: plateformes logistiques  
mutualisées).

## Le SyAM

**L'utopie concrète :**  
des actions réalisables,  
ici et maintenant.

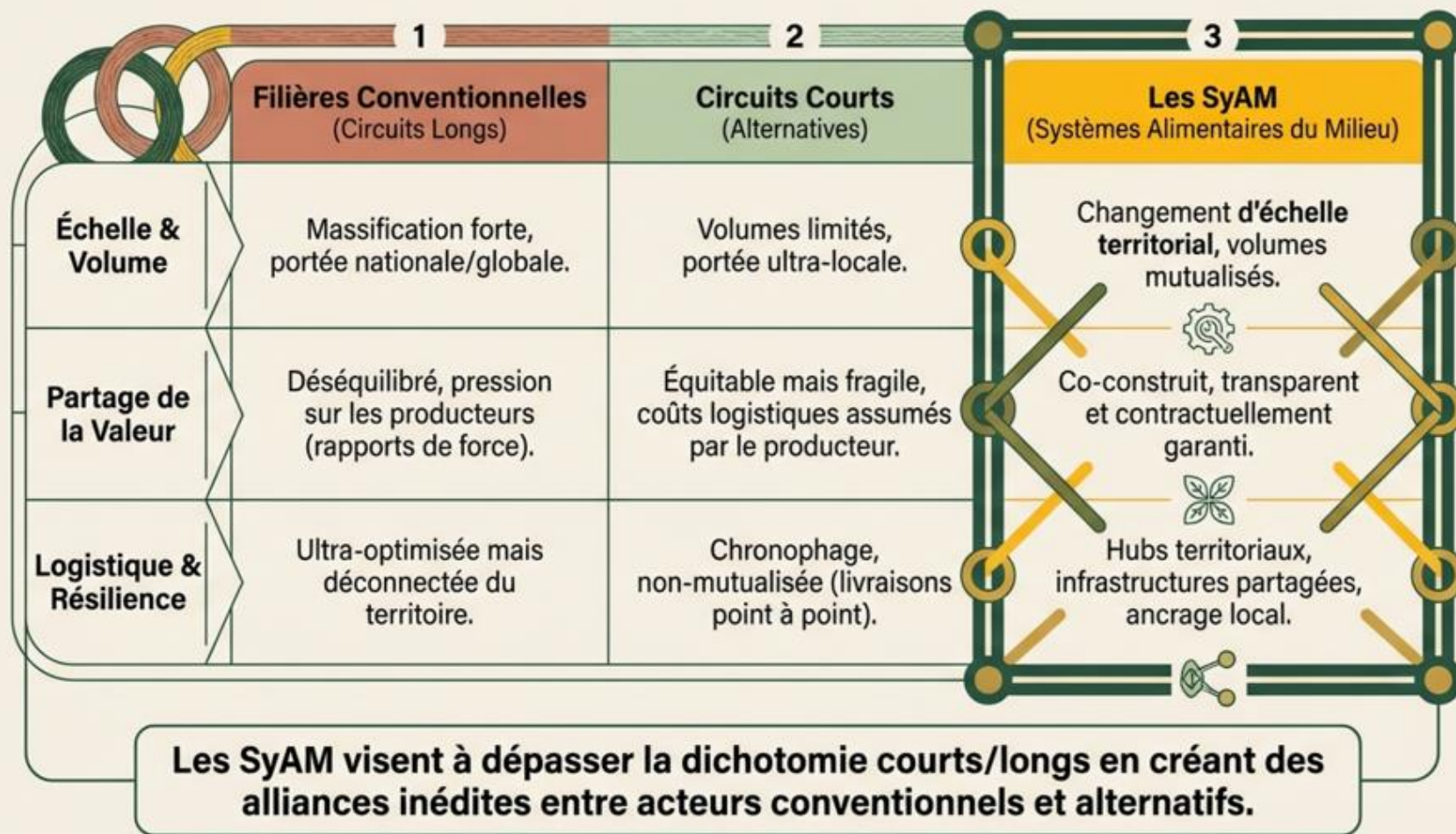
**SyAM**

**Système Alimentaire du Milieu**

<https://www.psdr-ra.fr/boite-a-outils/systemes-alimentaires-du-milieu>

<https://www.youtube.com/watch?v=kxbZnmlA5J0&t=4s>

## Dépasser la Dichotomie : La Voie du Milieu



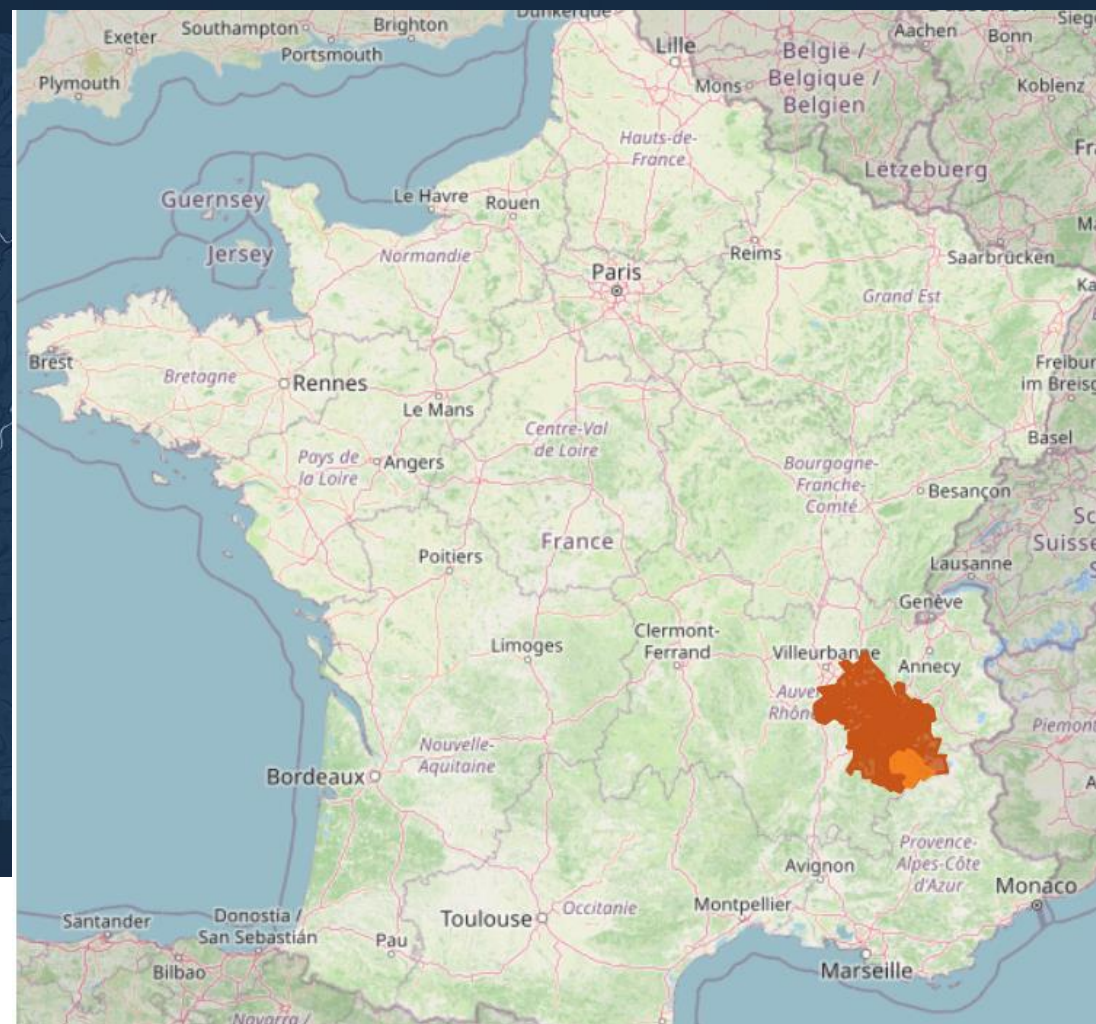
# L'Isère : Un laboratoire territorial pionnier

**Population** : 1,28 million d'habitants.

**Territoire** : 7 431 km<sup>2</sup>.

**Statut** : PAT de Niveau 2 (Obtenu directement en 2021).

**Pourquoi l'échelon départemental ?** Il est le seul garantissant une offre agricole suffisamment diversifiée diversifiée tout en ayant la légitimité pour connecter les vastes bassins de production aux grands pôles urbains de consommation. Le Département agit comme le « tisserand » du système.



**Chiffres clés du territoire**



**Contexte**

**1 284 948** habitants  
**512** communes  
**163,08** habitants/km<sup>2</sup>  
**7 879,49**km<sup>2</sup> de communes  
**5 167,83** ha artificialisés



**Caractéristiques socio-économiques**

**11.8%** de taux de pauvreté  
**8,39%** de chômage  
**22 850€** de revenu médian



**Lutte contre la précarité alimentaire**

**5** association(s) luttant contre la précarité alimentaire  
**0,01** associations par 10 km<sup>2</sup>  
**0,00** associations par 1000 habitants



**Organisation de l'espace agricole**

**294 064,37** ha de SAU  
 ● **37,32%** de SAU  
 ● dont **12,45%** de la SAU en bio  
 ● dont **4,00%** de légumineuses dont **34,30%** de prairies permanentes



**Structures agricoles**

**4830** exploitations  
**924** exploitations en bio



**Enjeux environnementaux liés à l'agriculture**

Taux de produits phytopharmaceutiques **inférieur à 0,01 ug** par litre d'eau  
 Taux de nitrates **> 50 mg** par litre d'eau  
 ● **76 744 988,68** m<sup>3</sup> d'eau utilisée pour l'irrigation  
**en hausse de 5,09%** depuis 5 ans  
**40,04** m de haie/ha de SAU



**Distribution**

**1 677** enseignes de distribution dont **241** GMS (grandes et moyennes surfaces)



**Transformation**

**9 237** emplois dans la transformation  
 ● **+12,39%** des emplois dans la transformation depuis 5 ans



**Restauration collective**

**599** restaurants collectifs sur le territoire inscrits sur ma cantine  
 ● dont **185** restaurants collectifs qui ont fait leur télédéclaration sur ma cantine

● Labellisation niveau 2

# Développer les circuits courts et les SyAM

## Conforter une offre alimentaire territoriale de qualité

- **Soutien aux circuits courts et à la vente directe** : Développement de points de vente collectifs et du réseau des AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) pour favoriser la vente directe des producteurs aux consommateurs.
- **Aides à la modernisation des exploitations** : Accompagnement des agriculteurs pour la transition vers l'agriculture biologique ou la certification Haute Valeur Environnementale (HVE), ainsi que pour la sécurisation des productions face aux aléas climatiques.
- **Protection des espaces agricoles** : Accompagnement de la mise en place du dispositif PAEN (Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains) pour préserver le foncier agricole.

## 2. Mettre en lien l'offre et la demande locales

- **Structuration des filières de proximité** : Appui du Pôle agroalimentaire de l'Isère pour développer de nouveaux circuits de commercialisation rémunérateurs, notamment en grandes et moyennes surfaces (GMS) et en magasins de proximité.
- **Promotion de la marque « Nos produits ISHERE »** : Cette marque garantit l'origine locale, la juste rémunération des producteurs et la qualité des produits (bio ou HVE). Des actions de communication et d'événementiel sont menées pour promouvoir les produits isérois (AOP, IGP, ISHERE) auprès du grand public et des professionnels (restaurateurs, traiteurs, structures touristiques).



# Etre acteur de l'éducation et de l'accessibilité

## 3. Utiliser le levier de la restauration collective

- **Augmentation de la part de produits bio et locaux dans les cantines** : Objectif de 100 % de produits locaux et/ou bio dans les repas des collégiens. Le Département agit comme acheteur responsable en développant la Centrale d'Achats Départementale de l'Isère (CADI) pour faciliter l'accès des producteurs locaux à la commande publique.
- **Tarif unique à 2 € le repas** pour tous les collégiens, afin de rendre accessible une alimentation de qualité.
- **Lutte contre le gaspillage alimentaire** et suppression des contenants en plastique dans les collèges.

## 4. Favoriser l'accès des publics fragiles à une alimentation de qualité

- **Partenariats avec les banques alimentaires et les structures sociales** : Actions pour améliorer l'accès à une alimentation locale et de qualité dans les établissements sociaux et médico-sociaux (EHPAD, MECS, etc.).
- **Programme de formation « Nourrir ses plaisirs en EHPAD »** : Sensibilisation et formation des acteurs professionnels sur les liens entre alimentation et santé, avec des opérations tests dans des établissements pour personnes âgées.
- **Éducation alimentaire** : Sensibilisation des jeunes (collégiens) et des familles à une alimentation saine et durable, avec des ateliers et des événements grand public.



# Une politique alimentaire de longue date qui est une ressource pour le développement des SyAM



**2005**

**Stimuler la demande.**

Lancement de "Manger Bio et Autrement". Animations et plateformes numériques pour les collèves.

**2010**

**Structurer l'offre.**

Soutien aux outils physiques intermédiaires sous contrôle agricole (plateformes, légumeries).

**2012**

**Maîtriser l'achat public.**

Création des cuisines mutualisées et ingénierie de la commande publique.

**2018+**

**Orchestrer les filières.**

Création du Pôle Agroalimentaire et lancement de la marque institutionnelle.

# Comment le département est devenu un acteur des SyAM



## Levier 1 : Structurer l'offre physique intermédiaire

Pour massifier l'offre territoriale sans perdre l'ancrage local, la collectivité a co-financé des outils de transformation physique gérés par les producteurs eux-mêmes.

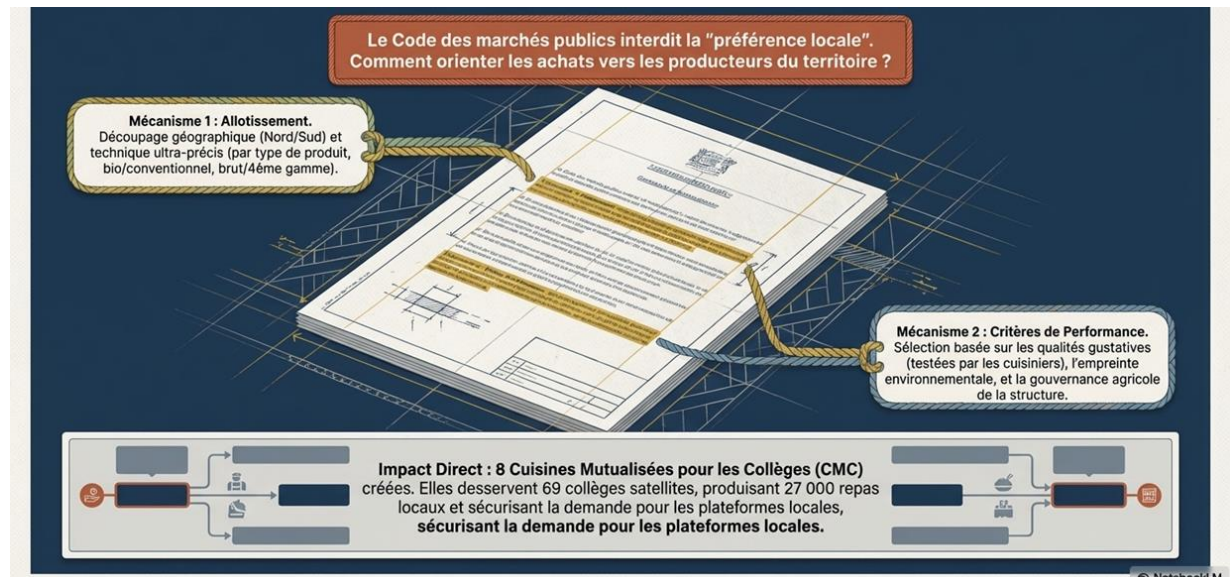


**« Mangez Bio Isère ».**  
Plateforme logistique structurée en SCIC, installée au Marché d'Intérêt National (MIN) de Grenoble.

**« AB Epluche ».**  
Légumerie créée pour le traitement de la 4<sup>ème</sup> gamme.

**Syndicat Mixte Alpes Abattage (SyMAA).**  
Requalification de l'abattoir pour maintenir la filière viande locale.

## Levier 2 : L'Achat Public comme moteur de transition

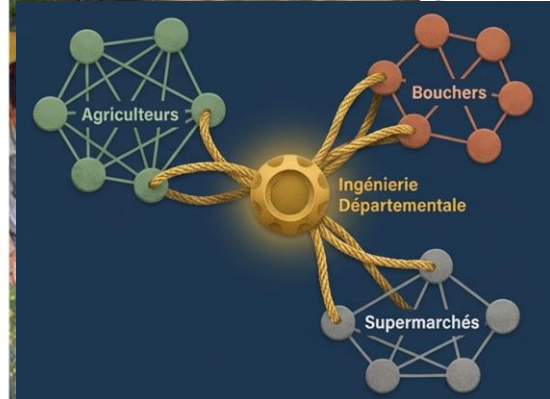


# Comment le département est devenu un acteur des SyAM



## Levier 3 : Créer des rencontres inédites et accompagner

La collectivité agit comme "entremetteur" pour briser les silos historiques via des rencontres commerciales organisées avec les Chambres Consulaires



**Cas Pratique : Éleveurs de Saveurs Iséroises (ESI)**

**Le Défi**  
14 éleveurs bovins cherchant à relocaliser leur production pour les bouchers locaux, mais manquant de compétences en engraissement et commercialisation.

**L'Intervention**  
Le Département finance un conseiller dédié pendant 3 ans pour structurer l'association, modifier les pratiques d'élevage, et négocier avec la distribution.

**Le Résultat**  
Une chaîne d'approvisionnement bovine pérenne, capable d'équilibrer l'offre matière et de s'imposer en supermarché.

**Nos produits IS HERE LOCAL ETHIQUE RESPONSABLE**

**CONSOMMER IS HERE, ça a du sens !**

LOCAL ETHIQUE RESPONSABLE NOS PRODUITS

**En Isère, On a tous un rôle à jouer... La preuve !**

**Des engagements qui ont du sens**  
Des engagements qui ont du sens Devenir producteur demande des compétences variées : travailler la terre, maîtriser l'élevage, gérer les investissements, la comptabilité, suivi de...

→ Lire

<https://nosproduits-ishere.fr/>

**Le Bien (Le Produit)**

- Garantie de provenance iséroise. Qualité gustative.
- Respect des normes environnementales (Agriculture Biologique ou HVE).

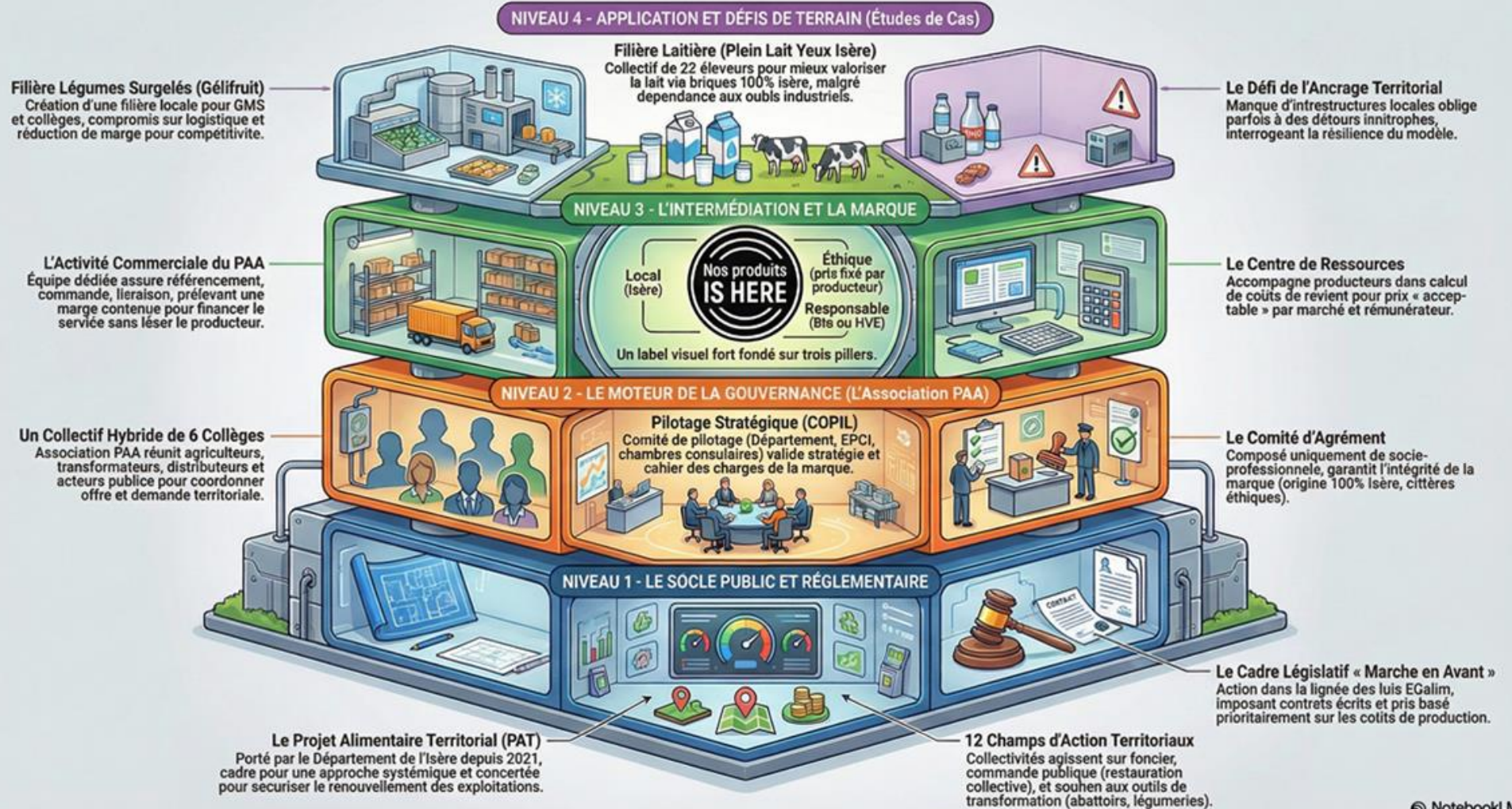
**IS HERE**

**Le Lien (La Relation)**

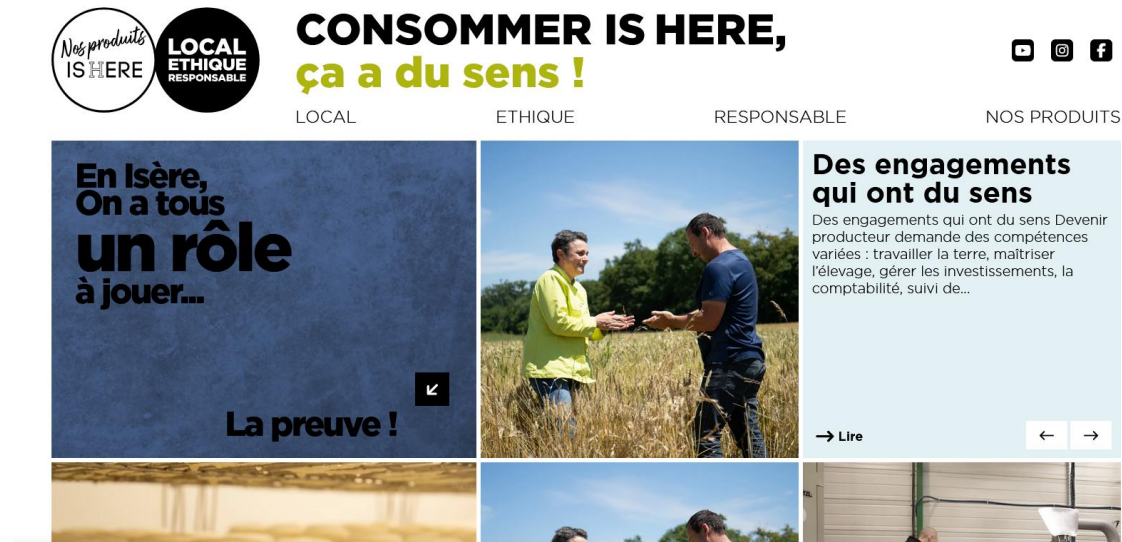
- Transparence commerciale. Rémunération équitable des producteurs basée sur le calcul réel de leurs coûts de production.

# Comment le département est devenu un acteur des SyAM

## L'Écosystème du Pôle Agroalimentaire de l'Isère (PAA) : Structurer les Filières pour un Prix Juste



## Une marque pour valoriser les filières territoriales



### La marque territoriale « Nos produits IS HERE »

- Lancée en juin 2018 par le Département de l'Isère pour valoriser les productions agricoles et artisanales locales tout en garantissant une juste rémunération aux producteurs.

### Trois piliers de la marque

- Le cahier des charges de la marque (déposé à l'INPI) repose sur trois engagements fondamentaux :
  - Local (Provenance géographique) : Les produits agricoles bruts doivent être 100 % d'origine iséroise. Pour les produits transformés, au moins 50 % des matières premières principales doivent provenir de l'Isère.
  - Éthique (Juste rémunération) : C'est le producteur qui fixe lui-même son prix de vente pour couvrir ses coûts. Les artisans doivent certifier qu'ils achètent leurs matières premières à un prix satisfaisant pour l'agriculteur.
  - Responsable (Qualité environnementale et sanitaire) Depuis 2020, les exploitations doivent être certifiées HVE 3 (Haute Valeur Environnementale) ou en Agriculture Biologique
  - En 2025, de nouveaux critères ont été ajoutés pour limiter les additifs « peu recommandables » dans les produits transformés et contrôler les traitements thermiques.



## Une marque pour valoriser les filières territoriales



Nos produits IS HERE LOCAL ETHIQUE RESPONSABLE

### CONSOMMER IS HERE, ça a du sens !

LOCAL ETHIQUE RESPONSABLE NOS PRODUITS

**En Isère, On a tous un rôle à jouer...**  
La preuve !

**Des engagements qui ont du sens**  
Des engagements qui ont du sens Devenir producteur demande des compétences variées : travailler la terre, maîtriser l'élevage, gérer les investissements, la comptabilité, suivi de...

→ Lire

. 3. La méthode pratique de construction du prix  
Pour aider les producteurs à atteindre ce « prix juste » et à monter en compétences, le PAA et la Chambre d'Agriculture utilisent un outil pédagogique détaillant 3 étapes clés :

- **Étape 1 : Identifier tous les coûts liés au produit.** Cela inclut les coûts de production (main-d'œuvre, énergie), d'achat (matières premières), de commercialisation, de distribution, de gestion administrative, de promotion, ainsi qu'une marge (incluant investissements, imprévus, rémunération et protection sociale).
- **Étape 2 : Tenir compte des coûts liés aux circuits ciblés.** Le prix doit s'adapter selon que la vente se fait en direct, en magasin (GMS) ou via un groupement/coopérative.
- **Étape 3 : Vérifier la cohérence.** Le prix final doit être confronté à la réalité du marché, à la demande des consommateurs et à la valeur immatérielle du produit

La définition du prix juste pour la marque « IS HERE »  
Dans le cadre opérationnel du Pôle Agroalimentaire (PAA) de l'Isère, la notion de prix juste (ou éthique) repose sur des principes simples intégrés au règlement d'usage de la marque :

Autonomie du producteur : C'est l'agriculteur qui fixe lui-même son prix de vente afin qu'il puisse couvrir l'intégralité de ses coûts.

Certification de l'artisan : Pour les produits transformés, l'artisan-transformateur doit certifier qu'il achète ses matières premières à un prix satisfaisant pour l'agriculteur.

Relations équilibrées : Le producteur doit attester de relations commerciales équilibrées avec les transformateurs et les distributeurs.

# Gélifruits : Relocaliser les légumes surgelés en Isère

Amandine Galibert (doctorante)

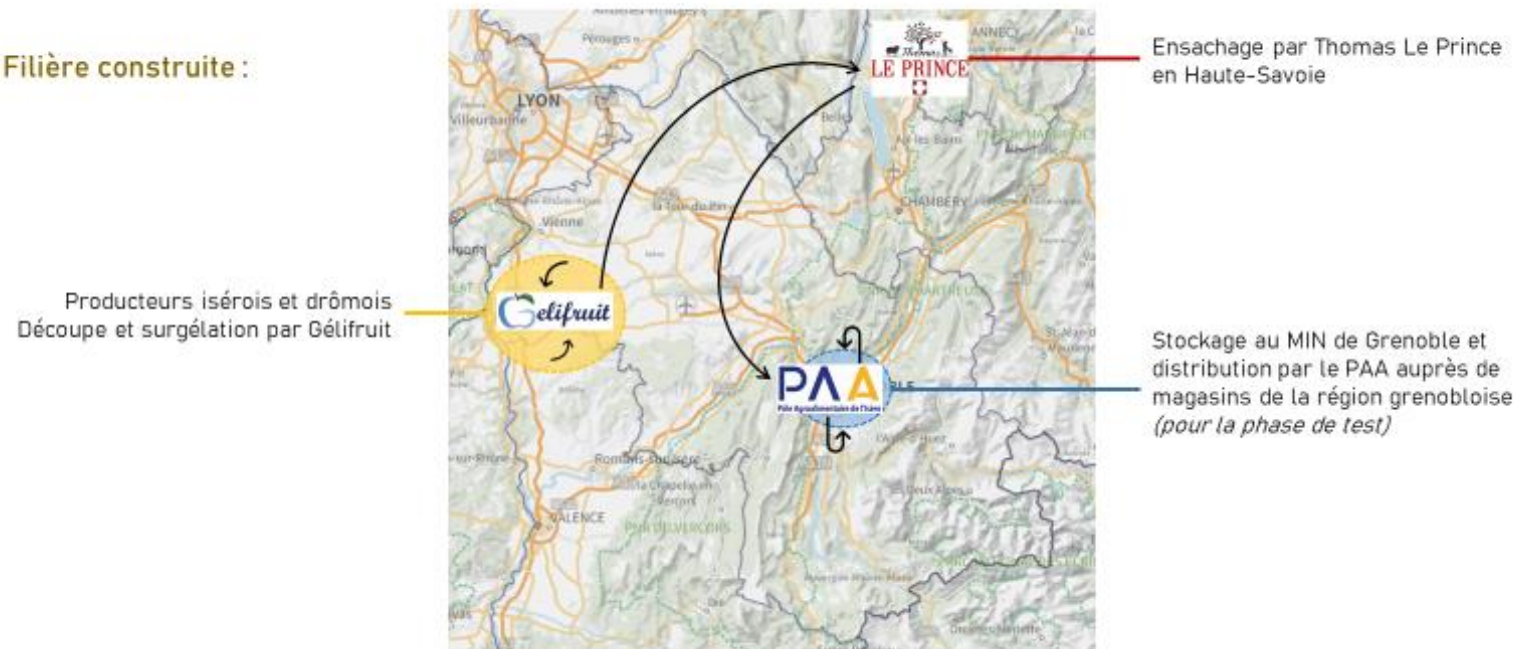
## Contexte :

- Entreprise privée (2012) diversifiant vers les légumes locaux (potimarron, mélanges d'été).
- **Défi :**
  - Logistique complexe (ensachage, stockage, transport).
  - Plateforme logistique : Sous-traitance en Haute-Savoie, livraisons en demi-palettes.
- **Expérimentation autour d'un prix « juste »** : 4,99 €/sachet (coûts transparents).
- **Accompagnement** : Financement public pour une trancheuse et une brosseuse-laveuse.

## Gélifruit : appui dans le projet de commercialisation de légumes surgelés

Travail mené avec Gélifruit (Luc A. et Anna B.), la Chambre d'agriculture (Mélanie H.), le PAA (Geoffrey L. et Céline R.), la Chambre de métiers et de l'artisanat (Isabelle P.) et la Communauté de communes Entre-Bièvre-et-Rhône (Olivier N.)

### Filière construite :



## Origine et activité industrielle initiale (2012 - 2020)

Gélifruit est une entreprise créée en 2012 par des producteurs de fruits, implantée à Chanas, au carrefour de l'Isère, de la Drôme et de la Loire. L'entreprise est initialement spécialisée dans la découpe et la surgélation de fruits destinés principalement à de grands industriels comme Andros.

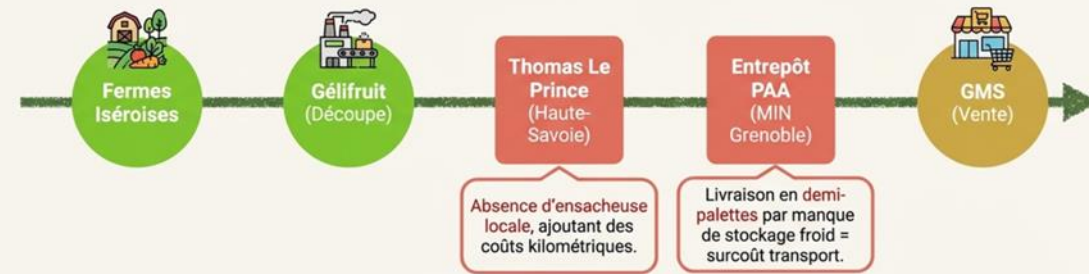
## Diversification et premiers pas vers le local (2021 - 2024)

L'idée : Pour optimiser ses outils de production durant l'été, le directeur souhaite transformer les légumes des producteurs locaux afin d'étaler leur commercialisation sur toute l'année.

Échecs en restauration collective : Les premières tentatives pour fournir les collèges via un grossiste régional échouent par manque d'engagement et de transparence mutuelle.

Verrous techniques : Les tests en cuisine révèlent des problèmes de qualité (légumes agglomérés, cuisson non homogène). Pour y remédier, le Département et la Communauté de communes financent une nouvelle trancheuse et une brosseuse-laveuse

## Friction 1 : Le défi logistique et tarifaire des légumes surgelés locaux (Gélifruit)



L'objectif économique initial se heurte à un déficit d'infrastructures. Gélifruit réduit sa marge pour atteindre un « prix acceptable » par le consommateur.

## Le tournant stratégique vers la GMS (2025)

Janvier 2026 : Finalisation des négociations commerciales et arrivée des premiers sachets en rayons.

Phase test : L'expérimentation porte sur 4 à 5 magasins (hyper, supermarchés et magasins de proximité) de l'agglomération grenobloise.

Futur : Fort de ce succès initial, le directeur de Gélifruit envisage désormais d'investir dans sa propre ensacheuse pour pérenniser et développer cette nouvelle activité de manière autonome.



### 1. Freins logistiques et infrastructurels

- Absence d'équipement de conditionnement
- Moyens de transport limité
- Stockage inadapté

### 3. Difficultés techniques et de qualité

- Qualité des produits
- Contraintes de transformation
- Exigences sanitaires et réglementaires

### 2. Enjeux économiques et de positionnement prix

- Accumulation d'intermédiaires
- Compétitivité face à l'industrie
- Réduction des marges

### 4. Enjeux de sourcing et de territoire

- Disponibilité locale
- Manque de spécialisation

### 5. Difficultés de partenariat initial

Difficultés

# Le territoire : l'écosystème indispensable à l'émergence et à la pérennisation des SyAM.

La géographie des transitions montre que **les innovations ne naissent pas dans le vide** : elles s'ancrent dans des lieux spécifiques.

**Le territoire est le lieu où :**

- Se construisent les proximités (géographique, organisée) nécessaires à la confiance et à la coopération.
- S'articulent les politiques publiques de soutien (ex : Projets Alimentaires Territoriaux – PAT) et les initiatives privées.
- Se mobilisent des ressources uniques (patrimoine, savoir-faire, culture alimentaire) pour créer une différenciation authentique.

Le territoire n'est pas un simple décor, mais un **acteur à part entière de la transition**, fournissant le cadre, les ressources et la gouvernance qui permettent aux SyAM de passer du stade d'expérimentation à celui de modèle économique viable.

