



AUTOUR DU PÔLE AGROALIMENTAIRE DE L'ISÈRE



■ STRUCTURE

- Le Pôle Agroalimentaire de l'Isère a été impulsé en 2016 par le Conseil Départemental et la Chambre d'agriculture. Constitué depuis le 29 novembre 2018 sous la forme d'une association, il regroupe des collectivités partenaires, les chambres consulaires et des entreprises agricoles et agroalimentaires de l'Isère.
- Son objectif est de favoriser la création de nouveaux circuits commerciaux de proximité maîtrisés par les agriculteurs. Le développement d'un Système Alimentaire du Milieu est ainsi visé.
- Améliorer la mise en lien de l'offre et de la demande en produits agricoles locaux apparaît comme un premier levier.

■ TRAJECTOIRE HISTORIQUE

- Malgré une forte densité de population, les territoires isérois restent marqués par l'activité agricole.
- En 2010, la surface agricole utilisée (SAU) ainsi que les alpages représentent 35% du territoire isérois. Néanmoins avec des systèmes de polycultures et de poly-élevages, les productions agricoles iséroises peinent à rester compétitives dans un contexte de prix soumis aux cours nationaux ou internationaux. En effet, 45% de la SAU se situe en zone de montagne ou de piémont, alors que les plaines facilement cultivables ne représentent que 12% de la SAU (Préfecture de l'Isère, 2014). Sur la période 2000-2010, 4% de la SAU est concernée par la déprise agricole.
- Pour faire face à cette situation, un quart de l'ensemble des exploitations et 42% des petites exploitations pratiquent les circuits courts et de nouvelles stratégies sont développées comme la diversification des activités (tourismes rural, transformation des cultures...).

■ *Un fort potentiel d'achat*

- En 2011, une enquête conclut qu'avec 1,25 million d'habitants, l'Isère représente un marché alimentaire de 2,5 milliards d'euros, avec un potentiel d'achats de produits locaux estimé à 445 millions d'euros (Etude Département Isère / Blézat 2010-2011). Le Département et la Chambre d'agriculture engagent alors le développement de circuits courts alimentaires autour de 4 axes :
 - soutenir l'offre en produits locaux
 - apporter les produits locaux dans les zones de consommation
 - sensibiliser et communiquer sur les produits locaux
 - développer l'ingénierie/partage de connaissances sur les circuits courts

■ *Le levier de la commande publique en restauration collective*

- L'approvisionnement de la restauration collective représente un débouché structurant pour les filières locales (potentiel d'achats de 35 à 40 millions d'€ / an - Etude 2010) et la commande publique apparaît comme un levier pour organiser des circuits courts et de proximité.
- Face à ces enjeux, le Département, responsable de la restauration dans ses collèges, s'est fixé un double objectif :
 - Accompagner la structuration de l'offre locale et de l'approvisionnement logistique pour la restauration collective
 - Adopter des marchés publics via des appels d'offres adaptés, pour l'achat de produits locaux par les cuisines des collèges.
- Face à ces objectifs, des plateformes locales de regroupement et de distribution se sont développées (Mangez Bio Isère, ReColTer et la légumerie AB Epluche/ Isère à Saisonner) et des outils collectifs de transformation (abattoirs, légumeries, fromageries-laiteries...) ont été soutenus.
- En 2015, le Département souhaite aller au-delà en structurant un Pôle agroalimentaire permettant de développer les réseaux de distribution maîtrisés par les agriculteurs et satisfaire la demande des consommateurs en recherche de produits locaux et de qualité.

1 Toutes les données citées dans cette partie sont issues de l'Observatoire des territoires du département de l'Isère, qui se réfère au Référencement Agricole de 2010 (Agreste Rhône-Alpes-coup d'oeil n°129, Nov, 2011)

■ CRÉATION DU PÔLE

- En 2016, une étude financée par le Conseil Départemental a été confiée au Cabinet conseil Triesse afin d'évaluer l'opportunité et la faisabilité d'un pôle agroalimentaire en Isère pour soutenir l'agriculture iséroise et valoriser ses produits. Elle a confirmé l'intérêt des acteurs locaux, mettant aussi en évidence certaines forces et faiblesses des différentes filières locales et soulignant le besoin de renforcer les liens entre partenaires potentiels.
- A l'issue de cette étude, les collectivités publiques partenaires (Département, Grenoble-Alpes Métropole, CA du Pays voironnais, CC du Grésivaudan et CC Entre Bièvre et Rhône), avec l'appui des chambres consulaires (Ch. d'agriculture, Ch. de métiers et de l'artisanat, Ch. de commerce et d'industrie de Grenoble et Ch. de commerce et d'industrie du nord-Isère), ont décidé d'assurer le portage financier et technique du projet.
- En 2017, un poste de Développeur du Pôle a été créé afin de promouvoir le projet et d'accompagner ses premières actions (mise en lien offre-demande, communication...)

■ MISSIONS : 4 AXES

- Les missions du Pôle agroalimentaires de l'Isère s'organisent autour de quatre grands axes :
 - Favoriser la création de réseaux professionnels par la mise en lien des acteurs isérois de l'agriculture et de l'agroalimentaire,
 - Accompagner l'émergence de projets agricoles et alimentaires entre l'amont et l'aval et développer les filières de proximité pour répondre aux besoins des producteurs et à l'attente des consommateurs
 - Promouvoir la marque territoriale IS(H)ERE pour contribuer à la notoriété des produits agroalimentaires de l'Isère et permettre leur identification par les consommateurs sur tous les lieux de ventes (marchés de proximité, grandes et moyennes surfaces, commerces, restauration...),
 - Mettre à disposition des ressources nécessaires à la réalisation des projets (financements, appui techniques...) et encourager la mutualisation des équipements collectifs publics et privés (abattoirs, légumerie, MIN, moyens logistiques...).

■ ORGANISATION ET GOUVERNANCE

- Le Pôle agroalimentaire de l'Isère est constitué en association, avec des statuts types Loi de 1901 adoptés lors d'une assemblée générale réunie le 29 novembre 2018. L'association constitue un réseau d'opérateurs économiques des métiers de la production agricole, de la transformation et de la distribution. Elle agit en partenariat avec les collectivités territoriales et les organismes consulaires.
- Sa gouvernance est partagée entre les acteurs partenaires réunis en 6 collèges :
 - Collège 1 : producteurs agricoles,
 - Collège 2 : industriels et artisans de l'agroalimentaire,
 - Collège 3 : distributeurs, magasins et grandes et moyennes surfaces,
 - Collège 4 : collectivités locales,
 - Collège 5 : chambres consulaires,
 - Collège 6 : acteurs en lien direct ou indirect avec l'agroalimentaire.
- Les membres adhérents s'acquittent d'une cotisation dont le montant est établi pour les collèges 1 à 3 selon le chiffre d'affaire annuel de l'entreprise. Ils se réunissent en assemblée générale. A partir de 2020, l'association fonctionnera avec son propre budget.
- Un Conseil d'administration (18 membres élus par l'Assemblée générale) assure le bon fonctionnement de l'association. Un Bureau (8 membres dont le Président) exécute les décisions du conseil d'administration et assure le suivi des affaires courantes de l'association.
- Un Comité de pilotage, réunissant les Présidents des collectivités adhérentes et des chambres consulaires aux côtés du Président du Pôle agroalimentaire, précise les orientations de son plan d'actions, notamment pour les financements publics nécessaires à la réalisation des objectifs retenus.
- Un Comité technique, animé par le Développeur du Pôle, réunit une fois par mois les services des collectivités et des chambres consulaires pour mettre en œuvre les actions approuvées en Comité de pilotage.

Un site internet

A partir de 2020, le Pôle agroalimentaire sera doté d'un site internet : www.produits-locaux.ishere.fr

Ses objectifs sont les suivants :

Pour l'espace grand public (en accès libre) :

- ✓ Rendre visible le Pôle, informer sur son rôle, expliquer son organisation et valoriser son activité
- ✓ Faire connaître la marque IS(H)ERE, les produits agréés et leurs lieux de ventes

Pour l'espace professionnel (avec code adhérent) :

- ✓ Promouvoir le Pôle (activités, moyens, services) et inciter à adhérer
- ✓ Référencer les produits agréés IS(H)ERE avec leurs conditions de vente
- ✓ Publier des recherches de produits pour favoriser la mise en lien offre-demande.

■ ARTICULER OFFRE ET DEMANDE LOCALES

- La vente directe permet une meilleure valorisation commerciale, toutefois elle repose généralement sur l'organisation individuelle des producteurs et sur de faibles volumes. Le Pôle agroalimentaire vise à organiser les filières agricoles locales sur des circuits de distribution plus importants, afin de répondre à la demande des consommateurs sur leurs lieux d'achat habituels : grandes et moyennes surfaces (GMS), commerces de détails, restauration privée ou restauration collective... Ces réseaux de distribution plus vastes nécessitent de développer des organisations collectives ou de mobiliser des acteurs en capacité de fournir des volumes importants (coopératives ou grandes exploitations agricoles, artisans, TPE-PME de l'agroalimentaire...).
- Organisés de façon multi-acteurs, ces nouveaux circuits commerciaux de territoires ou inter-territoires en Isère doivent être maîtrisés par les agriculteurs pour garantir leur juste rémunération.

■ *Recenser les demandes locales...*

- L'animatrice du Pôle a pour mission d'étudier la demande hors marchés publics et restauration collective afin d'élargir les débouchés notamment en GMS.
- Elle rencontre les distributeurs et les grossistes, qui expriment un très fort intérêt pour s'approvisionner en produits locaux mais des difficultés persistent pour trouver certains produits, soit par un manque de volumes, soit du fait de conditionnements non adaptés à la vente en commerces ou GMS (viandes mais aussi fruits et légumes locaux), soit pour des raisons d'organisation de l'offre ou de logistique insuffisantes.
- Les faiblesses de l'offre départementale conduisent les artisans transformateurs et les distributeurs isérois à élargir leur bassin d'approvisionnement à la région Auvergne - Rhône Alpes et/ou au quart sud-est du territoire national, qu'ils présentent comme «local». Ce fort intérêt des distributeurs, grossistes et artisans était déjà apparu lors des «speed-meeting» organisés par les chambres consulaires avant la création du Pôle, pour favoriser la rencontre entre les offreurs et les demandeurs.

Sur l'année 2017, près d'une trentaine de demandes de mise en relation de la part d'acteurs économiques ont été faites au Pôle.

■ *Adapter et organiser l'offre de proximité*

- Certains agriculteurs se satisfont de leur insertion dans des filières longues nationales, car elles assurent des débouchés permanents, simples (par intégration) et relativement rémunérateurs. Les agriculteurs en circuits courts ont des stratégies adaptées à leur système de production, avec leurs propres réseaux de distribution garants de valeur ajoutée (vente à la ferme, marchés, magasins de producteurs...) et souvent ils n'ont pas la capacité de répondre aux sollicitations des distributeurs (GMS, grossistes...) ou des transformateurs (artisans et entreprises) de l'agroalimentaire.
- Le Pôle agroalimentaire doit alors s'adresser aux producteurs qui souhaitent se diversifier vers d'autres filières et ceux qui ne peuvent pas se positionner sur des filières longues.
- Avec l'appui technique des chambres consulaires, le Pôle vise à adapter ou à faire émerger les filières alimentaires de proximité pour répondre à la demande locale. Lors de sa création, il s'est appuyé sur des projets existants qui ont été repris pour être inscrits dans le cadre de ses missions :
 - Développement de l'association Éleveurs de Saveurs Iséroises (ESI) / viandes bovines de races bouchères Charolaise et Limousine
 - Structuration de la filière agneaux d'alpage
 - Approvisionnement local de la restauration collective grâce aux plateformes existantes (Mangez Bio Isère, ReColTer et AB Épluche)
- Pour les filières viandes (bœuf, agneaux, porcs), les collectivités et les chambres consulaires engagées dans le Pôle soutiennent les outils d'abattage locaux, dont l'abattoir du Fontanil, avec des projets de requalification de salles de découpes, de création d'ateliers de viandes hachées ou d'unité de surgélation.
- Un diagnostic des filières porcs, volailles (pour les œufs) et céréales a été réalisé : pour les deux premières filières, les débouchés en circuits longs sont relativement satisfaisants aux yeux des producteurs. La situation peut être différente pour d'autres filières (notamment céréales) où la relocalisation permettrait aux agriculteurs de bénéficier de conditions de marché plus intéressantes.
- Dans leurs relations commerciales, les GMS demandent des prestations complémentaires (animations en magasin, visuels de communication...) auxquelles les petits producteurs ne peuvent pas répondre. C'est pourquoi, le Pôle propose des actions collectives de communication et de promotion à travers la marque IS(H)ÈRE.

■ ECHELLE D'ACTION

■ *Le département, échelon de territoire pertinent*

- Pour organiser des circuits de proximité multi-filières et mettre en relation les différents acteurs de la production, de la transformation et de la distribution, le Conseil Départemental et la Chambre d'agriculture de l'Isère estiment que le département constitue un échelon de territoire adapté.
- Les territoires des Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) sont souvent insuffisants pour structurer des filières et organiser une offre diversifiée multi produits. L'échelle régionale, notamment après la réforme territoriale des grandes Régions, gomme la dimension locale attendue par les consommateurs et renvoie à des mises en relation commerciales mal maîtrisées et à des difficultés logistiques.
- Selon le Pôle, l'échelle départementale permet de mailler les territoires pour assurer des échanges entre les zones de productions agricoles excédentaires et déficitaires et pour mettre en lien les bassins de production et les bassins de consommation.

■ *Un millefeuille d'initiatives*

- Différentes actions sont menées unilatéralement par la Métropole Grenobloise et la Communauté d'agglomération du Pays Voironnais, la Communauté de communes du Grésivaudan et les Parcs naturels régionaux du Vercors et de Chartreuse dans le cadre de leur stratégie agricole et alimentaire inter-territoires, formalisée dans un Projet Alimentaire Territorial (PAT).
- Le PAT visant surtout le développement de circuits courts a distingué ses actions de celles du Pôle agroalimentaire de l'Isère.
- Le Pôle articulera aussi ses actions avec celles menées par les EPCI isérois qui ont fait le choix de ne pas être parties prenantes de la gouvernance du Pôle.

La Région Auvergne-Rhône-Alpes a structuré une centrale d'achat régionale pour la restauration collective. Elle a aussi lancé une marque de territoire à son échelle.

■ DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

■ *Les logiques d'acteurs face au projet collectif*

- Le Président du Conseil Départemental et les organismes consulaires partenaires souhaitent inciter les acteurs économiques (producteurs, transformateurs, distributeurs) agricoles et agroalimentaires de l'Isère à intégrer le Pôle.
- Toutefois, dès le lancement du projet de création du Pôle agroalimentaire de l'Isère, des points de divergences ont été identifiés, soit en raison d'une méconnaissance entre acteurs économiques, soit du fait de stratégies individuelles pouvant être concurrentielles...
- Certaines difficultés peuvent être levées en favorisant l'échange d'informations entre partenaires d'une même filière et/ou entre acteurs de l'amont et de l'aval. Néanmoins, certains points de blocages sont dus à des contraintes techniques nécessitant de travailler sur leurs solutions (exemple : adapter les conditionnements aux besoins des acheteurs) ou sur des alternatives possibles (exemple : pallier l'absence de commandes par la restauration scolaire lors des périodes de vacances)
- Pour y répondre, le Pôle agroalimentaire se donne l'objectif d'être un centre de ressources techniques, réglementaires et commerciales et de conduire les études nécessaires avec l'appui des chambres consulaires.

■ *L'influence des territoires limitrophes*

- Le Pôle et son dispositif de coordination départementale doivent associer tous les EPCI. Ce point fait consensus et est au cœur du discours des élus.
- Toutefois, en nord-Isère la forte attractivité du Grand Lyon, également porteur d'une stratégie agricole et alimentaire, de même que la proximité de Saint-Etienne Métropole (partenaire de « Festitabl' ») peuvent freiner les intercommunalités de Vienne-Condrieu agglomération et de la communauté d'agglomération Porte de l'Isère (Bourgoin-Jallieu) à adhérer au Pôle agroalimentaire de l'Isère.

■ LA MARQUE TERRITORIALE IS(H)ERE

■ Une marque territoriale ambitieuse

- En 2017, la création de la marque territoriale IS(H)ERE a permis de fédérer les producteurs, les transformateurs et les distributeurs engagés dans la création du Pôle agroalimentaire autour d'un double intérêt commun : d'une part, valoriser les produits isérois agricoles et transformés, et d'autre part, permettre aux consommateurs de les identifier et de connaître leurs lieux de ventes.
- Le règlement de la marque IS(H)ERE garantit 3 valeurs attachées aux produits agréés :
 - Provenance de l'agriculture iséroise ou transformation à partir de produits agricoles du territoire ;
 - Garantie d'une juste rémunération pour les producteurs ;
 - Respect de bonnes pratiques d'élevages et maîtrise des produits et traitements sur les cultures.
- Elle fait l'objet d'une Charte d'engagement avec l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) confirmant son adéquation avec les labels officiels d'origine et de qualité et garantissant la valeur de ses engagements.
- Le respect du règlement d'usage de la marque et de ses trois valeurs est vérifié par un organisme certificateur (Alpes Contrôle).
- La marque IS(H)ERE est accordée par un comité d'agrément composé de représentants des chambres consulaires et de professionnels des secteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire et des métiers de bouche.
- Fin 2019, elle regroupe une centaine de producteurs avec près de 850 produits agréés (fruits, légumes, fromages et produits laitiers, viandes, salaisons et charcuteries, miels, confitures, huiles de noix et noix transformés, jus de fruits, bières, liqueurs...). Une communication auprès du grand public (foires, salons...) et des animations sur les lieux de ventes permettent aux consommateurs de connaître et d'identifier les produits IS(H)ERE.



Les fraises de Luc Armanet à Bougé-Chambalud ont été agréées Is(H)ere



■ Une marque fédératrice pour le Pôle

- La marque permet de répondre à deux enjeux :
 - assurer que le différentiel de prix entre produits agréés IS(H)ERE et produits standards est justifié par des normes de qualité
 - permettre aux consommateurs d'accéder à des produits locaux de qualité et de les identifier sur leurs lieux d'achats.
- Après son lancement officiel en juin 2017, la marque territoriale IS(H)ERE rassemblait une vingtaine de bénéficiaires avec 120 produits agréés. Fin 2019, ils étaient une centaine de bénéficiaires pour environ 850 produits agréés.
- La marque IS(H)ERE connaît une dynamique forte, avec un succès grandissant auprès :
 - des producteurs et des transformateurs qui demandent à bénéficier de son agrément pour une grande diversité de produits isérois (fruits, légumes, viandes et produits carnés, fromages et produits laitiers, jus de fruits, liqueurs et alcools, miels, confitures...),
 - des distributeurs qui demandent à bénéficier d'opérations de communications (matériels de promotion, animations, événements) sur leurs lieux de ventes.

■ Difficultés rencontrées

- Affirmer la notoriété de la marque auprès de tous les consommateurs en Isère : habitants du Département et touristes...
- Assurer la régularité de l'identification des produits agréés IS(H)ERE par tous les producteurs et par tous les transformateurs bénéficiaires.
- Faire connaître tous les lieux de ventes des produits agréés IS(H)ERE (GMS, commerces de détails, marchés, restaurants...) et maintenir leur identification sur ces espaces de commercialisations (visuels, animations...).
- Jusqu'à présent, il n'a pas été imposé aux bénéficiaires de la marque IS(H)ERE de vendre leurs produits sous cette marque. Son usage volontaire par tous les adhérents au Pôle contribuera toutefois à sa diffusion et à sa notoriété.

