



# Elaboration d'une méthode pour l'évaluation de la durabilité territoriale de circuits de proximité

## Application à 5 circuits de proximité

Projet réalisé dans le cadre du Casdar « Sentinelle »

Encadré par :

**Nathalie Corade**, Maître de conférences en économie, [nathalie.corade@agro-bordeaux.fr](mailto:nathalie.corade@agro-bordeaux.fr)

**Bernard Del'Homme**, Maître de conférences en Gestion, [bernard.delhomme@agro-bordeaux.fr](mailto:bernard.delhomme@agro-bordeaux.fr)

Réalisé par les étudiants de la dominante « Economie des entreprises et des territoires »,  
promotion 2010-2013

Mars 2013

## Sommaire

<b>Introduction</b>	p 3
<b>I- Le développement durable territorial : concept clé pour l'analyse des circuits de proximité</b>	p 4
I.1- Circuits de proximité, circuits courts....des notions qui nécessitent d'être clarifiées	p 4
I.2 - Circuits de proximité et développement durable territorial	p 7
I. 3. La durabilité territoriale des circuits de proximité : de quoi parle-t-on ?	P 10
<b>II- Du développement durable au développement durable territorial : l'élaboration d'une méthode d'évaluation</b>	p 13
II.1. la Démarche pour évaluer la durabilité territoriale des plateformes et marques collectives territoriales : du concept aux indicateurs	p 14
II.2. Un questionnaire d'enquête pour renseigner une grille d'indicateurs incomplète	p 24
II. 3. La notation des indicateurs	p 26
<b>III- La durabilité territoriale des structures étudiées : des pistes d'amélioration pour les structures autant que pour l'outil</b>	p 30
III.1. Des niveaux de durabilité territoriale différents selon les structures	p 31
III.2. L'intérêt d'une double lecture de la durabilité territoriale	p 33
III.3. Un outil générique intéressant, qui mérite un approfondissement	p 44
<b>Conclusion</b>	
<b>Bibliographie</b>	p 47
<b>Annexes</b>	p 48
<b>Annexe 1 : Les indicateurs : modes de calcul et justification</b>	p 51
<b>Annexe 2 : Fiches descriptives des 5 structures</b>	p 51
<b>Annexe 3 : La notation des indicateurs</b>	p 61
<b>Annexe 4 : Les résultats structures par structures</b>	p 104
	p 111

## Introduction

Ces dernières années ont vu fleurir un grand nombre autant qu'une grande diversité d'organisations ayant pour objet de mettre en relation producteurs et consommateurs locaux. Ces « circuits » dits de proximité, empruntant souvent, mais pas exclusivement, des circuits courts (par exemple certaines marques territoriales relèvent de logiques de proximité mais empruntent des circuits longs), relèvent d'enjeux croisés. Pour les agriculteurs mais aussi pour les entreprises locales de transformation des produits agricoles, les circuits de proximité sont potentiellement des voies d'amélioration de la valorisation des produits et permettent d'asseoir des débouchés locaux souvent plus stables car reposant sur la création d'un lien entre producteurs et consommateurs. Pour les consommateurs, la proximité au producteur permet de mieux s'assurer en toute confiance de la qualité des produits. Enjeux économiques et sociétaux se croisent de part et d'autre des acteurs ainsi mis en relation et au final mettent en relief des enjeux territoriaux : économiques (par maintien d'activités agricoles pérennes par exemple), sociaux (par (re)-création du lien social entre consommateurs et producteurs par exemple) et environnementaux (par réduction de la distance géographique entre lieu de production et lieu de consommation). Des agriculteurs eux-mêmes ou des consommateurs (cas de certaines AMAP) étant souvent à leur origine, les circuits de proximité sont également portés et /ou accompagnés aujourd'hui par des organisations collectives territoriales et notamment par les collectivités territoriales et les territoires de projet (PNR, Pays..). Partant, les initiatives fleurissent au sein des territoires, sans que l'on sache toujours comment ils s'insèrent dans leur développement. Deux chambres d'agriculture (Dordogne et Ariège), en partenariat avec des territoires et des organismes de formation ont proposé un travail ayant pour objectif d'évaluer la durabilité territoriale des circuits de proximité afin de saisir leur portée en termes de développement durable territorial. Ce travail s'inscrit dans le programme « Sentinelle » intitulé « circuits courts nouvelle génération et filières longues relocalisées » et est soutenu par le ministère de l'agriculture à travers des crédits Compte d'Affectation Spécial Développement Agricole et Rural (CASDAR).

Dans le cadre de ce programme Sentinelle, nous avons été sollicités, par les chambres d'agriculture de la Dordogne et de l'Ariège, afin d'étudier les circuits de proximité qu'ils soient courts ou longs, afin de ne pas se limiter aux circuits courts, à travers 2 types de structures : les plateformes à destination de la restauration collective et les marques collectives territoriales. L'objectif est d'établir un diagnostic de durabilité de ces structures sur leur territoire.

Ces deux circuits répondent à la définition de circuits de proximité que l'on peut définir comme des circuits de distribution où la production, la transformation, la commercialisation et la consommation se font sur un espace géographique défini : le territoire. Le territoire est donc un élément essentiel de ces circuits puisqu'il délimite leurs périmètres.

Ces circuits répondent à de nombreux enjeux tels qu'une meilleure valorisation des produits, la sécurité alimentaire, la création de liens sociaux entre les acteurs du territoire, l'impact sur l'environnement et la santé. De plus, face à la grande diversité de formes que prennent ces circuits, à l'engouement de la part des consommateurs, et à l'implication des porteurs de projets tels que les Chambres d'Agriculture ; celles-ci ont souhaité élaborer une grille d'évaluation de ces systèmes.

L'objet de notre travail est donc de mettre en place cette grille de lecture, hypothèse étant faite qu'elle devait suivre l'évaluation de la durabilité. Toutefois, il apparaît nécessaire d'élargir ce concept de durabilité afin d'évaluer la durabilité de ces structures sur le territoire ; et de l'éprouver sur deux types de structures : les marques collectives et les plateformes à destination de la restauration collective.

Pour répondre à ce sujet, nous montrerons dans une première partie, que la durabilité, associée à la notion de territoire, est le bon prisme par lequel il faut lire ces systèmes. Dans une seconde partie, nous présenterons notre outil d'évaluation et la démarche que nous avons développée ; pour enfin dans une troisième partie, amener nos résultats, en lien avec l'outil et les structures enquêtées.

## **I- Le développement durable territorial : concept clé pour l'analyse des circuits de proximité**

Le travail de mise en place d'une grille d'évaluation de la durabilité territoriale de circuits de proximité conduit, dans un premier temps, à devoir définir ce que nous entendons par « durabilité territoriale » des circuits de proximité et pourquoi nous souhaitons, dans le cas de ces organisations, particulièrement évaluer cela.

Pour cela il faut revenir sur les circuits de proximité et sur le développement durable, concepts qui pourtant ces dernières années ont été beaucoup utilisés. Nous montrerons ainsi non seulement en quoi il apparaît légitime de s'intéresser à cette durabilité territoriale des circuits de proximité et donc en quoi il est légitime de vouloir les évaluer par cette entrée, et ce que signifie ce terme de durabilité territoriale.

### **I.1 Circuits de proximité, circuits courts....des notions qui nécessitent d'être clarifiées**

Ces dernières années sont marquées par l'abondance de travaux portant leur attention sur des circuits qui renforcent le lien entre producteurs et consommateurs. Ce renforcement du lien peut passer soit en écourtant l'ensemble du système par lequel passe le produit pour arriver jusqu'au consommateur, soit en écourtant la distance physique, géographique qui sépare le consommateur du producteur, soit en faisant les 2. Les deux premières solutions permettent de distinguer la notion de « circuits courts » et la notion de « circuits de proximité ». Si dans le premier cas la notion de distance est d'essence technico-économique, elle est dans le second cas d'essence géographique.

Malgré cette précision préalable, il s'avère difficile parfois d'être clair sur ces terminologies car régulièrement la notion de **circuit court de proximité et la notion de circuit Court sont** confondues.

*Depuis 2009, le ministère de l'agriculture a précisé la définition des circuits courts. « Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire. » (MAAF, 2009)*

Schéma n°1 : Les différents types de circuits court

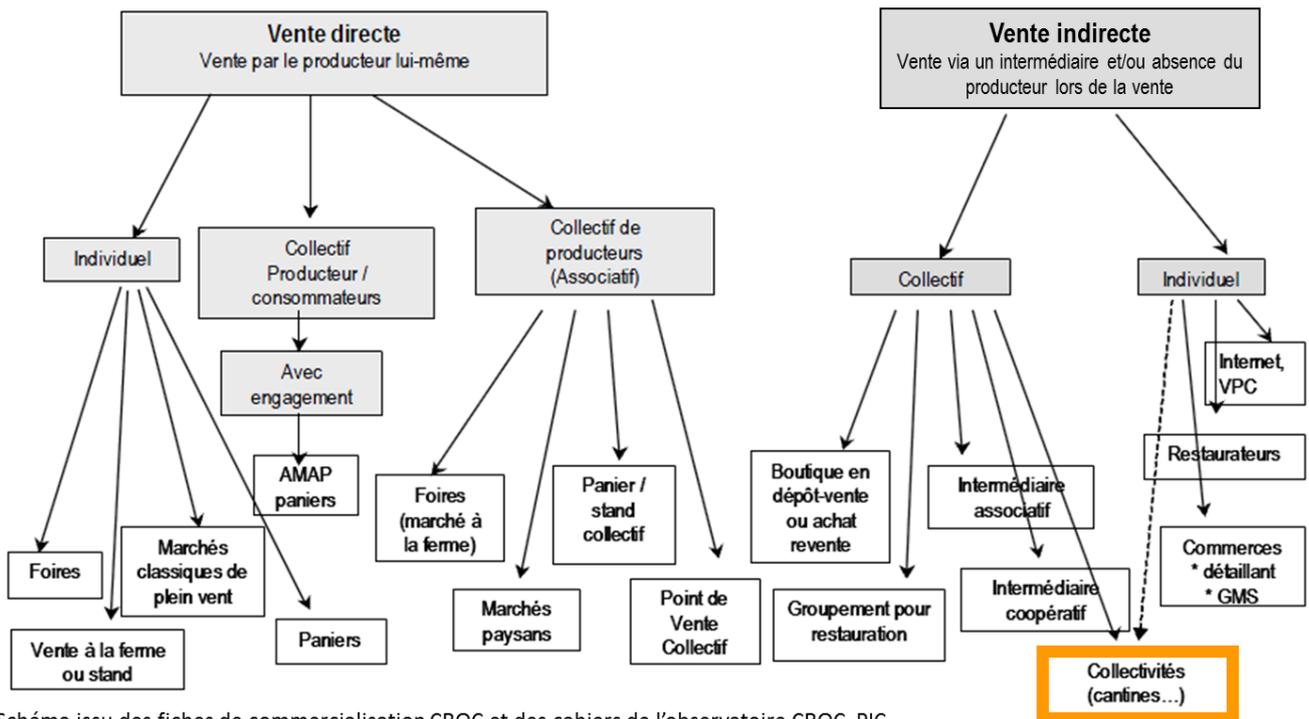


Schéma issu des fiches de commercialisation CROC et des cahiers de l'observatoire CROC, PIC EQUAL CROC (Compétences Réseaux Observatoire, Communication)

Source : Chambres d'agriculture, n°991, mars 2010

Les circuits courts n'impliquent pas dans la définition la notion de proximité géographique. Ainsi, un circuit court n'est pas forcément de proximité. Par exemple un producteur peut faire de la vente directe sur des marchés situés à une distance suffisamment grande pour que l'on ne puisse pas le définir comme étant de proximité. Par contre le circuit de proximité met en avant une distance géographique.

De fait un circuit de proximité n'est pas nécessairement court. Il est alors possible de définir les circuits empruntés par les produits qui arrivent auprès des consommateurs au travers de 4 terminologies décrivant 4 types de circuits différents en croisant le nombre d'intermédiaires et une approche en termes de distance géographique :

- les circuits courts de proximité : Un circuit de distribution est appelé **circuit court de proximité** lorsque la production, la transformation, la commercialisation se déroulent sur le même territoire et qu'il existe au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur.
- Les circuits de proximité qui n'exige pas la condition du nombre d'intermédiaires.
- Les circuits courts qui n'exigent que la condition du nombre d'intermédiaires,
- Les circuits longs qui n'implique aucune condition ni sur le nombre d'intermédiaire, ni sur une quelconque distance géographique.

Tableau n° 1 : Représentation des différents types de circuits (source : auteurs)

Nb d'intermédiaires Proximité	Au plus 1	>1	Type de circuit
Grande	Circuit court de proximité	Circuit long de proximité	Circuits de proximité
Faible	Circuit court	Circuit Long	Circuits court ou long
Type de circuit	Circuit court	Circuit long	

Pour autant que l'on sache aujourd'hui distinguer les deux notions, reste entière la question de la définition de la dite proximité. Faisant appelle à une question de distance géographique quand définira-t-on qu'un circuit est de proximité ou pas.

Selon l'ADEME, « un **circuit de proximité** ne tient pas compte du nombre d'intermédiaires mais de la distance géographique entre le producteur et le consommateur. La distance fixée est variable en fonction du type de production concernée : on compte environ 30 km pour des produits agricoles simples comme les fruits et légumes, et 80 km pour ceux nécessitant une transformation. » (ADEME, la lettre, 2011).

Le circuit de proximité qui a pour enjeu la relocalisation des productions en mettant en relation une production locale avec une consommation locale fait appel à une référence d'appartenance à un même espace géographiquement identifiable, sans précision néanmoins d'une quelconque distance voire d'un quelconque critère d'appartenance.

Cet espace est assimilable au territoire c'est-à-dire une portion d'espace appropriée par un groupe, qui a une identité et donc une frontière résultat d'une construction collective « **le territoire est un système complexe dont la dynamique résulte de la boucle de rétroaction entre un ensemble d'acteurs et l'espace géographique qu'ils utilisent aménagent et gèrent.** »

Ainsi la notion de local et de proximité qui y est attachée renvoie à ce que les acteurs décident de ce qui sera ou non local. On admet donc que les **circuits de proximité** sont des circuits de distribution où la production, la transformation, la commercialisation et la consommation du produit se font sur un espace géographique défini par les acteurs : le territoire.

Concernant le présent travail, le territoire a été défini comme étant le département.

Quant aux circuits de proximité, le travail a porté sur deux types de circuits : les marques territoriales et les plateformes de producteurs à destination de la restauration collective.

#### Définition d'une plateforme de circuit court pour la restauration collective

Les plateformes sont « des espaces physiques ou virtuels de mise en relation de l'offre et de la demande. Elles sont approvisionnées par des producteurs et fournissent des restaurants collectifs. Ces restaurants collectifs sont destinés aux personnels et usagers des collectivités publiques ou

privées » (Bresson et alii, 2012). Elles sont considérées comme des circuits de proximité puisqu'elles permettent de mettre en relation l'offre et la demande locale, à savoir sur le territoire défini.

### **Définition d'une marque collective territoriale**

D'après le groupe CASDAR-Sentinelles Circuits courts nouvelles générations et filières longues relocalisées, 2012, les marques territoriales ont les caractéristiques suivantes :

« L'origine géographique des produits est explicite dans le nom de la marque, le lien entre produits et territoire est revendiqué dans l'univers de marque, le lien du produit au territoire est envisagé comme une qualité symbolique positive internalisée dans le produit, l'affichage de cette valeur symbolique positive permet de justifier un éventuel surcoût auprès du consommateur, cette valeur positive repose sur la notoriété déjà acquise par les produits et le territoire. La marque s'appuie sur cette notoriété et tente de la consolider ».

Les marques territoriales peuvent s'organiser en filières longues relocalisées ou en circuits courts (il peut y avoir un nombre indéterminé d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur) mais revendiquent une appartenance à un territoire sur lequel elles sont produites et transformées. Plus ou moins explicitement elles font référence à un territoire (ex : « bienvenue en Gourmandie » associe le nom Normandie et le mot gourmandise ; « Saveur du Périgord fait référence explicitement au Périgord)

Il existe différents types de marques territoriales notamment en fonction des acteurs qui la portent et la font vivre (marques Parc, marques des chambres d'agriculture ...).

Ces deux structures, marques territoriales et plateformes à destination de la restauration collective, sont en général ancrées sur leur territoire : les différentes étapes de production, transformation et commercialisation sont effectuées sur ce territoire, elles engagent les acteurs de ce territoire et sont destinées à une clientèle de ce territoire car vendues sur le territoire.

Travailler sur deux cas aussi différents de circuits de proximité doit permettre de proposer un outil généralisable à tout type de circuits de proximité et d'identifier les différences entre ces types.

## **I.2 - Circuits de proximité et développement durable territorial**

La question de la relocalisation de la production agricole et de la reconstruction de systèmes alimentaires à un échelon local se pose avec acuité depuis un certain nombre d'années. Le réseau rural français, le MAAF, la DATAR, les Chambres d'agriculture, les collectivités territoriales, les territoires de projets, les groupements de producteurs, appuyés le plus souvent par la recherche se sont, en effet, emparés de la question (voir les différents travaux référencés en bibliographie et dans lesquels ces institutions sont parties prenantes). Constituant une des formes des systèmes alimentaires (défini par Louis Malassis dès 1994 comme « la façon dont les hommes s'organisent pour produire, commercialiser et consommer leur nourriture »), les systèmes alimentaires locaux apparaissent dans la littérature et pour les acteurs du terrain comme des systèmes alternatifs au modèle dominant des pays du Nord, qualifié par Colonna, Fournier, Touzard (2011) inspirés par

Rastoin (2010) de système agro-industriel. En effet, les initiatives en faveur de systèmes alimentaires locaux se veulent souvent inscrites comme une solution non seulement aux problèmes du monde agricole (maintenir la valeur ajoutée au sein de l'entreprise agricole, conforter l'activité agricole et le nombre d'exploitations agricoles...) mais aussi de la société civile (sécurité alimentaire, environnement...) (ex : ALIM'en Terre, Luberon)<sup>1</sup>. Aussi, si comme l'exprime Requiers-Desjardin (2007) la question du développement durable n'est pas apparue d'entrée de jeu comme un élément fondamental de la problématique de ces systèmes, c'est néanmoins bien par la prise de conscience des limites du système agro-industriel en termes de développement durable, que l'engouement récent pour les systèmes alimentaires locaux s'est renforcé dans les pays du Nord (Colonna, Fournier, Touzard 2011).

Les systèmes alimentaires locaux sont définis comme "des organisations de production et de services associées par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. L'environnement, les produits, les individus et leurs savoir-faire, leurs institutions, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relation se combinent dans un territoire pour produire une organisation alimentaire à une échelle spatiale donnée". (CIRAD-SAR, 1996). Ils se structurent à partir d'initiatives collectives et/ou individuelles ayant pour caractéristiques de mettre en relation des productions voire des producteurs locaux avec des consommateurs locaux, initiatives rassemblées dans la terminologie de « circuits de proximité ».

Avec l'engouement renforcé sur le terrain pour ces organisations, toute une série de réflexions et de travaux s'est développée autour des circuits courts, des circuits de proximité et des systèmes alimentaires locaux sans que soient, d'ailleurs, toujours très clairement repérées les différences entre les trois objets.

L'ensemble des travaux et réflexions conduits en lien avec ces initiatives locales ont eu pour objectifs d'amener des éclairages et des réponses concrètes sur les opportunités de développer de tels systèmes (par exemple le programme SALT porté par la fédération régionale des CIVAM Bretagne, le programme PSDR LIPROCO en Rhône Alpes, le programme PSDR COXINEL en Languedoc Roussillon) notamment en portant une attention sur les effets socio-économiques mais aussi environnementaux qu'ils produisent à l'échelle d'un territoire. Ils se traduisent par la mise en exergue d'indicateurs permettant d'observer les impacts de circuits de proximité, le plus souvent des circuits courts sur un territoire donné et ont pour ambition la mise en place d'observatoires permettant de mieux appréhender l'impact de ces organisations sur les territoires.

« Le Ministère en charge de l'Agriculture a présenté, en 2009, un plan de soutien aux circuits courts avec l'objectif de mieux valoriser les productions, de créer des emplois et de mettre en place une nouvelle « gouvernance alimentaire » à l'échelle des territoires. Inscrit dans le prolongement du Grenelle de l'Environnement, ce plan répond à la volonté de développer la part des produits de saison et de proximité dans les achats alimentaires dans le double intérêt des consommateurs et des agriculteurs. » (ADEME, 2012).

Le développement de systèmes alimentaires locaux se veut répondre à des problématiques issues de 3 sphères : la société civile, le monde agricole et les territoires.

Pour la première, ce développement correspond à une double volonté d'accéder :

---

<sup>1</sup> voir HANUS A., 2011. « D'un état des lieux des circuits courts vers un système alimentaire territorialisé » mémoire Montpellier Supagro, 155p.

- en premier lieu à une nourriture considérée comme plus saine, en réaction aux crises sanitaires de ces 20 dernières années,
- en second lieu, à renouer le lien avec l'agriculture locale.

Depuis une dizaine d'années, le consommateur tend à faire attention à ce qu'il mange notamment à cause des différentes crises sanitaires alimentaires (vache folle, grippe aviaire, crise de la viande équine dans les plats surgelés). Le consommateur devient de plus en plus exigeant. Il veut savoir ce qu'il mange, d'où cela vient, et ainsi il préfère manger local, c'est-à-dire sur un territoire donné. La qualité des produits est liée à la relation de confiance que porte le consommateur au produit. En effet, il est attentif à la qualité des produits, si un produit vient d'un circuit court, ou porte une marque territoriale, le consommateur aurait plus envie d'acheter, car c'est plus proche de chez lui et il a tendance à assimiler cela à une meilleure qualité. La proximité entre le consommateur et le producteur s'accroît et peut créer un lien social. Aussi l'achat tendrait à être favorisé. L'aspect pédagogique est à prendre en compte, des animations dans les cantines peuvent être faites par les producteurs ce qui donne une meilleure connaissance de l'agriculture aux consommateurs. Ainsi, la relation de confiance permet un renforcement de l'acte d'achat. Une plateforme centralise l'offre en produits, ce qui est favorable autant pour les producteurs (cf enjeux pour le producteur) que pour les restaurants collectifs, la facture est unique, les emballages sont pour des produits en gros volume, ce qui facilite le travail des restaurants collectifs et permet de les fidéliser à la plateforme. Ainsi, c'est un grand enjeu qui se répercute sur les consommateurs.

Pour le monde agricole, le développement des systèmes alimentaires locaux est vu comme une opportunité de proposer des solutions alternatives voire en rupture avec le modèle agro-industriel mondialisé<sup>2</sup> dans lequel le lien avec le consommateur est souvent rompu, la valorisation du produit moins grande et la récupération de la valeur ajoutée par le producteur moins importante. « Dans un monde agricole en profonde mutation, les circuits courts et de proximité représentent des opportunités intéressantes de diversification de débouchés pour de nombreuses exploitations agricoles. » (Conseil régional Aquitaine, 2011).

En effet, le nombre d'exploitations agricoles est en diminution depuis plusieurs années. De plus, les agriculteurs ont des revenus très faibles, ce qui les contraint souvent à arrêter leur activité : 24% des agriculteurs vivent en dessous du seuil de pauvreté (Centre d'étude et de prospective, ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, 2010). L'augmentation des revenus des agriculteurs est une des conditions principales au maintien d'une agriculture locale. Or souvent, les agriculteurs se plaignent de leur dépendance au marché et à la grande distribution et de leur incapacité à influencer les prix. Les circuits étudiés peuvent permettre aux agriculteurs d'avoir une plus grande influence sur les prix des produits et de pouvoir ainsi améliorer leur revenu. Ils ont une meilleure connaissance du marché local que du marché global. Ils peuvent s'affranchir ainsi de la grande distribution en développant de nouveaux circuits de distribution.

---

<sup>2</sup> Le système alimentaire agro-industriel est défini par Colonna and alii (2011) comme un système dont « la logique fondamentale est de fournir des aliments, pour des marchés de masse, avec une logique de maximisation du profit. Ce type de SA s'appuie sur le développement d'économies d'échelle, d'origine technologique ou commerciale, et sur des processus de spécialisation de la production au sein de bassins de production. Il a suscité la croissance des produits transformés et des services incorporés. La distanciation économique, géographique et cognitive entre les producteurs et le consommateur est importante avec un nombre relativement important d'intermédiaires. » (p17)

Les marques territoriales permettent une valorisation du produit, car le produit est identitaire du territoire, il est reconnu ; un gage de qualité peut même se faire sentir. Ainsi, le produit sera mieux vendu car les prix sont plus élevés et l'acte d'achat est plus important par le consommateur.

Grâce aux plateformes de circuits courts pour la restauration collective, les agriculteurs s'assurent d'un revenu, car les ventes sont prévues à l'avance. Les producteurs de la plateforme ont des débouchés. Ils peuvent aussi participer à l'animation dans les cantines et ainsi participer à l'éducation aux produits du territoire. Des relations peuvent exister entre les producteurs et les personnels de cantines.

Pour les territoires, la mise en œuvre de tels systèmes est envisagée souvent comme une source de valorisation du territoire, une source de création d'emplois et d'ancrage de la valeur ajoutée et de l'activité permettant d'enclencher une dynamique de développement. Les territoires sont plus attractifs, les produits sont plus visibles, la notoriété du territoire s'agrandit, la promotion du territoire se fait par ses produits. « Les bénéfices de ce mode de promotion des atouts économiques, touristiques, culturels, technologiques, de formation et institutionnels d'un territoire, en vue de créer une dynamique d'attraction, sont considérables. » (Cantreau et Salomon, 2012).

Il s'agit de re-territorialiser les activités et les populations, de recréer des synergies entre production et consommation, de valoriser les ressources territoriales et de préserver les ressources environnementales. Aussi, pour les acteurs du territoire, être en capacité d'évaluer la durabilité territoriale des systèmes alimentaires locaux c'est avoir un outil qui permettra d'envisager l'accompagnement ou la création d'initiatives venant soit d'agriculteurs (isolés ou pas) soit de la société civile, soit d'autres acteurs encore, en prenant en compte les enjeux à l'échelle des territoires.

La rencontre entre société civile, monde agricole et territoires est le fondement de ces systèmes qui ont comme portée le développement durable d'un territoire. Ils sont envisagés comme tels en général car considérés comme levant les écueils du système alimentaire agro-industriel qui s'est fortement développé dans les pays du Nord (Colonna, Fournier, Touzard, 2011). Pour toutes ces raisons, le développement conséquent de systèmes se revendiquant des circuits de proximité et présentant des formes d'ailleurs relativement diverses amène à devoir s'interroger sur la réelle portée de ceux-ci.

L'intérêt du travail proposé est alors de construire, un outil d'évaluation de ces systèmes au regard d'une grille de lecture qui en délimite les contours et la portée.

L'approche de ces circuits en termes de durabilité territoriale c'est-à-dire en termes de capacité à s'inscrire dans un développement durable des territoires apparaît être une approche intéressante pour les évaluer, compte tenu de ce que sont les circuits de proximité.

### **I. 3. La durabilité territoriale des circuits de proximité : de quoi parle-t-on ?**

Les circuits de proximité sont au cœur d'enjeux croisés qui, au final, s'inscrivent dans des logiques de développement territorial durable.

La définition la plus répandue du développement durable se trouve être celle mise en avant dans le Rapport Brundtland publié en 1987 par la Commission pour le Développement et l'Environnement, intitulé « Notre Avenir à tous ». Ce rapport définit le développement durable comme « le développement qui satisfait les besoins de la génération actuelle sans priver les générations futures de la possibilité de satisfaire leurs propres besoins » (Brundtland G. H. et al., 1987). La dimension temporelle du développement durable nous intéresse particulièrement ici. En effet, le « concept [de développement durable] lutte pour mettre en œuvre des stratégies de développement socio-économique équitables et respectueuses de l'environnement, afin de ne pas compromettre les conditions de vie des générations futures » (Favre E., 2006).

Les circuits de proximité rajoutent à cette approche en termes de développement durable, une dimension territoriale.

Un territoire se définit comme un espace délimité géographiquement et juridiquement, caractérisé par une série de données qui lui sont propres. Ces caractéristiques peuvent être diverses et variées, allant du climat et autres caractéristiques physiques de son environnement (topographie, milieu particulier, biodiversité) à des dimensions sociaux-culturelles (peuplement, histoire) en passant par des éléments économiques (typologie d'entreprises, densité d'implantation, emplois, réseaux de transport ou de communication). Elles sont de première importance dans la définition car « le développement durable renferme implicitement une dimension spatiale importante puisque la vie sociale et économique se déroule dans l'espace, de même que les conflits qui lui sont liés et que ces derniers portent sur les finalités ou sur l'utilisation concrète des ressources. » (Cunha A., 2003). Les caractéristiques d'un territoire sont donc à prendre en compte si l'on souhaite le développer de manière durable.

La combinaison des différents éléments issus des définitions du développement durable et du territoire nous amène à dresser une définition du développement durable territorial qui nous permettra l'évaluation d'une organisation de type « circuit de proximité ».

Le développement durable territorial apparaît comme le développement qui, sur un territoire donné et donc prenant en compte les caractéristiques qui lui sont propres, satisfait les besoins locaux de la génération actuelle sans priver les générations futures de la possibilité de satisfaire leurs propres besoins. Il se situe au carrefour du développement économique, du progrès social et de la préservation de l'environnement.

Vouloir évaluer la durabilité territoriale d'organisations économiques telles que les circuits de proximité, c'est vouloir évaluer la capacité de ces organisations à participer ou à s'inscrire dans un processus de développement durable d'un territoire.

Il ne s'agit pas seulement d'appliquer la durabilité à une échelle locale mais plutôt d'être en capacité de mesurer en quoi l'organisation s'insère dans un processus de développement durable d'un territoire. Pour cela nous avons défini ce que nous entendons par durabilité territoriale d'un circuit de proximité :

Il s'agit d'une durabilité qui prend en compte la dimension territoriale et qui ne peut se réduire à la seule durabilité (classique) de l'organisation économique. Si cette dernière nous apparaît

être une condition nécessaire car nous faisons hypothèse qu'une organisation économique ne peut pas être territorialement durable si elle n'est pas elle-même durable, elle n'est pour autant pas une condition suffisante. Pour être durable territorialement une organisation doit être durable **et** avoir des interactions durables avec son territoire, c'est-à-dire qu'entre le territoire et l'organisation s'organisent des liens qui participent à un processus de développement durable du territoire.

Ainsi la définition choisie est la suivante :

$$\begin{array}{c} \text{Développement durable territorial d'une organisation} \\ = \\ \text{Durabilité de l'organisation + interactions organisation/territoire} \end{array}$$

### **La durabilité des organisations, un minimum indispensable**

Puisqu'elles vont être sources ou non de développement territorial durable, point sur lequel nous voulons statuer, les organisations apparaissent comme l'élément central de notre travail. Pour pouvoir créer du développement territorial durable, nous avons énoncé un postulat selon lequel il faut au minimum que ces entreprises soient elles-mêmes durables. En effet, il ne nous est pas paru envisageable qu'une organisation qui ne respecte pas ou peu les principes du développement durable à sa propre échelle soit source de développement durable à une échelle supérieure qu'est le territoire. Cette durabilité doit être complétée par les interactions que l'entreprise entretient avec son territoire, pour être qualifiée de développement durable territorial.

En revanche, que l'ensemble des organisations d'un territoire donné soit durable ne signifie pas que ce territoire soit lui-même durable. Ainsi, la somme des durabilités des entreprises d'un territoire prises individuellement n'est pas suffisante pour conclure au développement territorial durable. Il convient donc de prendre en compte les interactions qu'ont ces organisations avec leur territoire.

Dans notre réflexion sur les formes que pouvaient prendre ces interactions, nous avons défini deux types d'interactions : les interactions dues à des phénomènes induits et les interactions dues à des phénomènes liés aux démarches volontaires.

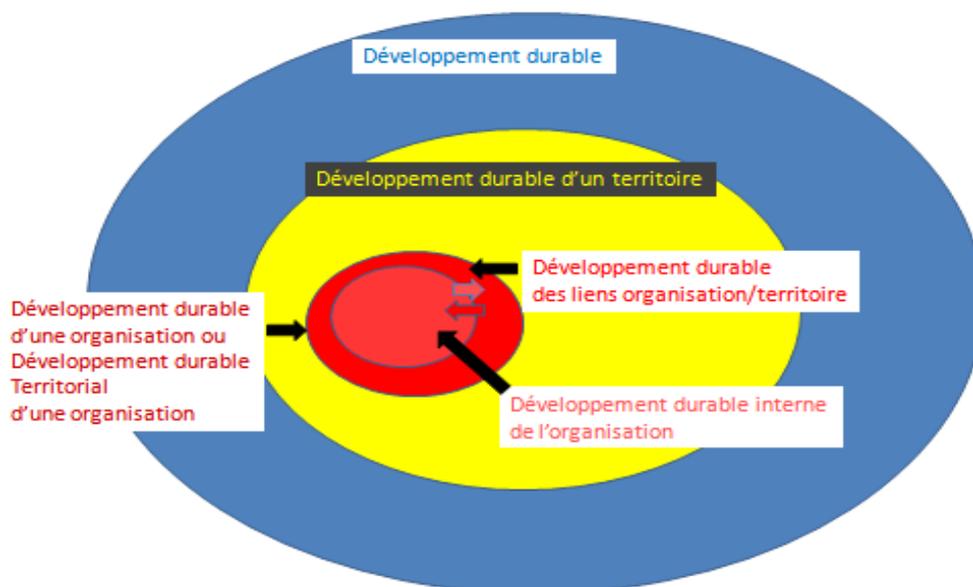
Les effets dits induits sont liés aux caractéristiques propres du territoire. Ces caractéristiques à prendre en compte sont le premier degré d'interactions entre une organisation et le territoire sur lequel elle est implantée. Ainsi, une organisation qui prendra en compte l'ensemble des caractéristiques de son territoire dans son processus de décision ou au sein de la gestion de son activité pourra donc envisager de créer du développement territorial. Cela se traduira par la création de ressources par l'organisation sur son territoire ou encore par l'utilisation de ressources du territoire par l'organisation.

Par ailleurs, les interactions organisation-territoire peuvent aussi être engendrées par des effets volontaristes. Ces effets liés à des démarches volontaires vont se traduire par des échanges

entre organisations du territoire et par des stratégies plus ou moins coordonnées entre l'organisation et le territoire.

A une plus large échelle, un troisième élément pourra être intégré à la définition : il s'agit de l'impact de l'organisation sur les territoires voisins. Ainsi, il apparaît que « pour être durable territorialement, l'activité de développement [d'un territoire] ne doit pas nuire au développement des autres régions » (Zuindeau, 2002). Cela peut concerner des territoires proches comme éloignés d'un point de vue géographique, et d'une échelle différente, puisque le développement durable doit également « satisfaire les besoins locaux sans compromettre la capacité des entités territoriales de rang supérieur à assurer leur propre viabilité » (Mollard et al., 2007, d'après Godard et al., 1985).

Dans cette étude, la définition du développement durable territorial d'une organisation est résumée dans le schéma suivant :



On trouvera donc dans la présentation les trois piliers du développement durable (économique, environnemental et social) avec au sein de chacun de ces piliers, une partie propre à l'organisation, une partie « lien territoire-organisation » et une partie « lien organisation-territoire ».

## II. Du développement durable au développement durable territorial : l'élaboration d'une méthode d'évaluation

L'objectif du travail est d'évaluer la durabilité territoriale des circuits de proximité. Il s'agit donc de trouver des indicateurs qui vont permettre d'évaluer cette durabilité territoriale définie comme la somme de la durabilité de l'organisation économique et de ses interactions avec le territoire.

Afin d'arriver à définir ces indicateurs, si le préalable était de définir ce que nous entendons par durabilité territoriale, il fallait néanmoins mettre en œuvre toute une démarche pour préciser plus ce

concept pour le rendre plus opérationnel et nous permettre de passer du concept aux indicateurs. Puis, une fois les indicateurs choisis, nous avons travaillé sur la façon dont renseigner ces indicateurs et enfin nous avons mis en place une grille de notation des indicateurs, puisque au final ils 'agit dévaluer la durabilité territoriale de circuits de proximité.

## **II.1. la Démarche pour évaluer la durabilité territoriale des plateformes et marques collectives territoriales : du concept aux indicateurs**

En préalable au travail de définition des indicateurs il a fallu revenir sur les attendus d'une telle grille d'évaluation de la durabilité des circuits de proximité.

La grille d'évaluation a plusieurs vocations :

- L'aide à la décision, en vue d'un pilotage de projet :

La grille a en effet pour but de pouvoir proposer des mesures à prendre. Elle permet ainsi aux décideurs de justifier les investissements qu'ils réalisent pour soutenir des initiatives de plateforme ou de marque collective. En outre, la grille doit évaluer la pertinence et l'efficacité du projet des plateformes et marques collectives au regard des principes du développement durable.

Enfin, la grille propose des pistes d'amélioration afin de progresser vers la réalisation d'objectifs et améliorer la durabilité de l'entreprise. Ainsi que l'écrivent Gras et alii (1989) « les indicateurs sont des variables qui fournissent des renseignements sur d'autres variables plus difficiles d'accès. Ils servent aussi de repères pour prendre une décision. »

- Le diagnostic :

La grille permet d'estimer voire de mesurer le degré d'atteinte de l'objectif. L'évaluation peut être répétée sur une même structure, sous forme de suivi. Elle pourra ainsi mettre en évidence l'évolution des plateformes et des marques collectives. Par ailleurs, cette grille permet aux plateformes ou aux marques collectives de repérer leurs forces et leurs faiblesses, afin d'apprécier des marges de progression éventuelle.

- La communication :

Les résultats de l'évaluation peuvent également servir aux entreprises comme outil de communication et de référence, car elle permet de repérer les modèles performants pour ensuite les diffuser largement.

De plus, il a été décidé que cette grille devait être adaptée aux deux types d'entreprises de circuits de proximité que sont les marques collectives territoriales et les plateformes. En d'autres termes, le choix a été fait d'effectuer une grille commune pour deux types d'entreprises différentes, ce qui limite le nombre et le type d'indicateurs utilisables. Ils ne doivent pas être trop spécialisés.

La démarche entreprise a consisté à d'abord s'appuyer à la fois sur les définitions du Développement durable, sur des approches de celui-ci développées par un certain nombre d'auteurs et des méthodes existantes pour évaluer la durabilité à des échelles différentes.

Ayant défini la durabilité territoriale d'une organisation économique comme la somme de : la durabilité de l'organisation et la durabilité des interactions entre l'organisation et son territoire définie elle-même comme la somme de la durabilité du lien organisation vers le territoire et durabilité du lien du territoire vers l'organisation c'est d'abord en croisant les 3 piliers du DD

(économie, social, environnemental) les 3 composantes de notre définition de la durabilité territoriale d'une organisation, que nous avons construit la grille d'évaluation.

### II.1.1. La définition d'indicateurs et leurs modalités de calculs

L'objectif du travail étant de construire une grille d'évaluation de la durabilité territoriale de circuits de proximité à l'instar des grilles qui existent pour évaluer la durabilité des exploitations agricoles, le travail a d'abord consisté à aller chercher dans la littérature des méthodes existantes sur lesquels il était possible de s'appuyer pour y arriver.

S'il existe plusieurs travaux portant réflexion sur ces méthodes (aller chercher dans la biblio) , deux particulièrement ont retenu notre attention :

La méthode IDEA (Indicateurs de Durabilité des Exploitations Agricoles) et le guide « pour une approche territoriale des projets de circuits courts. Explorer le développement territorial durable avec les circuits courts alimentaires » mis en place par le CERDD en 2010.

Partant de ces travaux existants et en complétant par des discussions autour d'autres lectures nous avons mis en place une grille d'évaluation.

La grille d'évaluation s'organise de la même manière que celle de la méthode IDEA, qui évalue la durabilité des exploitations, c'est-à-dire en cherchant préalablement des indicateurs économiques, sociaux et environnementaux mais appliqués à chacune des composantes de la durabilité territoriale d'une organisation telle que nous l'avons définie. En effet, afin d'intégrer la notion territoriale dans la grille d'évaluation, nous sommes partis de la définition de la durabilité territoriale : la durabilité territoriale d'une organisation est la somme de la durabilité de l'organisation et des interactions entre l'organisation et le territoire.

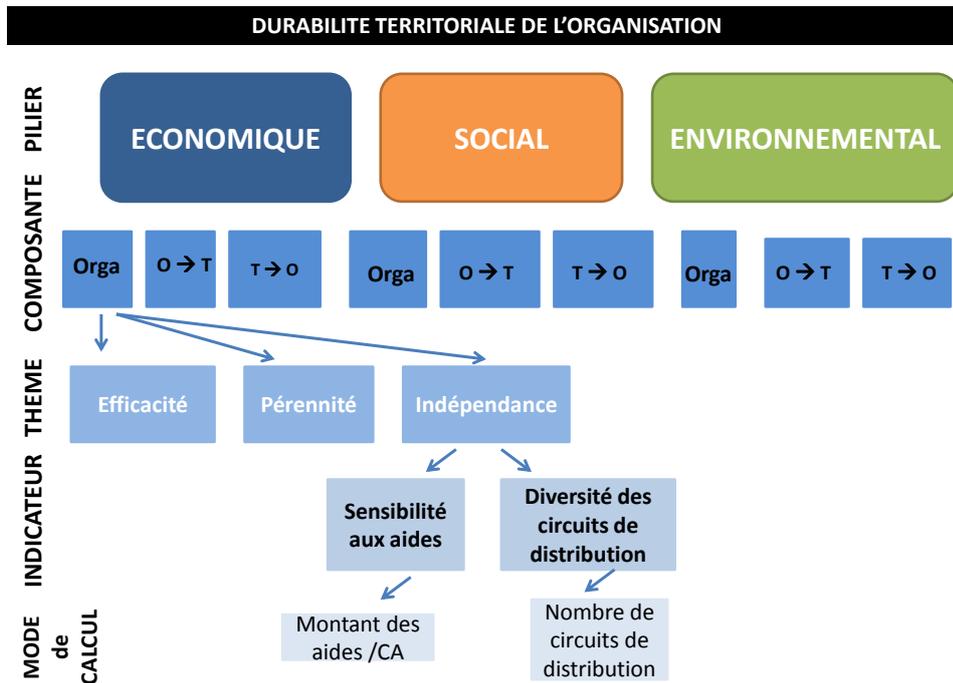
Ces interactions sont de 2 types : les influences du territoire sur l'organisation et les influences de l'organisation sur le territoire. Ces interactions peuvent, tout comme pour la durabilité de l'organisation, être regroupées dans les 3 piliers : environnemental, social et économique. Dans chacun de ces piliers, on trouve alors trois composantes : la **durabilité propre à l'organisation** et les interactions entre territoire et organisation, qui se décomposent en **influences du territoire sur l'organisation** et **influences de l'organisation sur le territoire**.

Chaque pilier se décompose donc dans les 3 composantes. Puis, pour aborder chacune des 3 composantes dans chaque pilier, nous avons défini des thèmes, sur la base de la bibliographie étudiée.

Ces thèmes définissent ce qui doit être étudié pour mesurer la durabilité de la composante. Sont alors définis des indicateurs ayant pour objet de préciser ce que nous mesurons ainsi que des modes de calculs de ces indicateurs, sachant qu'un même indicateur peut nécessiter plusieurs modes de calculs.

La figure ci-dessous schématise la démarche mise en place.

Schéma 2 : Vocabulaire et trame utilisés dans la grille d'indicateurs



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Le choix des indicateurs s'est appuyé sur des hypothèses et en prenant en compte ce qui existait dans la littérature et les méthodes existantes. Chaque indicateur fait donc, comme il se doit, l'objet d'une justification (Voir annexe n°1, p 51).

Au sein des trois piliers, chaque composante se décline en un ou plusieurs thèmes qui regroupent plusieurs indicateurs. Nous avons donc sélectionné les indicateurs les plus importants à qui nous avons attribué un ou plusieurs modes de calcul.

Tableau 2 : Exemple de la composante « organisation vers territoire » et de son thème : « cadre de vie »

<b>Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant le territoire</b>	Implication dans les processus de décisions des CT
	Communication environnementale
	Respect des ressources du territoire
<b>cadre de vie</b>	Pollutions sonore et olfactive
	Maintien ou amélioration du paysage

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Deux thèmes sont regroupés dans cette composante. Il s'agit de « Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant le territoire » et du « cadre de vie ». Le thème « cadre de vie » part de l'hypothèse que l'organisation doit participer à la préservation du cadre de vie des habitants de son territoire. Deux indicateurs lui sont attribués :

-La réduction voire l'absence de pollution sonore et olfactive générées par l'organisation. Ces types de pollutions sont des facteurs qui influencent la qualité de vie des individus de manière plus ou moins importante. L'organisation doit prendre en compte ces facteurs pour être durable sur le territoire. La mesure précise de ces facteurs n'est pas évidente, nous cherchons à savoir si les pollutions sonore et olfactive sont prises en compte par l'organisation.

-Le maintien ou l'amélioration du paysage. Le paysage est un élément important de l'environnement et du cadre de vie. Les problématiques liées au paysage se retrouvent dans les différents diagnostics de durabilité. Dans IDEA, l'indicateur B2 "valorisation du patrimoine bâti et du paysage" évalue l'impact de l'exploitation sur le paysage. Dans le diagnostic du CERDD le critère 26 est "les agriculteurs, coproducteurs du paysage". Nous évaluons deux aspects liés au paysage au niveau de l'organisation : la présence d'espaces verts entretenus et l'absence de déchets.

-Le pilier social regroupe quinze indicateurs au sein de neuf thèmes répartis sur les trois composantes.

Tableau 3 : Exemple de la composante « organisation » et de son thème : « conditions de travail »

<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi
		Création/maintien/disparition d'emplois
	<b>Conditions de travail</b>	Hygiène et sécurité
		Intensité / Pénibilité du travail
<b>Mode d'organisation</b>	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	
<b>ORGANISATION</b>		

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Trois thèmes sont regroupés dans cette composante. Il s'agit de « emploi », « conditions de travail » et « mode d'organisation ». Le thème « conditions de travail » vient de l'hypothèse que des conditions de travail décentes doivent être respectées au sein de l'organisation. Ce thème doit permettre l'évaluation des conditions de travail au sein de l'organisation par deux indicateurs :

-hygiène et sécurité. Les conditions de travail se caractérisent notamment par le respect de l'hygiène et de la sécurité pour tous les employés. L'hygiène et la sécurité au travail sont des facteurs déterminants dans le bien-être social de l'entreprise. En effet, l'entreprise se doit de garantir à ses employés de bonnes conditions de travail, accroissant ainsi leur bien-être et leur efficacité au travail.

- Intensité/Pénibilité du travail. Dans la même logique, l'intensité et la pénibilité du travail des employés sont aussi des indicateurs de leurs conditions de travail. En effet, l'intensité du travail et sa pénibilité, si elles sont excessives, nuisent au bien-être des employés de l'organisation et donc à sa durabilité sociale.

-Le pilier économique regroupe seize indicateurs au sein de huit thèmes répartis parmi les trois composantes.

Tableau 4 : Exemple de la composante « organisation » et de son thème « pérennité du système »

<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides
		Nombre de clients différents
	<b>Pérennité du système</b>	Évolution des ventes
Viabilité économique		
<b>Efficacité économique</b>	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	
<b>ORGANISATION</b>		

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Trois thèmes sont regroupés dans cette composante, il s'agit de « indépendance », « pérennité du système » et d'« efficacité économique ». Le thème « pérennité du système se limite à deux indicateurs :

-La régularité des ventes : La régularité des ventes d'une organisation en circuit court est un facteur de pérennité du système et donc de durabilité économique. Cette régularité des ventes peut se mesurer en valeur par rapport à l'année N-1 en fonction des catégories de produits ou du type de clients. (Denéchère, F 2007). Cependant, pour simplifier la mesure de cet indicateur et ne pas pénaliser une organisation qui aurait été créée très récemment, on regardera simplement l'évolution des ventes par rapport à l'année N-1, en récompensant une augmentation, et la stabilité dans une moindre mesure. On pénalisera par contre une diminution.

-La viabilité économique : Elle est, d'après la méthode IDEA, un bon indicateur de durabilité économique. Cependant, la viabilité économique est mesurée dans IDEA par le rapport suivant :  $(EBE-BF^3) / UTH$  non salarié. Ce qui n'est adaptable que pour une entreprise individuelle type exploitation agricole dans laquelle on retrouve de la main d'œuvre non salariée. On choisit donc, pour évaluer cette viabilité économique, de regarder seulement le résultat de l'organisation.

Au final nous avons obtenu toute une série d'indicateurs qu'il a fallu ensuite sélectionner dans le but d'en réduire le nombre.

### II.1.2. Quinze indicateurs par pilier : justification de la sélection des indicateurs retenus

Après la phase de recherche bibliographique d'indicateurs, nous avons sélectionné une centaine d'indicateurs potentiels, ce qui constituait une grille trop dense avec des piliers déséquilibrés : 28 indicateurs en social, 32 en économique et 37 en environnemental. Certains de ces indicateurs n'étaient pas forcément calculables ni réellement adaptés aux types de structures que nous étudions. Ajouté à cela, certains indicateurs présents dans des piliers différents étaient redondants. Nous avons besoin d'une phase de sélection d'indicateurs. Ainsi nous avons pu supprimer les indicateurs redondants et les indicateurs qui n'étaient pas adaptés (incalculables ou nécessitant des informations non disponibles dans les structures).

Nous avons également pu fusionner certains indicateurs entre eux en trouvant d'autres méthodes de calcul. Le tableau suivant présente trois exemples d'indicateurs supprimés ainsi que les raisons de leur suppression de la grille.

Tableau 5 : Exemple d'indicateurs supprimés ou fusionnés

PILIER	THEMES	INDICATEURS	RAISONS
Environnemental	Implication du territoire dans les décisions impactant l'organisation	Cohérence entre les différents acteurs du territoire ET Territoire implique-t-il l'organisation dans les	FUSION des 2 indicateurs => Implication du territoire dans les décisions impactant l'organisation

<sup>3</sup> Besoin de Financement

		décisions du territoire	
Social	Emploi	Gestion du travail	Difficulté de récupération des informations pour le calcul
Economique	Indépendance	Autonomie financière	Difficulté d'obtenir les données financières

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Finalement, nous avons pu éliminer 51 indicateurs : 13 dans le pilier social, 22 dans le pilier environnemental, 17 dans le pilier économique. Au total, notre grille compte 46 indicateurs avec environ quinze indicateurs par pilier. Les trois tableaux suivants présentent les différents thèmes d'indicateurs classés par composante et pilier.

**Liste des indicateurs par pilier (source : Bordeaux Sciences Agro 2013)**

Le pilier environnemental

PILIER	Composante	Thèmes	indicateur	Mode de calcul ou Mesure	
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>	ORGANISATION	Préservation des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité ( BIODIV)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits	
			favorisation la consommation de produits de saisons	% de produits de saison commercialisés ET % de produit locaux commercialisés	
			Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs sur le respect de règles environnementale	Existence d'une charte	
			Réduction des déchets et valorisation	Multiplicité des emballages / produit Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage Tri selectif à l'échelle de la plateforme Utilisation de produits certifiés durables (labells ( ex FSC, PEFC)	
			Favorisation l'utilisation d'énergie renouvelable	Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA)	
			Les rejets de polluants	Les rejets de polluants (pratiques agricoles) / part des exploitations en HVE, raisonnée Bio	
			<b>ORGANISATION</b>		
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans des décisions impactant le territoire	Implication de l'organisation dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail ?	
			relai des politiques territoriales environnementales	L'organisation communique-t-elle sur les problématiques environnementales ?	
			Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire Respect des zones protégées	
		cadre de vie	pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonores: Présence et Efficacité Mesures limitant la pollution olfactive: Présence et Efficacité	
			maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus absence de déchets visuels	
			<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>		
	TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	actions de réduction de l'utilisation des ressources naturelles et valorisation des déchets favorisé par les CT	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN ? Les CT aident -elles financièrement les organisations pour la gestion des RN ? Les CT rendent-elles possible le tri (collecte selective)	
			Autres acteurs du territoire	Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN ? Les autres acteurs aident -ils financièrement les organisations pour la gestion des RN ?	
			Soutien de la production/commercialisation de	Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio,de saison, locaux Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison , locaux	
		Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département Les CT sont-elles parties prenante des décisions pour l'environnement ? Invitations de l'organisation aux réunions de travail ?	
			<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>		
	<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>				

## Le pilier Social

<b>PILIER SOCIAL</b>	<b>ORGANISATION</b>	Emploi	Avantages liés à l'emploi	Présence d'un 13ème mois interressement, plan de carrière?		
			Création/maintien/disparition d'emplois	Nombre d'emplois créés		
		Conditions de travail	Hygiène et sécurité	Hygiène et sécurité		
			Intensité/Penibilité du travail	Intensité/Penibilité du travail		
		Mode d'organisation	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique permettant une gouvernance qui entraine des prises de décisions collectives oui / non		
		<b>ORGANISATION</b>				
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	Activité agricole sur le territoire	Equité entre les exploitations adhérentes	Taille moyenne des exploitations appartenant à l'organisation par rapport à la moyenne départementale	
	Maintien du tissu social agricole			nombre de départ d'agriculteurs adhérents à l'organisation avant trois ans		
				Nombre d'agriculteurs locaux/agriculteurs totaux		
			augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaire de l'organisation			
	Communication / Information		Organisation/participation de manifestations culturelles	Organisation/participation de manifestations culturelles (oui/non)		
	Accessibilité		Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire		
			Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière (oui / non)		
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>					
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	Synergies locales	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an		
			Participation/Implication des acteurs du territoire à l'organisation	Participation des acteurs à l'organisation (oui / non)		
		Accompagnement par les institutions	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux		
			Soutien compétence, propositions de formation	Nombre de formations promues par les institutions pour l'organisation/an		
		Attractivité	Attractivité touristique du territoire 4			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						
<b>PILIER SOCIAL</b>						

## Le pilier économique

<b>Pilier Economique</b>	<b>Organisation</b>	Indépendance	Sensibilité aux aides	Montant des aides / Chiffre d'affaires		
			Diversité des circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents		
		Pérennité du système	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre (augmentation / diminution / stagnation)		
			Viabilité économique	Résultat du bilan		
				Cohérence entre résultat et statut juridique (oui / non)		
		Efficacité du système	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose ? (oui / non)		
		<b>ORGANISATION</b>				
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	Logique territoriale de production	Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux	
				Limitation des couts de transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires	
	Participation au dynamisme du territoire		Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts		
			Efficacité du système en restauration collective	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire		
				Existence-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs ? (clients, fournisseurs, ou clients et fournisseurs) (oui/non)		
			Communication et accompagnement clients / fournisseurs	Y-a-t-il une communication sur les tarifs auprès des clients? (oui / non)		
				Y-a-t-il une communication sur les tarifs auprès des fournisseurs? (oui / non)		
				Y-a-t-il Prospection des clients ? (oui / non)		
				Y-a-t-il Prospection des fournisseurs ? (oui / non)		
				Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective ? (oui / non)		
			Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs ? (oui/non)			
	Existence-t-il un catalogue de produits, un outil de présentation de l'offre (oui / non)					
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>					
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISTION</b>		Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation ? (oui/non)	
					Si oui dépend-t-elle du résultat ? (oui/non)	
		Pérennité des aides		Part des aides territoriales dans le budget de l'organisation		
		Existence d'un réseau local : implication des partenaires et des acteurs territoriaux dans le fonctionnement des organisations	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant ? (oui/non)		
				Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel? (oui/non)		
				Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation? (oui/non)		
			Importance du réseau	Présence d'un animateur salarié des collectivités ? (oui/non)		
Influence du statut juridique de l'organisation sur l'implication économique des CT			Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations ? (oui/non)			
Attractivité du territoire		Attractivité du territoire	Le statut juridique entraîne-t-il une implication économique des acteurs du territoire ? (oui/non)			
			Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation ? (oui/non)			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						
<b>PILIER ECONOMIQUE</b>						

## II.2. Un questionnaire d'enquête pour renseigner une grille d'indicateurs incomplète

Afin que l'outil puisse fonctionner il faut vérifier que les indicateurs soient « renseignables ». « Les qualités attendues d'un indicateur sont qu'il soit objectif et scientifiquement fondé, pertinent par rapport à la problématique où il se situe, sensible, facilement accessible et immédiatement compréhensible. » (Briquel et alii).

Aussi un travail autour de « l'accessibilité » de l'information a été fait. Les chambres d'agriculture de l'Ariège et de Dordogne avaient conduit un premier travail d'étude sur un certain nombre de plateformes et de marques territoriales. A partir de ces recherches elles avaient réalisé des fiches descriptives dans lesquelles un certain nombre de renseignements étaient fournis et permettaient de remplir certains indicateurs (Ces fiches descriptives se trouvent en annexe 2 p 61 du document). Ce travail nous a permis d'établir une grille de lecture renseignant les aspects territoriaux, organisationnels, sociaux, économiques et environnementaux de chaque circuit de proximité. Cette grille a donc un double rôle, décrire les différentes organisations et également renseigner la grille d'indicateurs. Ces fiches descriptives ont permis de déceler les indicateurs non renseignés et partant une réflexion a été conduite sur les modalités de récupération de cette information manquante. Un questionnaire a été réalisé dans le but de récupérer cette information manquante.

Tableau x : Grille de lecture (Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013)

Contexte territorial	Organisation	Economie	Social	Environnement
Localisation	Date de creation	Chiffre d'affaires	Acteurs origine du projet	Emballage
Echelle ( dep, région)	Forme juridique	Budget global	Pourquoi le projet ?	Ressources naturelles
Situation territoriale BIO	Plateforme physique	Recette (types, montants)	Acteurs moteurs / suiveurs	Utilisation des ressources renouvelables
Présence SIQO	Membres de l'organisation	Cotisations (qui? Cb?)	Acteurs freineurs	Mode de transports
Politiques territoriales	Nombre de salariés ( soc, eco)	Subvention (Qui? Cb?)	Type d'accords producteurs, RC, plateforme? MO	
Abattoirs, ateliers de transfo sur le territoire	Nb de producteurs appro/Nb entreprises	Dépenses (types, montants)	Nombre d'associés, représentativité des acteurs dans la structure, mode de gouvernance	
Bassins de consommation, importance de la demande	Type accord	Sous-traitance	Réunions, fréquence type	
Diversité agricole du T	Lieu de distribution	Fixation prix		
% EA en circuits courts	Charte, règlement intérieur, critères de sélection des	Prix des matières premières / prix repas		

	producteurs	
	Origine des produits	Marges
	Nombre de produits	Transport, coût de transport
	Types de produits	Concurrences
	Communication auprès du grand public, producteurs, budget, actions promotions (eco, soc)	
	% repas en produits locaux	

C'est dans le cadre du diagnostic de durabilité territoriale de ces démarches que nous avons élaboré un questionnaire. Le but était de renseigner les informations manquantes afin de remplir la grille d'indicateurs permettant de mesurer la durabilité territoriale de chaque organisation.

Ce questionnaire, pour les plateformes à destination de la restauration collective ou marques collectives territoriales, va permettre de compléter des indicateurs pertinents afin de mesurer la durabilité de structures.

Le questionnaire porte sur les aspects économiques, environnementaux et sociaux de l'organisation, avec des thèmes abordant le fonctionnement interne de la structure que sur les liens et les échanges existants entre la plateforme et les parties prenantes. Les questions s'enchaînent de manière structurée, respectant les aspects mentionnés précédemment et permettant de donner des renseignements quantitatifs et qualitatifs.

Le questionnaire est composé des 53 questions de type « fermées » afin de permettre des réponses aisées et rapides, faciles à dépouiller et les résultats sont directement quantifiables. La durée de cette enquête est d'environ 40 min. Conscients que cela représente beaucoup de temps, elle peut être réalisée par 3 moyens:

- Entretien
- Par téléphone
- Par mail

Cet outil est facilement transposable à diverses structures organisées en circuits de proximité à destination de la restauration collective et permet de caractériser et renseigner les indicateurs afin d'évaluer la durabilité territoriale sur 3 aspects :

- Interactions organisation → territoire
- Interactions territoire → organisation
- Organisation seule

Ce questionnaire a été testé par un de nos commanditaires, représentant de la Chambre d'Agriculture d'Ariège afin de vérifier la clarté des questions, la facilité de réponse, la durée et la fluidité du questionnaire, les problèmes que peuvent rencontrer les enquêteurs, etc.

Notre échantillon initial était composé de 13 organisations (circuits de proximité) données par les chambres d'agriculture. Nous avons choisi d'enquêter le responsable de chaque organisation considérant que c'est la personne qui connaît le mieux l'ensemble du fonctionnement de la structure. Néanmoins, ce questionnaire mérite, dans l'idéal, d'enquêter un ensemble de personnes (employés, acteurs du territoire, etc.). D'autre part, certaines questions de type « auto-évaluation » peuvent donner des réponses souvent subjectives. Nous reviendrons sur les critiques méthodologiques que nous pouvons faire sur certains choix que nous avons opérés dans la dernière partie du document.

Sur notre échantillon initial de 13 structures, nous avons réussi à en enquêter six, que nous évaluerons pour la suite de notre étude.

### II. 3. La notation des indicateurs

#### *Pourquoi a-t-on choisi d'aller jusqu'à une note ?*

Parmi les différentes méthodes sur lesquelles nous nous sommes appuyés (CERDD, DIALECTE, IDEA...), seule la méthode IDEA va jusqu'à l'attribution de points. Nous avons choisi de créer un outil qui aboutit à une note pour différentes raisons. Tout d'abord elle permet aux organisations de se situer les unes par rapport aux autres, puis de dégager rapidement et objectivement les points faibles et forts de la démarche ; et enfin d'apprécier l'évolution et les progrès de l'organisation dans le temps et d'établir des pistes d'amélioration afin de se rapprocher d'une note optimale de durabilité.

#### *Que signifie la note finale ? Comment est-elle construite ?*

Nous avons choisi de travailler en « durabilité dure », c'est-à-dire que les trois piliers ne peuvent pas se compenser. En effet, aller vers un développement durable, c'est progresser **simultanément** dans chacune des trois directions : économique, sociale et environnementale. Dans une perspective de développement durable, l'amélioration des seules performances économiques n'a pas de véritable sens si elle ne s'accompagne pas d'une augmentation parallèle des performances environnementales et sociales. Le but est de parvenir à un compromis pour rendre les situations acceptables pour toutes les parties prenantes. Les trois piliers seront donc indépendants et il n'y aura pas de compensation ou de moyenne des trois piliers. Chaque pilier aura le même poids et une note correspondant à un même barème (exemple : note sur 100) et la note de durabilité correspondra à la note la plus faible.

Deux hypothèses ont été envisagées pour la notation :

**Une note plafonnée** : la note plafonnée, est une note atteignable qui peut mettre en évidence plusieurs modèles gagnants qu'on considère « durable sur leur territoire »

**Une note maximale théorique** : une note inatteignable qui met en évidence la marge de progression laissée à l'organisation, qui se rapproche plus de la réalité (on ne peut pas être parfaitement durable), qui permet de comparer les organisations entre elles

**La première hypothèse a été retenue car elle nous semblait plus lisible et plus simple pour les décideurs.**

Chaque pilier est noté sur 100. Cette valeur nous a semblé assez élevée au regard du nombre d'indicateurs que nous avons au total, et assez basse pour rester atteignable.

Note de la composante =  $\sum$  notes des thèmes  
Note du thème =  $\sum$  des notes des indicateurs (plus ou moins pondéré selon le mode de calcul choisi dans chaque groupe)

**Remarque :** A la suite de l'évaluation des 6 exemples de plateformes et marques collectives territoriales, nous avons constaté que les notes obtenues étaient très éloignées de la note de 100, considérée comme « facilement » atteignable. A l'heure actuelle, notre modèle fonctionne donc plutôt selon la 2<sup>ème</sup> hypothèse. A plus long terme, certaines organisations devraient se démarquer et se rapprocher de la note plafonnée.

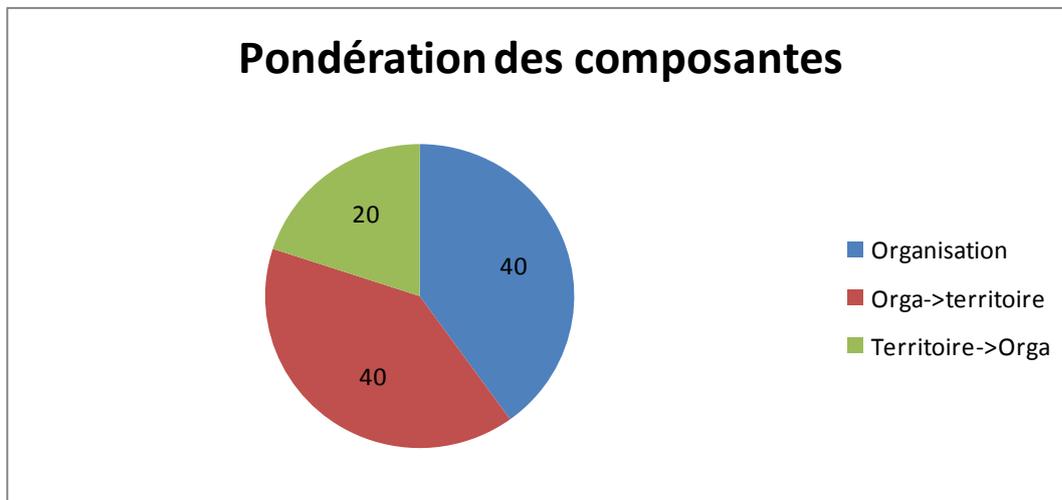
#### ***Comment sont notées les composantes ?***

Chaque pilier est subdivisé en trois composantes (selon la définition de la durabilité territoriale) : durabilité de l'organisation, influences du territoire sur l'organisation et influences de l'organisation vers le territoire.

Ces trois composantes n'auront pas le même poids au sein du pilier. Nous avons 2 possibilités :

- Ou bien on donne plus de poids aux liens territoire-organisation car on considère que l'ancrage territorial de la démarche est plus important que la démarche de l'organisation seule. On donne ainsi 60 points aux liens territoire-organisation et 40 points à l'organisation propre. Toutefois parmi les 60 points attribués aux liens T-O, 40 points vont à l'influence de l'organisation sur le territoire et 20 points à l'influence du territoire sur l'organisation. Les 40 points soulignent l'effet volontariste de l'organisation sur le territoire (les plateformes se revendiquent durables et ancrées sur le territoire). Les 20 points restants représentent une part moindre de la note totale car l'organisation est dépendante de son territoire. En effet, la grille permet d'évaluer les initiatives de l'organisation en premier lieu et on ne peut pénaliser l'organisation si elle se trouve sur un territoire dont les acteurs ne s'impliquent pas à leurs côtés. **La notation donne alors : 40 points pour la composante organisation vers territoire, 40 points pour la composante durabilité de l'organisation et 20 points pour la composante territoire vers organisation. (cf figure X)**

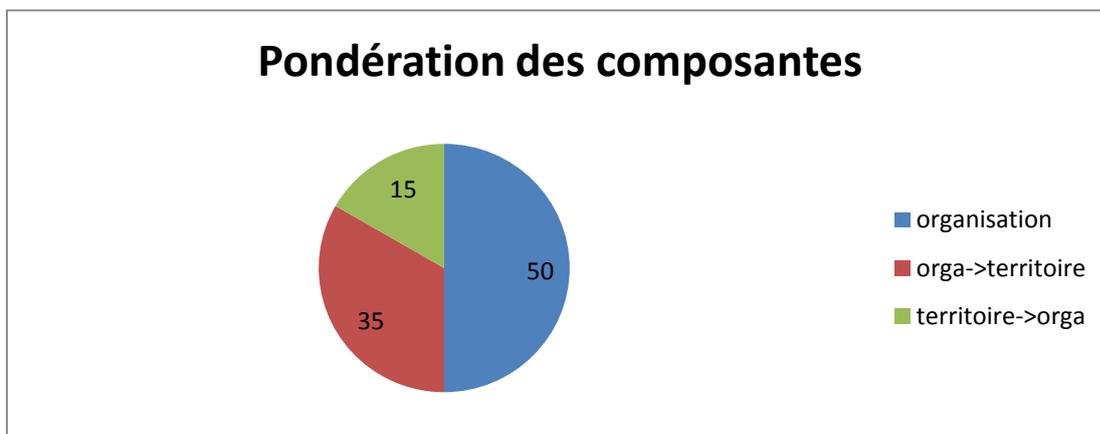
Figure 1 : Première proposition de la répartition des 100 points de chaque pilier parmi les composantes



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

- Ou bien on considère que la durabilité de l'organisation est aussi importante que ses interactions avec le territoire, c'est-à-dire qu'elle doit être durable elle-même avant d'être durable territorialement. On donne alors autant de poids à la composante durabilité de l'organisation qu'aux deux composantes confondues organisation vers territoire et territoire vers organisation. Comme dans l'hypothèse précédente, on donne plus de poids à la composante organisation vers territoire qu'à la composante territoire vers organisation, car on évalue l'effet volontariste de l'organisation sur le territoire. **La notation donne alors : 50 points pour la composante durabilité de l'organisation, 35 points pour la composante organisation vers territoire et 15 points pour la composante territoire vers organisation. (cf figure X)**

Figure 2 : Deuxième proposition de la répartition des 100 points de chaque pilier parmi les composantes



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

La 1<sup>ère</sup> option a été retenue, car elle correspond plus aux attentes du commanditaire et aux enjeux de ce projet qui sont notamment de mesurer l'ancrage territorial des plateformes à destination de la restauration collective et des marques collectives territoriales.

**Donc :**

Note du pilier (100) =  $\sum$  notes des composantes selon leur pondération soit 40 (composante organisation) +40 (lien organisation vers territoire) +20 (lien territoire vers organisation)

**Comment sont notés les thèmes ?**

Nous sommes partis de l'hypothèse que les thèmes étaient aussi pertinents les uns que les autres. Toutefois, la répartition des points ne correspond pas à cette hypothèse de travail. En effet, les points ont été attribués en fonction du nombre d'indicateurs et de modes de calcul qui composent chaque thème : plus les modes de calcul sont nombreux, plus le thème a de points. De ce fait, plutôt que d'attribuer un score au thème et de répartir les points aux différents modes de calcul, ce sont les modes de calcul qui ont conditionné la pondération des thèmes. (cf tableau 6)

Tableau 6 : Exemple de répartition des points au sein du pilier social (composante organisation)

<b>Emploi 25</b>	Avantages liés à l'emploi 15 points	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13 <sup>ème</sup> mois, intéressement, plan de carrière) Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points
		Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts
		Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts
	Création/maintien/disparition d'emplois 10 points	Emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts Nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)
<b>Conditions de travail 10</b>	Hygiène et sécurité 5 points	Autoévaluation : 0 à 5
	Intensité / Pénibilité du travail 5 points	Autoévaluation de 0 à 5
<b>Mode d'organisation 5</b>	Pouvoir de décision au sein de l'organisation 5 points	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Les différents modes de calcul donnent tous plus ou moins le même nombre de points.

Cependant, cette répartition des points peut être adaptée :

- selon les différents types de mode de calcul (échelle, oui/non, somme d'éléments) qui notent l'indicateur
- selon les actions à évaluer. Exemple : le tri sélectif est une action facile à mettre en place, elle rapporte beaucoup de points pour souligner l'effort fait par l'organisation. Des actions comme l'optimisation des emballages nécessite plus de moyens, la plateforme ne doit être trop pénalisée si elle n'atteint pas de niveau d'avancement dans la durabilité.

Tableau 7 : Exemple de répartition des points au sein du pilier environnement (indicateur « Réduction et valorisation des déchets »)

Réduction et valorisation des déchets	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt
	Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt
	Utilisation de produits certifiés durables (labels ex : FSC, PEFC) : oui = 4pts ; non = 0pt

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Les choix opérés en matière de notation reflètent ainsi l'importance donnée à tel ou tel indicateur et à tel ou tel niveau d'indicateur.

Nous trouverons en annexe 3 p 104 l'ensemble des choix opérés pilier par pilier en matière de notation.

### **III. La durabilité territoriale des structures étudiées : des pistes d'amélioration pour les structures autant que pour l'outil**

Le travail de mise en place d'une grille d'évaluation de la durabilité territoriale de circuits de proximité nécessite, comme tout outil d'évaluation, une mise à l'épreuve. Il s'agit non seulement d'éprouver l'outil sur des structures afin de mesurer leur durabilité territoriale et d'analyser les résultats obtenus mais aussi, de voir, au travers de cette mise à l'épreuve la portée de l'outil et de saisir les besoins éventuels d'évolution.

Pour cela 5 structures ont été étudiées 1 marque territoriale Saveur du Périgord et 5 plateformes : Terroir Ariège Pyrénées (par simplification dans le document nous lui avons attribué le nom de Terre d'Ariège), Mangeons 24, Self Bio Centre, Auvergne Bio distribution. Au départ 6 structures devaient être étudiées car il y avait une marque territoriale supplémentaire « Qualité Landes » mais nos enquêtes ont révélé que Qualité Landes n'est ni une plateforme, ni une marque collective territoriale, ainsi cette structure n'a pas été prise en considération dans l'analyse de nos résultats. Chacune de ces 5 structures a fait l'objet d'une fiche synthétique et signalétique (voire annexe 2 p 61).

Nous montrerons les résultats (En annexe 4 p 111 se trouvent les détails des résultats) et les analyserons. Nous montrerons notamment l'intérêt d'une double lecture de la durabilité territoriale (par pilier et par composante) et nous montrerons les apports de l'outil et les évolutions que l'on pourrait envisager d'un point de vue méthodologique.

### III.1. Des niveaux de durabilité territoriale différents selon les structures

Dans un premier temps le renseignement des indicateurs donnent les résultats suivants par pilier.

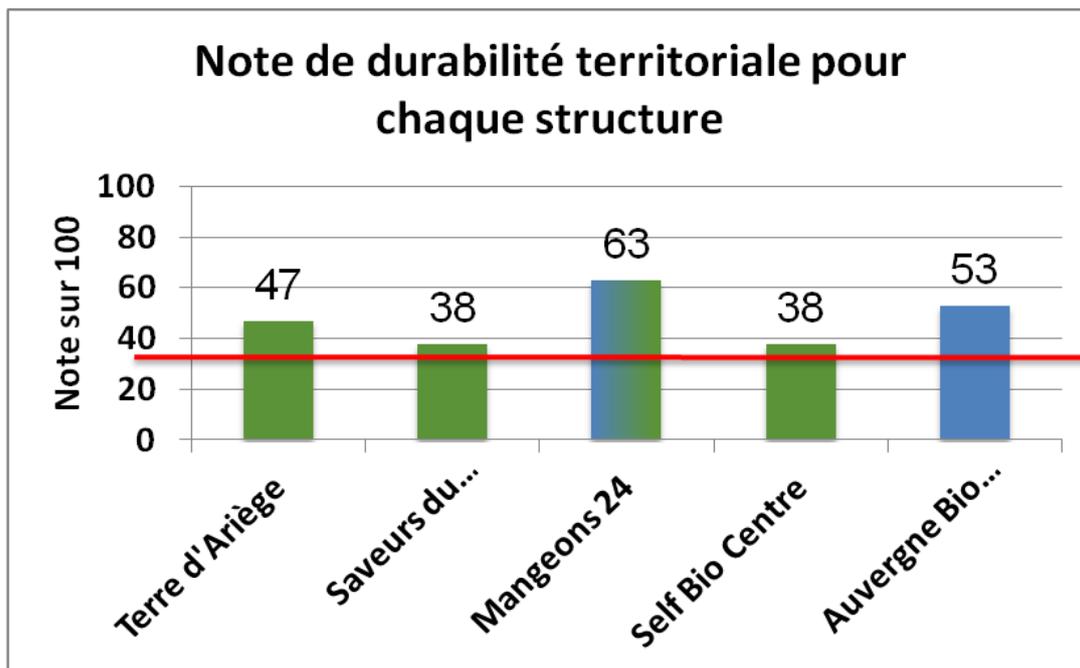
Tableau 8: Notes des structures par pilier.

	Environnement	Social	Economie
Terre d'Ariège	<b>47</b>	65	50
Auvergne Bio Distribution	<b>53</b>	71	68
Mangeons 24	<b>63</b>	66	63
Saveurs du Périgord	<b>38</b>	63	49
Self Bio Centre	44	65	<b>38</b>

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Notre outil, au travers du tableau ci-dessus, permet un classement des structures les unes par rapport aux autres. Puisque nous avons considéré, à l'instar de la méthode IDEA que la note de durabilité est celle du pilier limitant (notion de durabilité dure) la note de durabilité territoriale pour chaque structure est la suivante.

Figure n°3 : Note de durabilité territoriale pour chaque structure



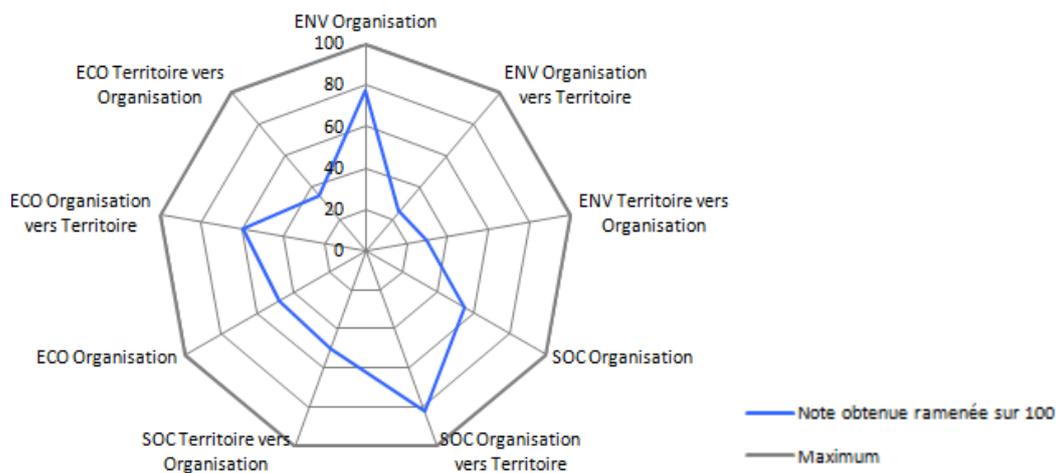
Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Dans notre méthode, nous avons considéré qu'une structure atteignait un seuil de durabilité convenable si sa note de durabilité est supérieure ou égale à 50, puisque les piliers sont notés sur 100. Le graphique ci-dessus indique que seulement deux structures sur quatre obtiennent la moyenne. Il s'agit de Mangeons 24 et d'Auvergne Bio Distribution. Terre d'Ariège, Saveurs du Périgord et Self Bio Centre n'ont pas atteint le seuil minimal de 50.

D'après nos résultats, la note de durabilité, attribuée par le pilier limitant est, dans la majorité des cas, due au pilier environnemental, et éventuellement due au pilier économique. Par contre, le pilier social n'est jamais limitant, et est même le pilier pour lequel chacune des structures obtient sa meilleure note.

Pour mieux comprendre les résultats observés, il est intéressant de changer d'échelle pour aller vers une échelle plus détaillée au sein des piliers : les composantes. En effet, par exemple dans le cas de Terre d'Ariège, le graphique ci-dessous illustre le manque d'homogénéisation entre les composantes. Ainsi, les notes entre composante au sein du même pilier sont différentes, par exemple : dans le pilier environnement, la composante organisation vaut 31/40 (77,5/100) alors que la composante organisation vers territoire vaut 10/40 (25/100) et la composante territoire vers organisation vaut 6/20 (30/100). De plus, les composantes organisation, organisation vers territoire et territoire vers organisation n'ont pas le même ordre d'importance d'un pilier à l'autre. Par exemple, la composante organisation vaut 31/40 (77,5/100) dans le pilier environnement alors qu'elle ne vaut que 19/40 (47,5/100) dans le pilier économique.

Figure 4: notes obtenues par composantes au sein de chacun des piliers, Terre d'Ariège.



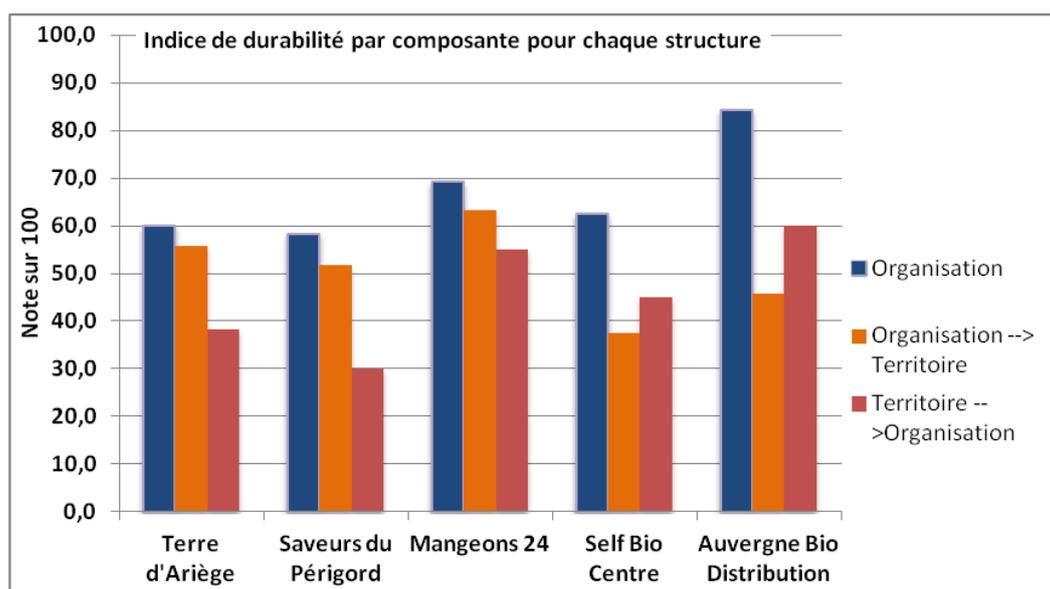
Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Ainsi, il est intéressant d'approfondir l'analyse en comparant les organisations par leurs composantes.

### III.2. L'intérêt d'une double lecture de la durabilité territoriale

#### Analyse globale

Figure 5: Indices de durabilité des structures par composante,



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Le graphique ci-dessus, permet de comparer les structures les unes par rapport aux autres, par leurs composantes.

Il faut savoir que ce graphique a été construit en additionnant les composantes organisation des piliers environnemental, social et économique, et ramené à 100 ; de même pour les composantes organisation vers territoire et territoire vers organisation. Ainsi, une appréciation de chaque composante par rapport à la note maximum de chacune est donnée.

Une première observation est que la composante organisation est toujours la meilleure des trois pour chacune des structures étudiées. De plus, toutes les structures, de par cette composante, franchissent le seuil des 50% de la note maximale possible à atteindre. Le lien au territoire est, de par sa composante organisation vers territoire ou sa composante territoire vers organisation, comme limitant.

Au niveau de la composante organisation, Auvergne Bio Distribution ressort comme étant la meilleure et de loin. Elle est suivie par Mangeons 24. A contrario, Terre d'Ariège et Saveurs du Périgord obtiennent les moins bonnes notes.

Au niveau de la composante organisation vers territoire, Mangeons 24 est la meilleure, suivie par Terre d'Ariège. Ainsi, ces deux plateformes semblent s'investir plus dans leur lien avec le territoire par rapport à Auvergne Bio Distribution et Self Bio Centre qui ne franchissent pas le seuil des 50% de la note maximale.

Enfin, au niveau de la composante territoire vers organisation, seule Auvergne Bio Distribution et Mangeons 24 dépassent le seuil des 50% de la note maximale.

Ainsi, les deux analyses par pilier et par composante des structures attirent l'attention sur plusieurs groupes de structures. Tout d'abord, Auvergne Bio Distribution et Mangeons 24, deux structures qui apparaissent différentes au regard de leurs objectifs, obtiennent des évaluations par pilier les plus élevés et des appréciations de leurs composantes également particulièrement bonnes. Ensuite, il est notable que les deux structures Auvergne Bio Distribution et Self Bio Centre, sensiblement similaires dans leur fonctionnement, à savoir la vente de produits issus de l'agriculture biologique, obtiennent des évaluations et appréciations bien différentes. Enfin, Terre d'Ariège et Mangeons 24, dont leur revendication à être proche de leur territoire se traduit par leur résultat dans la composante organisation vers territoire, ont des notes différentes par pilier et des appréciations différentes pour les deux autres composantes. Il apparaît donc intéressant de développer par la suite des comparaisons de ces groupes de structures identifiés.

### **Comparaison Auvergne Bio Distribution / Mangeons 24**

Auvergne Bio Distribution et Mangeons 24 sont deux SCIC aux modes de fonctionnement différents mais qui pourtant semblent toutes deux durables territorialement, selon notre méthode, et obtiennent des notes similaires. Nous avons donc cherché à expliquer ces résultats à l'échelle des composantes, et des indicateurs.

Figure 6: Comparaison des notes obtenues par pilier des plateformes Auvergne Bio Distribution et Mangeons 24

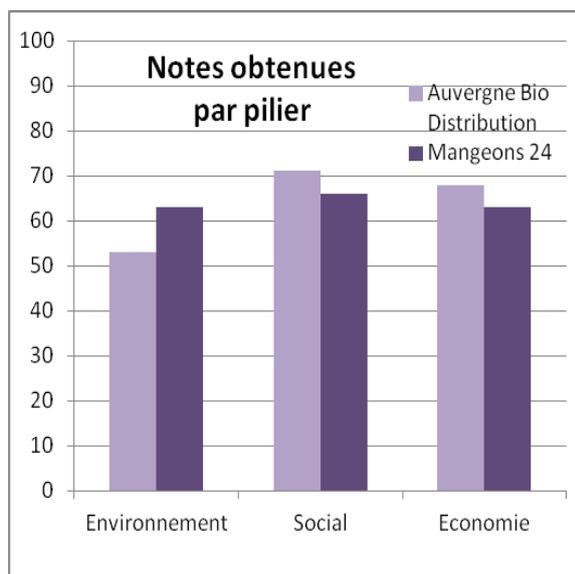
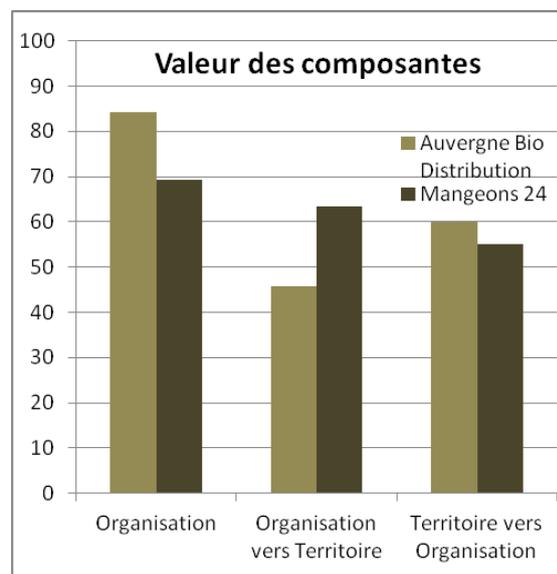


Figure 7 : Comparaison des notes obtenues par composantes de Auvergne Bio Distribution et Mangeons 24



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Les deux structures sont différentes de par leur revendication : Auvergne Bio Distribution revendique le fait qu'ils ne vendent que des produits issus de l'agriculture biologique alors que Mangeons 24 se revendique du territoire : s'implanter sur son territoire et s'appuyer sur les richesses de ce dernier (SIQO, produits du terroir...).

Au vu des notes par pilier, les notes sont globalement similaires ; cependant lorsque nous rentrons par le prisme des composantes Organisation, Organisation vers Territoire et Territoire vers Organisation, des différences sont notables.

D'après nos résultats, il est globalement ressorti qu'Auvergne Bio Distribution était la meilleure dans la composante Organisation, ce qui se retrouve ici par rapport à Mangeons 24. Auvergne Bio Distribution est également meilleure dans la composante territoire vers organisation que Mangeons 24. Cependant cette dernière est meilleure qu'Auvergne Bio Distribution par la composante organisation vers territoire.

Ainsi dans cette comparaison, il est intéressant d'analyser à un niveau de détail plus important, à savoir à l'échelle des indicateurs au sein des composantes.

Au niveau de l'organisation, Auvergne Bio Distribution est très performante économiquement, avec un résultat largement positif, des ventes en augmentation et un portefeuille de clients important ; et socialement, avec des avantages liés à l'emploi, le nombre et la création d'emplois. Auvergne Bio Distribution compte actuellement 4 employés et par rapport à son année de création en 2008, 3 emplois ont été créés contrairement à Mangeons 24 qui compte un employé. Bien évidemment, il faut considérer le fait que la plateforme Auvergne Bio Distribution est plus ancienne que Mangeons

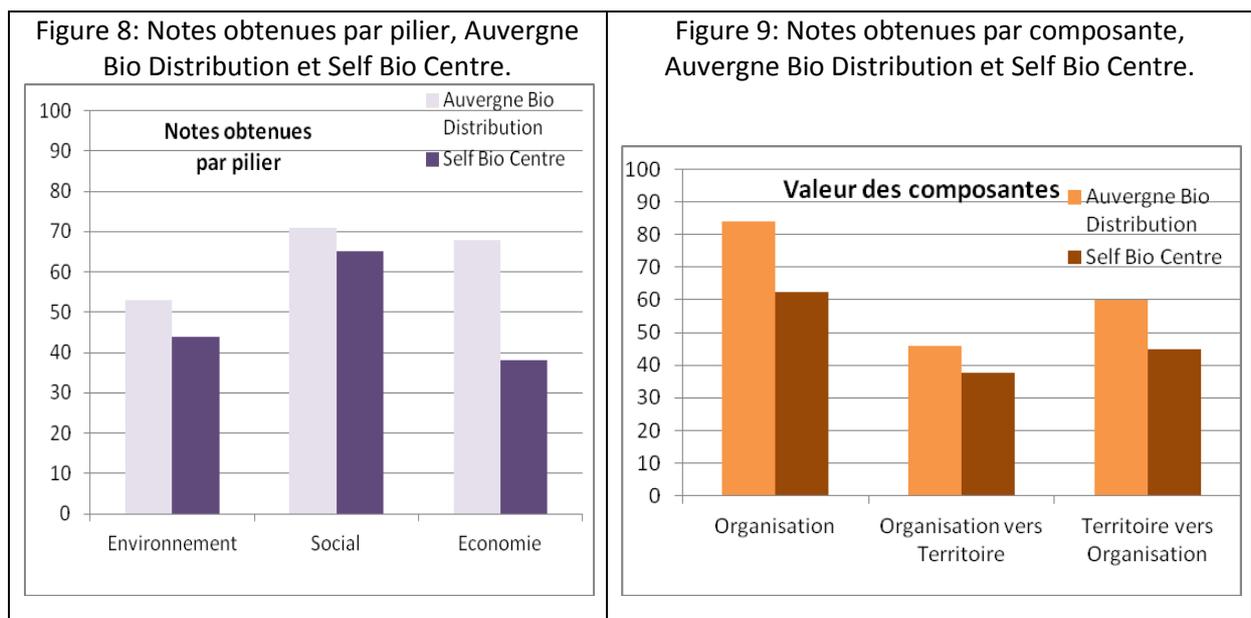
24 ; cela peut expliquer la différence du nombre d'employés sur la structure. Cependant, Mangeons 24 a un résultat nul alors que, selon enquête, Auvergne Bio Distribution a eu un résultat positif dès sa première année de fonctionnement.

Au niveau de la composante Organisation vers Territoire, Mangeons 24 semble plus s'impliquer pour créer du lien avec son territoire qu'Auvergne Bio Distribution. Cela se ressent sur le pilier environnemental de par les indicateurs évaluant l'implication de l'organisation dans les prises de décision des acteurs du territoire en matière d'environnement, et le respect des ressources naturelles : commercialisation de produits de saison, réductions des déchets et leur valorisation. Le lien au territoire est également meilleur pour Mangeons 24 dans le pilier social, de par le fait que cette structure s'approvisionne uniquement auprès des producteurs de son territoire.

Enfin, le fait qu'Auvergne Bio Distribution est meilleure dans la composante Territoire vers Organisation que Mangeons 24 s'explique au sein du pilier social par deux indicateurs : l'implication des acteurs du territoire dans le statut juridique de la structure et le soutien financier des acteurs du territoire par leur participation au capital initial de la structure.

### Comparaison Auvergne Bio Distribution et Self Bio Centre

Auvergne Bio Distribution et Self Bio Centre sont des plateformes similaires de par leur fonctionnement : ce sont des SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) qui ne commercialisent que des produits issus de l'agriculture biologique. Ce statut juridique leur impose de vendre les produits uniquement sur leur territoire, c'est-à-dire leur région respective : l'Auvergne et la région Centre. Cependant, bien qu'elles soient comparables, nous observons au travers de notre grille d'évaluation qu'elles ont des notes bien différentes. De ce fait, il convient de les étudier plus en détail par le prisme des piliers et des composantes (organisation, organisation vers territoire et territoire vers organisation) pour identifier les points divergents qui expliquent cette différence de notation.



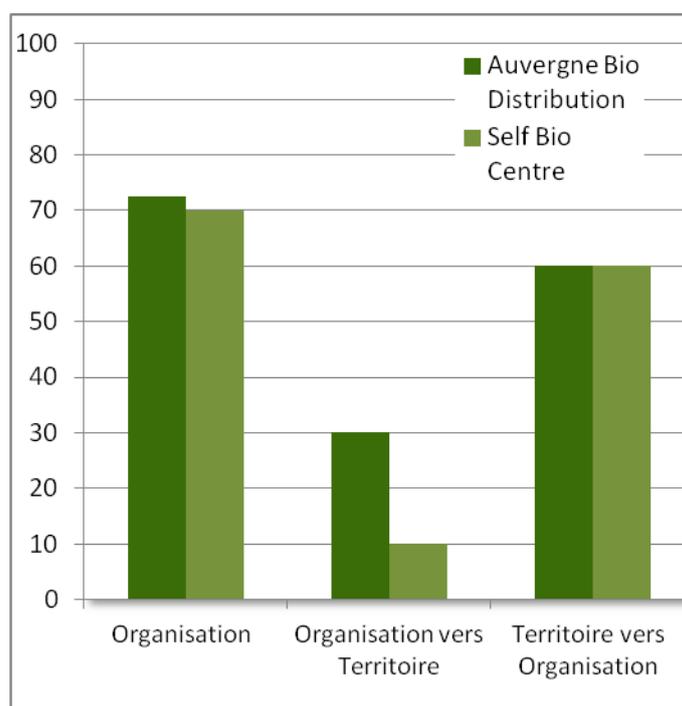
Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

On constate sur le graphique ci-dessus que les piliers social et environnemental sont relativement proches alors que le pilier économique marque la différence entre les deux plateformes. Ainsi, Auvergne Bio Distribution atteint un score de 68 points alors que Self Bio Centre n'en a que 38.

L'analyse du graphique ci-dessous montre que les meilleures notes sont obtenues dans la composante organisation pour les deux plateformes. Ceci montre que c'est le lien au territoire qui fait globalement défaut.

D'après les deux graphiques ci-dessus présentant la dimension pilier et la dimension composante, il apparaît intéressant d'aller à l'échelle des indicateurs.

Figure 10 : Valeurs des composantes pour le pilier environnement.



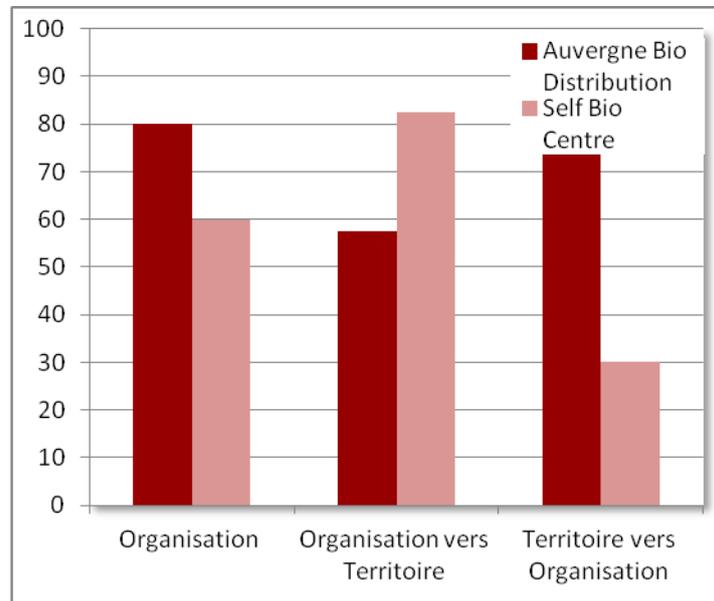
Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

A l'échelle du pilier environnemental, les notes sont assez proches : Auvergne Bio Distribution 47 et Self Bio Centre 38. Pour les deux plateformes, la composante la plus forte est la composante Organisation. En effet, tous les producteurs adhérents répondent aux critères de l'agriculture biologique. De ce fait, elles contribuent au respect de la biodiversité et des ressources naturelles. Cependant, la logique environnementale n'est pas optimisée puisqu'aucune énergie renouvelable n'est utilisée et les produits d'entretien ne sont pas certifiés respectueux de l'environnement.

Sur les deux plateformes, le lien au territoire relatif à la composante « organisation territoire » est faible. Ceci s'explique par un manque d'implication dans les prises de décisions des collectivités territoriales sur le territoire, le respect des ressources du territoire et le manque de mesures prises pour diminuer les pollutions sonores et olfactives. La composante d'Auvergne Bio Distribution est augmentée grâce à sa communication sur les problématiques environnementales et l'entretien de ses espaces verts.

Les deux plateformes ont la même valeur de composante territoire vers organisation, et ce grâce aux mêmes indicateurs. L'effort à fournir pour augmenter cette valeur devrait venir des territoires.

Figure 11: Valeurs des composantes pour le pilier social.



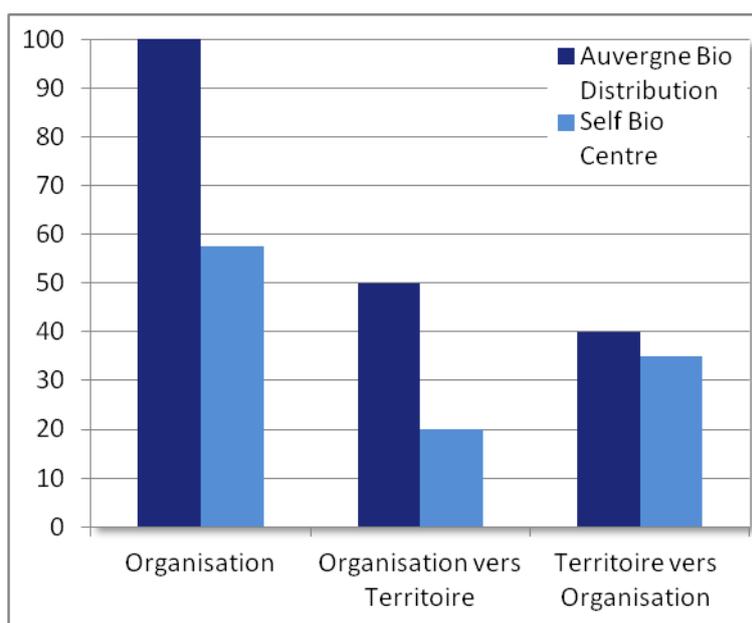
Source : *Projet CASDAR, Bordeaux Sciences Agro, 2013*

Au niveau du pilier social, des écarts entre d'Auvergne Bio Distribution et Self Bio Centre sont notables sur chacune des trois composantes. Auvergne Bio Distribution est meilleure que Mangeons 24 sur les composantes organisation et territoire vers organisation. Pour la composante organisation, cet écart s'explique par le fait qu'Auvergne Bio Distribution a créé de l'emploi alors que Self Bio Distribution a dû licencier du personnel.

Concernant la composante territoire vers organisation, les institutions de l'Auvergne promeuvent la plateforme Auvergne Bio Distribution pour mettre en avant les efforts du territoire concernant le développement durable. De plus, de nombreux acteurs du territoire sont impliqués dans le statut juridique d'Auvergne Bio Distribution.

Self Bio Centre est meilleure sur le lien organisation vers territoire car elle participe aux manifestations culturelles sur le territoire via un employé de la région qui collabore avec la plateforme.

Figure 12 : Valeurs des composantes du pilier Economie.



Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Le pilier qui marque une réelle différence entre les deux plateformes est le pilier Economie. On constate surtout au travers des composantes Organisation et Lien Organisation vers Territoire que la plateforme Auvergne Bio Distribution est économiquement plus viable que Self Bio Centre.

L'écart dans la composante organisation est dû au fait que Self Bio Centre est moins viable économiquement. En effet, elle maintient un résultat négatif même s'il s'améliore d'année en année, contrairement à Auvergne Bio Distribution dont le résultat est largement positif. Il existe tout de même des similitudes : d'une part, les structures sont indépendantes tant du point de vue financier que des débouchés.

La différence sur la composante Organisation vers territoire est due notamment aux coûts de transports beaucoup importants par rapport au chiffre d'affaires pour Self Bio Centre qu'Auvergne Bio Distribution. Un point intéressant à soulever, c'est que les deux structures ne s'approvisionnent pas à plus de 50% en produits locaux. La raison peut être que l'offre en produits issus de l'agriculture biologique sur le territoire est limitée.

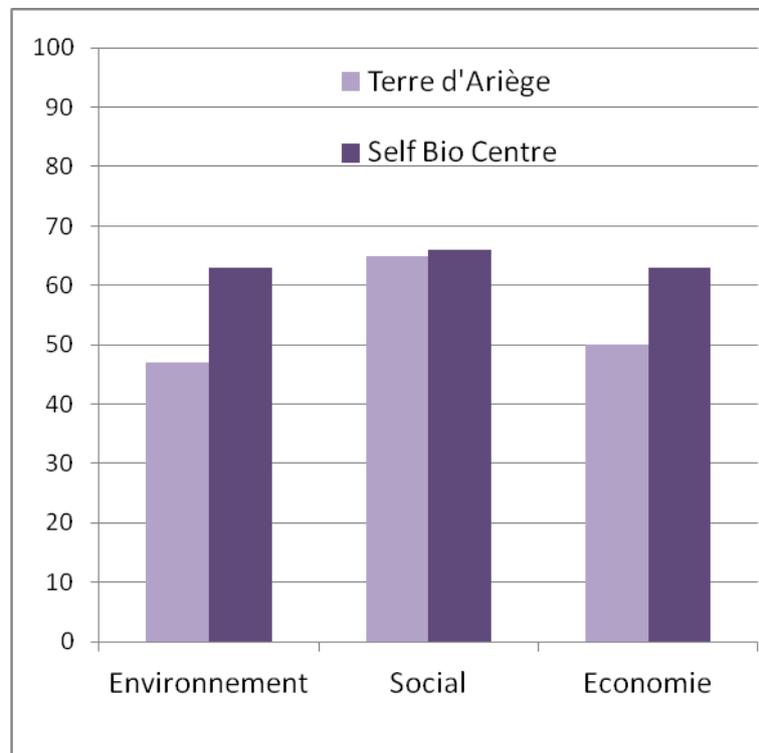
Les valeurs de la composante territoire vers organisation des deux structures est relativement faible (inférieure au seuil des 50%), ceci s'explique par le faible soutien financier aux structures par les acteurs du territoire. Cependant, cela est à relativiser puisque les structures ont eu des aides au lancement de la démarche.

#### Comparaison Terre d'Ariège et Mangeons 24

Les plateformes Mangeons 24 et Terre d'Ariège sont des SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif), toutes deux travaillant à l'échelle du département. Leur similitude réside en le fait qu'elles sont ancrées sur des territoires fortement marqués par les SIQO, et qu'elles se revendiquent proches de leur territoire. Cependant, nous constatons que ces deux plateformes n'obtiennent pas des notes

similaires en termes de durabilité territoriale (47 pour Terre d'Ariège contre 63 pour Mangeons 24). Cependant, si l'on regarde les notes par pilier, on peut voir que les écarts sont plus marqués.

Figure 13 : Comparaison des notes obtenues par pilier

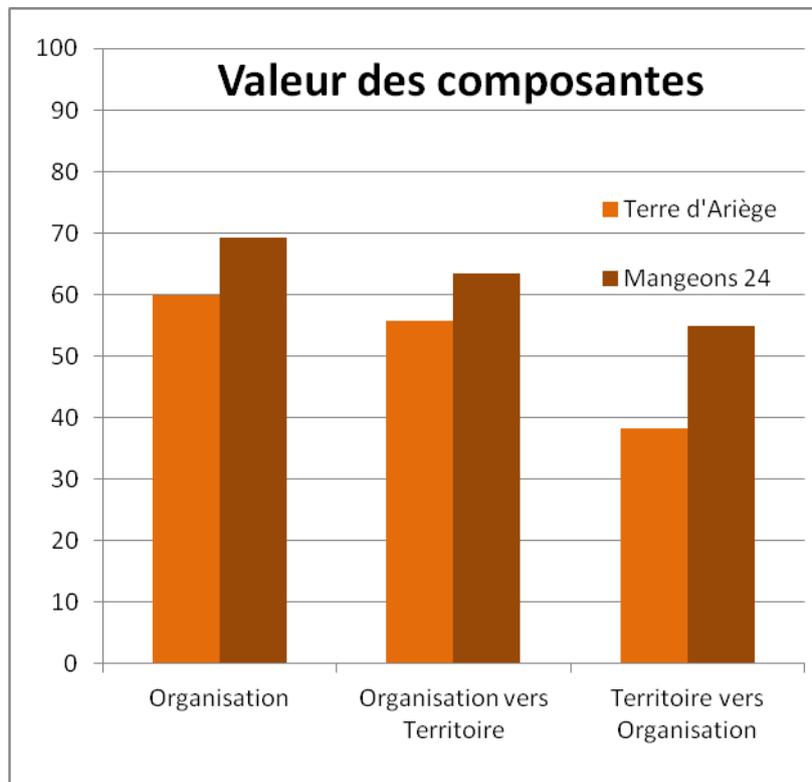


Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

Dans un premier temps, nous constatons que les plateformes ont des notes presque égales sur le pilier social, mais différentes sur les piliers économique et environnemental. En effet, la plateforme Terre d'Ariège a 13 points de moins sur le pilier économique et 16 points de moins sur le pilier environnemental. Pour mieux comprendre ces différences de notation, nous pouvons étudier les plateformes à un plus grand niveau de détail. L'étude des composantes et des indicateurs constitue ce deuxième niveau de détail.

La figure ci-dessous récapitule les notes obtenues pour Terre d'Ariège et Mangeons 24 par composante. Chaque composante affichée compilant les valeurs cette composante respective dans chacun des piliers. Sur cette figure, on constate que pour les trois composantes la plateforme Mangeons 24 atteint des valeurs plus importantes que Terre d'Ariège.

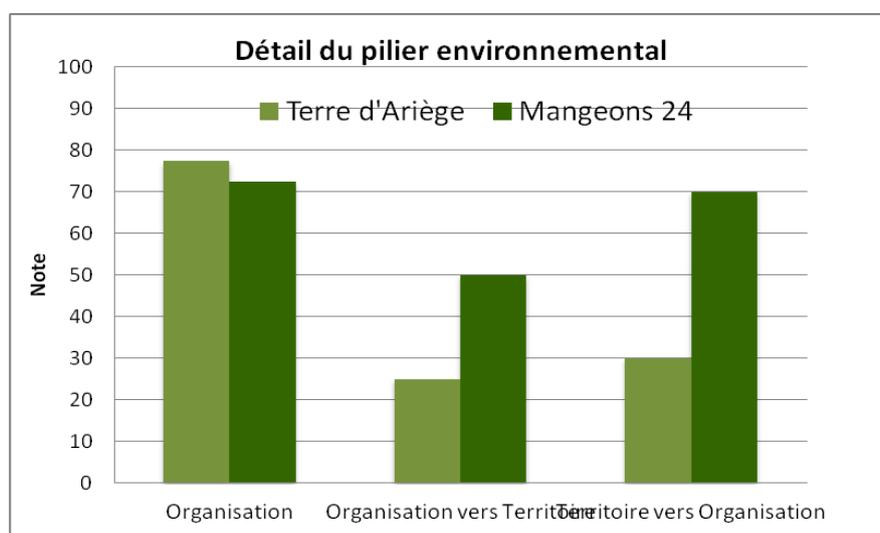
Figure 14: Comparaison des notes obtenues par composante



Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

Pour comprendre ces différences de valeurs au sein des composantes pour des plateformes qui ont des objectifs internes similaires, on peut détailler les valeurs des composantes pour chacun des piliers.

Figure 15 : Comparaison des notes obtenues par composantes du pilier environnemental



Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

Tout d’abord, d’un point de vue environnemental, nous pouvons remarquer que les plateformes pourraient être jugées toutes les deux durables si la dimension territoriale n’était pas prise en compte. En effet, les composantes « organisation vers territoire » et « territoire vers organisation » obtiennent de bien moins bonnes notes pour la plateforme Terre d’Ariège.

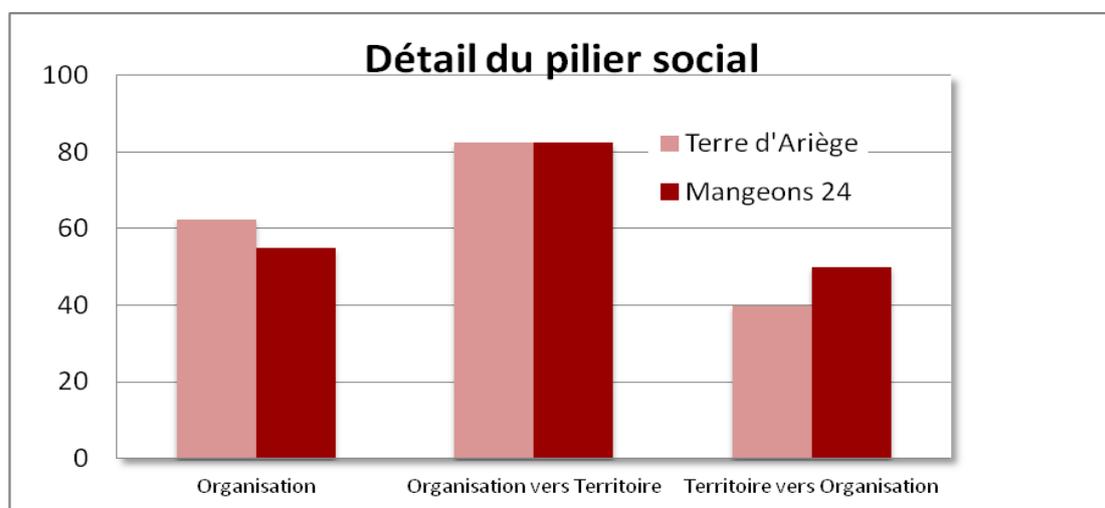
La composante organisation est bien notée pour les deux plateformes car elles limitent toutes deux l’utilisation des ressources naturelles. Elles ont également une part importante de produits issus de l’agriculture biologique (49% pour Mangeons 24 et 60% pour Terre d’Ariège), et ne commercialisent que des produits de saison.

Si l’on s’intéresse de plus près à la composante « organisation vers territoire », les deux plateformes divergent : Mangeons 24 a une meilleure note que Terre d’Ariège. Ceci s’explique par différents indicateurs sur lesquels Mangeons 24 est plus performante : la communication sur la thématique de l’environnement, le respect et la promotion des ressources du territoire. Cependant, notons que Terre d’Ariège fait plus d’efforts sur le maintien et l’amélioration du paysage sur sa structure en entretenant ces espaces verts.

Concernant la composante « territoire vers organisation », les résultats sont également différents, Mangeons 24 étant de nouveau la mieux notée. La plateforme Terre d’Ariège ne bénéficie pas du même soutien de la part son territoire que Mangeons 24. Les acteurs du territoire d’Ariège s’impliquent moins dans la préservation des ressources naturelles (communication, tri sélectif...) que les acteurs d’Auvergne. Néanmoins, dans les deux cas il y a des campagnes publicitaires, menées par les acteurs du territoire, sur la consommation de produits issus de l’agriculture biologique. De plus, les plateformes sont toutes les deux invitées sur les réunions de travail à propos de l’environnement.

Ensuite, d’un point de vue social, les deux plateformes ont des notes par composantes relativement proches comme l’illustre la figure 16 ci-dessous :

Figure16 : Comparaison des notes obtenues par composantes du pilier social



Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

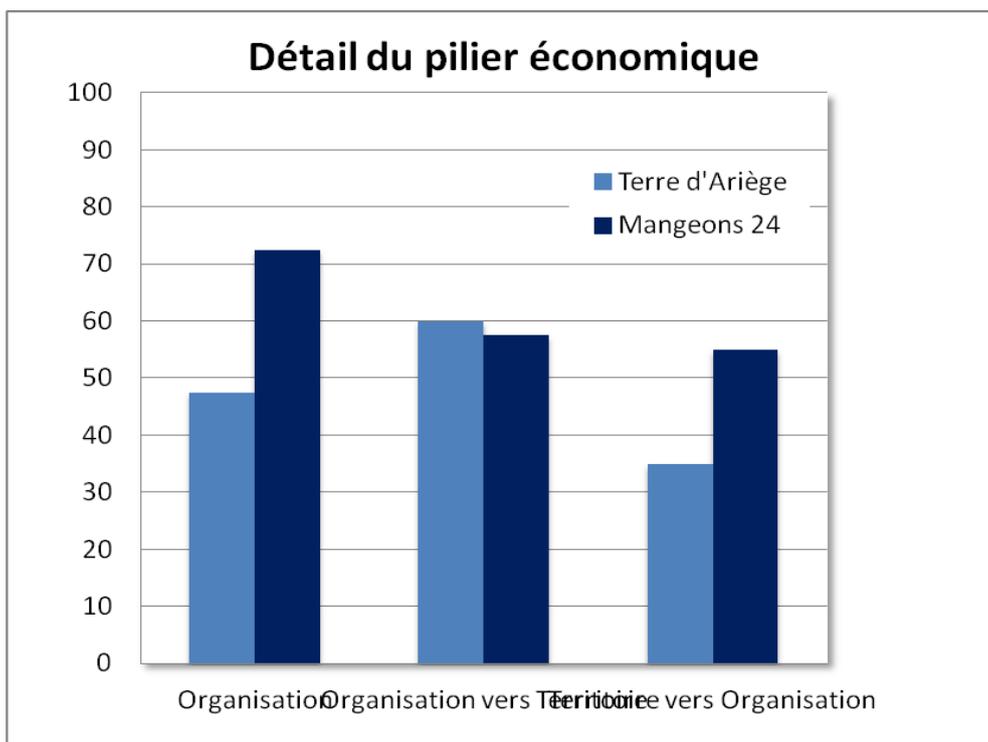
Au niveau de l'« organisation », l'indicateur relatif à la création ou disparition d'emplois diminue la valeur de la composante. En effet, le nombre d'employés et l'évolution de la masse salariale sont faibles. Toutefois cela peut s'expliquer par le fait que ces structures sont récentes (créées en 2011). Cet indicateur mis à part, les structures ont des conditions de travail correctes et un mode d'organisation basé sur la prise de décision collective.

Concernant la composante « organisation vers territoire », les résultats sont égaux entre les deux plateformes et bons. Le nombre d'agriculteurs partenaires de la plateforme est, soit stable (Terre d'Ariège), soit en augmentation (Mangeons 24). Les deux plateformes participent à des manifestations culturelles, et tous les produits sont commercialisés à l'échelle du territoire.

Les notes pour les deux plateformes dans la composante « territoire vers organisation » sont plutôt moyennes. Ce qui apparaît comme discriminant, est le manque de soutien (finances, formation,...) de la part des acteurs du territoire. Cela reste à nuancer étant donné que les institutions promeuvent les structures aux travers d'événements et s'impliquent au sein de l'organisation

Enfin, d'un point de vue économique, les plateformes se différencient cette fois-ci sur les composantes « organisation » et « territoire vers organisation » comme l'illustre la figure 17 ci-dessous :

Figure 17 : Comparaison des notes obtenues par composantes du pilier économique



Source: Bordeaux Sciences Agro, 2013

Mangeons 24 est meilleure par sa composante « organisation » que Terre d'Ariège. Ceci s'explique en partie par le manque d'information pour Terre d'Ariège concernant notamment le résultat, l'évolution des ventes ; ainsi Terre d'Ariège se retrouve défavorisé par rapport à Mangeons 24 qui présente un résultat à l'équilibre et des ventes en augmentation. D'autre part, notons que

Terre d'Ariège n'a pour l'instant qu'un seul client et en est donc très dépendante pour son fonctionnement alors que Mangeons 24 compte 40 clients relativement réguliers (80% sont des clients réguliers).

Concernant la composante « organisation vers territoire », les structures obtiennent des notes similaires correctes. Ces deux structures semblent entretenir un bon lien avec leur territoire. Cela se voit au travers d'un nombre important de fournisseurs, tous locaux (40 pour Mangeons 24 et 60 pour Terre d'Ariège) ; des actions de prospection auprès des fournisseurs et des clients ; et des démarches de conseil auprès des restaurants collectifs.

Les plateformes obtiennent des notes différentes pour la composante « territoire vers organisation ». Ceci s'explique par un engagement financier fort de la part du territoire dans le budget de Mangeons 24. Mangeons 24 bénéficie également d'une coopération économique forte sur son territoire (mutualisation des espaces de vente, facilitation de rencontre entre clients et consommateurs). Néanmoins, les deux plateformes bénéficient d'une implication des acteurs du territoire grâce à leur statut juridique, et il y a présence d'un animateur sur la plateforme. Les deux plateformes perdent des points sur le fait qu'il n'y ait pas de coopération avec des commerçants ou des restaurants.

Nous avons donc vu ici que ces deux plateformes pourtant à vocation semblables ont une durabilité territoriale différente. Cela s'explique comme nous l'avons vu par une implication différente des territoires en faveur des plateformes mais que cela peut également provenir des structures elles-mêmes. Ces résultats restent toutefois à nuancer étant donné qu'un certain nombre d'indicateurs n'ont pas pu être renseignés.

### **III.3. Un outil générique intéressant, qui mérite un approfondissement**

#### **III. 3.1. Les Avantages de l'outil**

Les ambitions du travail étaient de créer un outil permettant d'appréhender voire même de mesurer la durabilité territoriale des circuits de proximité. La méthode que nous avons mise en place permet de le faire ou dans tous les cas, dans un premier temps de l'appréhender.

La création d'un tel outil permet voire oblige à rendre opérationnel des concepts afin de les traduire en indicateurs mesurables. Tel qu'il est aujourd'hui, il permet de différencier les structures entre elles et révèle des ressemblances autant que des différences qu'il devient alors intéressant à analyser.

Cet outil permet de repérer les points à améliorer pour les organisations. Ainsi, dans les cas étudiés les trois piliers de la durabilité territoriale peuvent être améliorés.

La grille de durabilité nécessite des informations relativement simples pour la plupart des indicateurs. Par exemple afin de compléter l'indicateur engagement financier du territoire, le mode de calcul est le suivant, Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non =0

De plus la bonne organisation informatique de l'outil facilite le remplissage de la grille de durabilité, mais aussi l'analyse des résultats. En effet, la partie droite de la feuille Excel permet une interprétation facile par pilier et par composante.

Le fait d'aboutir à une note de durabilité stricte pour chaque structure permet de les comparer facilement. On peut ainsi les classer selon leur durabilité territoriale et identifier quel pilier – social, environnemental ou économique – constitue le point faible de l'organisation.

D'autre part, l'outil permet de comparer les plateformes, et de les classer en fonction de leur durabilité. Cela rend aussi possible une étude précise de la durabilité, afin de voir pour chaque plateforme quel pilier est le plus faible.

Au travers de cet outil nous pouvons avancer l'idée qu'il n'est pas impossible d'arriver à mesurer la durabilité territoriale des circuits de proximité. Par contre, l'outil est le résultat de choix méthodologiques qui peuvent être discutés voire pour certains revus à l'avenir.

### **III.3.2 – Les limites de l'outil et ses évolutions possibles**

En premier lieu nous avons pu constater qu'il n'était pas évident de faire le même outil pour des structures aussi différentes que des marques ombrelles et des plateformes. En effet certains indicateurs ne sont pas du tout adaptés aux marques collectives territoriales.

Nous décrivons ci-dessous, pour chacun des piliers, des indicateurs qui s'adaptent difficilement à la fois aux marques collectives territoriales et aux plateformes.

Pour le pilier économique l'indicateur « capacité à répondre à la demande », dont la méthode de calcul est : L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = 7; Non = 0, est plus adapté à la plateforme qu'à la marque ombrelle.

De même d'un point de vue social, dans le thème « conditions de travail » l'indicateur « intensité du travail » est calculé par une autoévaluation allant de 0 à 5. Pour les marques collectives territoriales, il n'y a pas de structure donc pas d'employés et pas de conditions de travail à évaluer. En tout cas, notre questionnaire ne permet pas de le savoir.

Concernant le pilier environnemental, les indicateurs tels que « rejet de polluants », « consommation de produits de saison », « rejet de déchets », « utilisation d'énergie renouvelable »... sont impossible à évaluer pour une marque collective territoriale. C'est en particulier tout ce pilier qui n'est pas adapté aux marques.

Pour autant cela conduit à réfléchir aux choix des indicateurs moins à discuter de la nécessité de différencier els outils en fonction du type de circuit dans lequel on se trouve. En le disant autrement, l'évaluation de la durabilité territoriale et les indicateurs qui permettent d'y arriver doivent rester insensibles au type de circuit au risque de faire perdre de la portée à l'outil. En effet soit on décide de faire un outil spécifique pour chaque forme prise par les circuits de proximité mais auquel cas on perd la possible comparaison entre les systèmes. Or ce qui est intéressant dans l'outil ainsi imaginé c'est cette capacité à discriminer les structures non seulement de façon absolue mais aussi en termes de formes prises par les circuits de proximité. En effet, il nous apparaît intéressant d'être capable d'aller jusqu'à dire quelles sont les formes de circuits de proximité qui sont finalement les plus durables territorialement. Car en effet, l'intérêt de l'évaluation doit être aussi de discriminer

les formes. De ce point de vue avoir une grille d'évaluation unique nous paraît être malgré tout la meilleure solution. Au final ils 'agit bien de faire la différence entre l'outil qui a pour objet d'évaluer et l'analyse des résultats provenant de l'évaluation. Le premier nécessite de clarifier la notion de durabilité territoriale et de choisir au mieux les indicateurs qui permettront de l'évaluer sans concession à faire sur la forme du circuit étudié. De ce point de vue le travail sur les indicateurs est un travail important et ceux-ci doivent avoir des qualités assez classiques mais importantes (être éprouvés scientifiquement, être calculables et renseignables facilement, ...). Le second permet de comprendre les différences et permet de montrer aux acteurs là où sont les points forts, les difficultés, les marges d'amélioration.

C'est donc plus sur les indicateurs choisis de façon absolue et le système de notation parfois qu'il faut travailler. En effet certains choix méthodologiques faits peuvent altérer la portée de l'outil. D'après le tableau ci-dessus la plateforme Auvergnés Bio Distribution apparaît comme durable territorialement alors qu'elle achète la majorité de ses produits en dehors de la région (70%).

Certes, une plateforme achetant des produits de cette manière peut être durable territorialement, mais selon la définition rédigée elle devrait peut-être l'être moins qu'un organisme achetant des produits uniquement sur le territoire. L'outil ne privilégie peut-être pas suffisamment les plateformes qui sont réellement des circuits de proximité. La notation est peut-être insuffisante sur cet aspect.

Tableau 9 : Notes obtenues dans chacun des piliers pour les différentes organisations

	Economie	Social	Environnement
Terre d'Ariège	50	65	<b>47</b>
Saveurs du Périgord	49	63	<b>38</b>
Mangeons 24	<b>63</b>	66	<b>63</b>
Qualité Landes	76	56	<b>37</b>
Self Bio Centre	<b>38</b>	65	46
Auvergne Bio Distribution	68	71	<b>53</b>

Source : Bordeaux Sciences Agro, 2013

Dans certains cas, des problèmes de manque d'informations, liés aux questionnaires ou acteurs enquêtés ne permettent pas de compléter les indicateurs, d'où la perte de l'information. Par exemple dans le pilier économique, l'indicateur « poids de l'organisation » nécessite un niveau d'information très précis (Chiffre d'affaires départemental des circuits courts) qui n'a pas pu être trouvé. De ce fait, cet indicateur n'a pas pu être complété pour toutes les organisations étudiées. Cet indicateur n'est pas le seul à n'avoir pu être complété. En effet, certaines structures récentes ne possèdent pas de comptes de résultat. Les indicateurs tels que la viabilité économique ou l'évolution des ventes n'ont pu être complétés. La solution, dans ce cas, est peut-être de supprimer les indicateurs n'ayant pas été complétés afin de ne pas biaiser le résultat car une organisation n'ayant pas l'information nécessaire se trouve pénalisée. Dans tous les cas il faut trouver une solution de gestion de l'absence de l'information quand cela arrive.

Le questionnaire a également posé le problème de la personne interrogée. En effet nous n'avons pas pu décider nous-mêmes de la personne à interroger en fonction de la structure dans laquelle elle travaille. En interrogeant notamment des animateurs qui sont pour certains responsables de tout, nous avons pu avoir une vision plus large de la plateforme ou marque collective territoriale. A l'inverse, pour certaines, le fait d'interroger un employé ou un responsable ne nous donne pas le même point de vue. Les employés ne sont pas forcément au courant des aides et des échanges avec les collectivités territoriales alors que les responsables ne sont pas forcément objectifs quant à la problématique de l'emploi dans notre questionnaire (pénibilité et intensité du travail notamment). Par ailleurs, un autre problème rencontré est la modification du questionnaire après interrogation des acteurs, notamment pour le pilier social. Le questionnaire n'était donc pas adaptée lors de l'interrogation ce qui peut également biaiser les réponses obtenues. Ainsi, on se rend compte de l'importance de la manière de poser les questions et de l'importance de la personne interrogée selon son rôle au sein de la structure. En effet, ces facteurs peuvent avoir un poids considérable sur la véracité de nos réponses, et compte aujourd'hui dans les erreurs qui ont pu être commises, ne permettant pas d'arriver à un résultat idéal.

### **Conclusion générale**

Le travail réalisé dans le cadre du CASDAR « Sentinelle » avait pour objectif de mettre en place et de tester un outil d'évaluation de la durabilité des circuits de proximité. Parce que ces dernières années ont vu se développer de nombreux systèmes se revendiquant d'une logique de re-territorialisation de la production et de la consommation alimentaire, la question de savoir si ces systèmes ont réellement une portée sur les territoires en termes de développement durable a semblé évidente pour des acteurs (chambres d'agriculture) qui très souvent sont conduits à accompagner voire à porter de tels systèmes. Plus encore c'est donc la durabilité intégrant une dimension territoriale qui est questionnée plus que la simple durabilité des organisations mises en place. Autrement dit, dans le cas de ces systèmes la dimension territoriale est implicite et de fait l'évaluation de la durabilité doit intégrer nécessairement cette dimension territoriale pourtant très souvent négligée ou réduite dans les méthodes d'évaluation de la durabilité existantes.

Un tel travail nécessite de bien clarifier cette notion de durabilité territoriale. A partir de la littérature et des méthodes existantes nous avons défini la durabilité territoriale d'une organisation (quelle qu'elle soit) comme la somme de sa durabilité (telle que définie classiquement) et de ses interactions (durables) avec le territoire, ces dernières allant aussi bien du territoire vers l'organisation que de l'organisation vers le territoire. De cette définition nous avons déduit des indicateurs et des modalités de mesure de ceux-ci.

Eprouvé sur 5 cas, cet outil d'évaluation montre sa capacité à discriminer les structures. Il reste néanmoins perfectible car un certain nombre de questions méthodologiques sont encore à étudier. Néanmoins ce n'est que la première mouture et la première réflexion sur la mise en place d'un outil, à l'instar de ce qui existe pour les exploitations agricoles (Méthode IDEA). Aussi le travail sur cet outil va continuer.

## BIBLIOGRAPHIE

ADEME, la lettre, 2011. Les Avis de l'ADEME, Les circuits courts de proximité, [en ligne] consulté le 10 février 2013 sur le site <http://www.ecoacteurs.ademe.fr/lettre-N-15-Decembre-2011-1498/outil> ).

ADEME, 2012. Les circuits courts alimentaires de proximité, Avril, [en ligne] consulté le 10 février 2013 sur le site [www2.ademe.fr/servlet/getBin?name...tomcatlocal1335949899818](http://www2.ademe.fr/servlet/getBin?name...tomcatlocal1335949899818)

ANGEON V, CARON P, LARDON S, 2006, Des liens sociaux à la construction d'un développement territorial durable : quel rôle de la proximité dans ce processus ?, Développement durable et Territoires [en ligne], Dossier 7 : proximité et environnement, mis en ligne le 17 juillet 2006, ed réseau « Développement durable et territoires fragiles » <http://developpementdurable.revues.org>, <http://www.revues.org>, consulté le 22/10/2012.

BARBIER J.M., LOPEZ-RIDAURA S., 2010. Evaluation de la durabilité des systèmes de production agricoles : limites des démarches normatives et voies d'amélioration. ISDA 2010, Montpellier, June 28-30.

BRESSON A, BRUC H, HESTERS E, REBOUR J, RIBOT A, 2012, Les conditions favorables aux circuits courts destinés à la restauration collective hors domicile, Casdar Sentinelle, Bordeaux Sciences Agro, Mai, 79p.

BRIQUEL, V. ; VILAIN, L. ; BOURDAIS, J.L. ; GIRARDIN, P. ; MOUCHET, C. ; VIAUX, P., La méthode IDEA (indicateurs de durabilité des exploitations agricoles) : une démarche pédagogique, [en ligne], *Revue EAT normal*, , no. 25, p. 29-39. Disponible sur : <URL :<http://www.set-revue.fr/la-methode-idea-indicateurs-de-durabilite-des-exploitations-agricoles-une-demarche-pedagogique>> (consulté le 22/04/2013).

CANTREAU A-S, Salomon c, 2012. Marques de territoire : nouveaux enjeux, <http://www.alain-bensoussan.com/avocats/la-marque-de-territoire-lemergence-dun-concept-pour-un-dynamisme-economique-renouvele/2012/05/11>

Centre de Ressource du Développement Durable (CERDD), 2010, Un guide pour une approche territoriale des projets de circuits courts. Explorer le développement territorial durable avec les circuits courts alimentaires, 36 p, Disponible sur <http://www.cerdd.org/> .

CIVAM BRETAGNE, 2010, projet SALT (Systèmes ALimentaires Territoriaux), [http://www.civam-bretagne.org/civam.php?pj=132&ref\\_rub=21&ref=59/](http://www.civam-bretagne.org/civam.php?pj=132&ref_rub=21&ref=59/), Consulté le 12/10/2012.

CASDAR Sentinelle 2012. Les conditions favorables aux circuits courts destinés à la restauration collective hors domicile, mai.

Centre d'étude et de prospective, ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, 2010. Analyse, centre d'étude et de prospective n°14, [en ligne] consulté le 5 février 2013 sur le site [http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf\\_analyse141004.pdf](http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_analyse141004.pdf),

Chambres d'agriculture, 2010, circuits courts une relation de proximité, dossier n°991, mars, 30 p.

CIRAD/SAR (1996) : Systèmes agroalimentaires localisés (organisations, innovations et développement local), proposition d'animation scientifique du laboratoire STSC n° 134/96 ;

COLONNA P, FOURNIER S, TOUZARD J-M, 2011, Les systèmes alimentaires, in DuAlINE, ESNOUF C, RUSSEL M, BRICAS N (Coords), INRA-CIRAD, pp 60-85.

Conseil régional Aquitaine, 2011. Plan régional en faveur des circuits courts et de proximité, mars, [en ligne] consulté le 1 février 2013, sur le site [http://agro.aquitaine.fr/uploads/media/Plan\\_Regional\\_Circuits\\_courts.pdf](http://agro.aquitaine.fr/uploads/media/Plan_Regional_Circuits_courts.pdf)

DENECHERE F, 2007, Repères pour une approche économique des circuits courts dans leur territoire : Concepts et méthodes pour leur compréhension et évaluation, Mémoire pour l'obtention du diplôme d'ingénieur agronome de l'Ecole Nationale supérieure d'agronomie de Rennes Spécialité Génie de l'Environnement Option Systèmes de Production et Développement Rural, 57p.

Girardin P. Evaluation de l'impact environnemental des pratiques agricoles [en ligne] Adresse URL: [http://www.idea.portea.fr/fileadmin/documents/comprehension/Evaluation\\_de\\_l\\_impact\\_environnemental\\_des\\_pratiques\\_agricoles.pdf](http://www.idea.portea.fr/fileadmin/documents/comprehension/Evaluation_de_l_impact_environnemental_des_pratiques_agricoles.pdf) (page consultée le 5 février)

HANUS A, 2011, D'un état des lieux des circuits courts vers un système alimentaire territorialisé, mémoire Montpellier Sup Agro, 155p.

INRA, 2010. Les circuits courts. [en ligne] consulté le 1 février 2013, sur le site [http://www.inra.fr/la\\_sciences\\_et\\_vous/apprendre\\_experimenter/questions\\_d\\_actu/circuits\\_courts](http://www.inra.fr/la_sciences_et_vous/apprendre_experimenter/questions_d_actu/circuits_courts)

MOLLARD A., 2001. Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente. Economie rurale, N°263, mai-juin 2001, pp16-34.

MUCHNIK J., 2010. Systèmes agroalimentaires localisés : les lieux, les mets et les mots. ISDA 2010, Montpellier, June 28-30.

PECQUEUR B., Hirczak, Mehdi MOALLA, Amédé MOLLARD, Tina RAMBOLINAZA, Dominique VOLLET M, 2008, From the Basket of Goods to a More General Model of Territorialized Complex Goods: Concepts, Analysis Grid and Questions, Canadian Journal of Regional Science volume 31, n°2 (2008) pp 241-259,

PRALY et al, 2011. La notion de « proximité » pour analyser les circuits courts, Association de Science Régionale De Langue Française, XLVI ème colloque de l'ASRDLF, 26 août [en ligne] consulté le 5 février 2013 sur le site [http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/61/71/64/PDF/asrdlf\\_praly\\_et\\_al\\_2009.pdf](http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/61/71/64/PDF/asrdlf_praly_et_al_2009.pdf)

RASTOIN J-L, GHERSI G, de SCHUTTER O, 2010, Le système alimentaire mondial : concepts et méthodes, analyses et dynamiques, Versailles, Editions Quae, Synthèse INRA, 581p.

REQUIER-DESJARDINS D, 2007, L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste, XLIIIè colloque de l'ASRDLF Grenoble-Chambéry11,12,13 juillet, 14p.

RESEAU RURAL FRANÇAIS, 2010, Mise en perspective des circuits de proximité avec les enjeux alimentaires pour mieux accompagner les territoires, disponible sur [http://www.reseaurural.fr/files/u1/Presentation\\_projet\\_et\\_methodologie.pdf](http://www.reseaurural.fr/files/u1/Presentation_projet_et_methodologie.pdf).

Réseau Rural Franche Comté, 2011, Développer des circuits alimentaires de proximité sur son territoire : guide pour la mise en place d'une stratégie concertée, disponible sur [http://www.reseaurural.fr/centre-de-ressources/recherche/guide-quotd%C3%A9velopper-des-circuits-alimentaires-de-proximit%C3%A9-sur-son-t?search\\_source=taxonomy%2Fterm%2F625](http://www.reseaurural.fr/centre-de-ressources/recherche/guide-quotd%C3%A9velopper-des-circuits-alimentaires-de-proximit%C3%A9-sur-son-t?search_source=taxonomy%2Fterm%2F625)

REY-VALETTE H. et al, 2011. Guide pour la mise en œuvre de la gouvernance en appui au développement durable des territoires, Cemagref, CNRS, Geysier, Inra, Supagro, Université Montpellier 1. Diffusion INRA-Montpellier, 155 p.

SOLAGRO (page consultée le 10 février 2013). *Dialecte : Diagnostic Liant Environnement et CTE* [en ligne] Adresse URL : [http://www.cooperation-agricole.asso.fr/sites/saf/guide/fiches/methodes\\_evaluation\\_systeme\\_individuelles/dialecte.aspx](http://www.cooperation-agricole.asso.fr/sites/saf/guide/fiches/methodes_evaluation_systeme_individuelles/dialecte.aspx)

Terres en villes, 2010. Mise en perspective pour mieux accompagner les territoires, décembre, [ en ligne] consulté le 1 février 2013, sur le site [http://www.terresenvilles.org/upload/pubdoc/pdc\\_20110311115451\\_synthese\\_finale\\_cproxi\\_alim.pdf](http://www.terresenvilles.org/upload/pubdoc/pdc_20110311115451_synthese_finale_cproxi_alim.pdf)

TAFANI C., 2011. Pour une approche systémique de l'évaluation de la durabilité de l'agriculture : une synthèse des approches agro-économiques et géographiques ? Colloque international francophone, « le développement durable : débats et controverses », 15 et 16 décembre 2011, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand.

THINK TANK EUROPEEN POUR LA SOLIDARITE , 2010, Circuits courts alimentaires, un levier pour le développement durable territorial ? Enjeux et propositions, Collection Working paper, Mai.

Zuindeau B, 2002, Le développement durable territorial : enjeux et perspectives, Développement local, développement régional, développement durable : quelles gouvernances ? Toulouse, Octobre 16p.

## Annexe n°1 : Les indicateurs de la méthode d'évaluation de la durabilité territoriale des circuits de proximité : modes de calculs et justifications

### Les indicateurs du pilier économie

	Thèmes	Hypothèses	indicateurs	Mode de calcul		Sources	Barème
Organisation	Indépendance	Plus l'organisation est indépendante financièrement plus elle est durable	Sensibilité aux aides (taux de subvention)	Montant des aides / CA	Quel est le montant global des aides	IDEA	
			Diversité du circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents	Idem	<i>Denéchère 2007</i>	
	Pérennité du système	L'augmentation ou la stabilité des ventes est un gage de durabilité	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre	Quel est le montant des ventes de l'année et de l'année N-1?	<i>IDEA et Denéchère 2007</i>	
					Quel est le montant du résultat comptable ?		
					Cohérence entre résultat et statut juridique		Le résultat d'exploitation est-il cohérent avec le
	Efficacité du système	L'efficacité du système est liée à sa capacité à fournir un repas complet	<b>Capacité à répondre à la demande</b> (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose ?	Idem	<i>IDEA, RAD, A. Mollard et al 1998</i>	

	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Mode de calcul	Question	Sources	Barème	
Territoire → Organisation	Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations	Les acteurs du territoire favorisent l'activité de l'organisation via des engagements financiers (aides, cotisations, subventions)	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation ?	Idem	CERDD		
				Si oui dépend-t-elle du résultat ?	Idem			
				Part des aides territoriales dans la budget de l'organisation	Montant des aides provenant du territoire ? Et budget			
			Pérénnité des aides	Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme ?	Idem	Denéchère 2007		
	Existence d'un réseau local : implication des partenaires et des acteurs territoriaux dans le fonctionnement des organisations	La durabilité territoriale de l'organisation nécessite un important maillage et une coopération économique	Coopération économique territoriale	Importance du réseaux	Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des	Idem	Denéchère 2007, CERDD	
				Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant ?	Idem			
				Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel?	Idem			
				Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation?	Idem			
				Présence d'un animateur salarié des collectivités ?	Idem			
		Le statut juridique doit-être cohérent avec l'activité économique de l'organisation	Influence du statut juridique de l'organisation sur l'implication économique des acteurs territoriaux	Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire ?	Idem			
Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des organisations	Un territoire attractif est durable pour l'organisation	Attractivité du territoire	Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation ?	Idem				

	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Mode de calcul		Sources	Barème
Organisation → Territoire	Logique territoriale de production	Valoriser le territoire nécessite l'implication d'un maximum de producteurs locaux	Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux	Quel est le nombre de producteur locaux (voir explication sur producteurs locaux) ? Quel est le nombre de fournisseur	Denéchère 2007	
			<b>Limitation des coûts de transports</b> (hypothèse que tout les coûts de transport sont répercutés sur le prix final)	Frais de transport / Chiffres d'affaires	Quel est le montant du CA ? Montant des frais de transport ?		
	Participation au dynamisme du territoire	L'organisation génère de la richesse sur sont territoire	Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts	Quel est le montant du CA ?	Denéchère 2007 et IDEA	
		Le système est efficace s'il couvre une grande partie du territoire	Efficacité du système en restauration collective	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire	Quel est le nombre de structures en restauration collective approvisionnées		
				Nombre de fournisseurs	Quel est le nombre de fournisseur ?		
		La durabilité passe par une communication organisée autour de client et des fournisseurs du territoire	Communication et accompagnement clients / fournisseurs	Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs ?	Idem	Denéchère 2007 et IDEA	
				> Y-a-t-il une communication sur les tarifs ?	Idem		
				> Existe-t-il un catalogue produits ?	Idem		
				> Y-a-t-il Prospection des clients ?	Idem		
				> Y-a-t-il Prospection des fournisseurs ?	Idem		
> Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective ?	Idem						
> Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs ?	Idem						

## Les indicateurs du pilier environnemental

Pilier environnement						
	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Mode de calcul	Sources	explication
Organisation	Préservation des ressources naturelles ( RN) et de la biodiversité ( BIODIV)	L'organisation ne doit pas utiliser les ressources naturelles au-delà de leur niveau de régénération (Favre E, 2006)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits	Auteur, IDEA, CERDD	gestion de l'eau: durabilité de l'exploitaion: IDEA (indicateur A17) "gestion de la ressource en eau", et CERDD(critère 23): "les pratiques agricoles nuisent-elles à la quantité et la qualité de la ressource en eau?" la gestion de l'eau apparait dans plusieurs diagnostics de durabilité. Elle est souvent relative à l'exploitation agricole. Nous nous intéressons à une organisation qui travaille en lien avec l'exploitaion agricole nous cherchons donc à savoir si l'organisation incite les exploitations à utiliser l'eau de manière plus économe.
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits	Auteur, IDEA	limitation de l'érosion: au niveau de l'exploitation, on retrouve cette idée dans le diagnostic IDEA, (indicateur A16) "protection de la ressource sol". Là encore on cherche à savoir si l'organisation étudié prend en compte la gestion du sol pour la sélection des exploitations agricoles et des produits commercialisés.
				Prise en compte des émissions des GES des EA dans la sélection des produits	CERDD, IDEA	on trouve cette idée dans le critère 22"Les pratiques agricoles ont-elles massivement recours à des moyens mécanisés et à des intrants"du CERDD, ainsi que dans l'indicateur: A18 de la méthode IDEA: dépendance énergétique.Une fois de plus notre indicateur est basé sur la méthode de sélection des exploitations par l'organisation.
				Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits	Auteur, IDEA	au niveau de l'exploitaion: IDEA, l'idée est reprise dans plusieurs indicateurs: A1: diversité des cultures annuelles et temporaires, A2, diversité des cultures pérennes, A3: Diversité animale,A8: Zones de régulations écologiques. Plusieurs indicateurs pour rendre compte de la biodiversité au niveau de l'exploitation, cela semble difficile à calculer pour chaque exploitations appartenant à l'organisation. Une fois de plus on cherche à savoir si le respect de la biodiversité est un critère de sélection dans le choix des produits.
			Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs sur le respect de règles environnementales	Existence d'une charte	auteur	La création d'une charte incluant des thèmes environnementaux signée par les exploitations fournissant l'organisation montre l'implication de l'organisation dans les problématiques environnementales. C'est aussi un moyen de communiquer auprès des agriculteurs sur l'environnement.
		L'organisation ne doit pas altérer la qualité des ressources naturelles du territoire.	Les rejets de polluants ne doivent pas dépasser les seuils d'absorptions écologiques.	Part des exploitations en HVE, agriculture raisonnée (et Bio)	IDEA, CERDD, Auteur	produits engendrant une pollution: produits phytosanitaires et fertilisants. La gestion des produits phytosanitaires et de la fertilisation sont des indicateurs qui reviennent dans la plus part des diagnostics de durabilité: IDEA: indicateurs A12: Fertilisation, A13: effluents organiques liquides, A14: pesticides; CERDD: pris en compte dans le critère 22 "Les pratiques agricoles ont-elles massivement recours à des moyens mécanisés et à des intrants", et dans le critère 23: les pratiques agricoles nuisent-elles à la qualité et à la quantité de la ressource en eau. On a là encore beaucoup d'indicateurs existant et il semble difficile de les calculer pour toutes les exploitations. On s'interroge plutôt sur le nombre d'exploitations en Bio, HVE, ou agriculture raisonnée. Ces 3 certifications ont pour objectifs de réduire l'utilisation de produits phytosanitaires et d'améliorer la gestion de la fertilisation. cependant cet indicateur n'est pas très précis, toutes les exploitations qui ont des "bonnes pratiques agricoles" ne sont pas forcément certifiées.
			L'organisation favorise la consommation de produits de saisons	% de produits de saison commercialisés	AUTEUR	la production de produits hors saison entraine une forte consommation d'énergie dans la mesure où il faut recréer les conditions de croissance du produit.
			Réduction des déchets et leur valorisation	Multiplicité des emballages / produit	Auteur, CERDD	le problème de la réduction des déchets apparait dans le diagnostic du CERDD: critère 20: "les quantités de déchets ménagers ramassées sont-elles équivalentes, inférieures ou supérieures à la moyenne nationale?" ici on s'intéresse à la quantité de déchet produite sur un territoire. nous voulons déterminer la quantité de déchet engendrée par l'organisation. l'emballage des produits est la principale source de déchets non organique produits ou utilisés par les organisations étudiées; moins le produit aura de couches d'emballage, plus l'organisation limitera la production de déchets.
				Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage	auteur	les emballages doivent être recyclable de manière à diminuer la quantité de déchets non valorisés.
				Compost des déchets (EA + organisation)	Auteur + sources diverses	l'idée du compostage est prise en compte dans l'indicateur A7 "gestion de la ressource organique" du diagnostic IDEA.
				Tri selectif à l'échelle de la plateforme	ADEME (inspiration)	La question du tri est aussi étudiée dans le diagnostic IDEA, indicateur B3: gestion des déchets non organique" et dans le diagnostic des entreprise proposé par l'ADEME.
			Favoriser l'utilisation d'énergie renouvelable	Utilisation de produits certifiés durables (labells ( ex FSC, PEFC)	auteur	l'idée sur laquelle est fondée cet indicateur est : l'utilisation de produits certifiés durables et avec un impact faible sur l'environnement montre l'implication de l'organisation et limite son impact sur l'environnement en aval.
				Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA)	Auteur, IDEA	l'idée de l'utilisation d'énergie renouvelable est présente dans la méthode IDEA, pour l'indicateur A18: Dépendance énergétique. Cet indicateur met en avant la volonté de l'organisation de diminuer l'utilisation d'énergie fossile.

Pilier environnement								
	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Mode de calcul	Sources	explication		
Territoire → Organisation	Préservation de la biodiversité, RN	Il faut des pol territoriales qui encouragent l'org à préserver la biodiversité, et RN	Les CT entreprennent des actions afin de réduire l'utilisation des ressources naturelles et valoriser les déchets	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) ?	auteur	les indicateurs suivants peuvent être rapprochés du critère 35 du cerdd: mettre en cohérence avec les programmes d'actions environnementaux:"Les plans et programmes environnementaux prennent-ils en compte les enjeux agricoles du territoire?" . Mais ici on se questionne sur la communication et les aides proposées par le territoire pour mettre en oeuvre ses politiques environnementales.		
				Les CT aident -elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) ?	auteur	idem		
				Les CT rendent-elles possible le tri (collecte selective)	IDEA, observatoire des territoires	la question du tri est soulevée au niveau de l'exploitation dans l'indicateur B3 de la méthode IDEA. L'observatoire des territoires propose aussi des indicateurs sur ce thème: " Déchets ménagers collectés" qui prend en compte:"évolution de la quantité de déchets ménagers collectés par habitants" et "quantité de déchets ménagers et assimilés collectés par habitants", ainsi que l'indicateur "taux de valorisation des déchets". Ces indicateurs doivent mesurer la durabilité d'un territoire. Ce sont des indicateurs à l'échelle du territoire, nous cherchons à évaluer l'impact du territoire sur l'organisation. Il serait éventuellement possible de reprendre ces indicateurs en calculant les déchets collectés parmi ceux engendrés par l'organisation et le taux de valorisation de ces déchets. Cependant, ce calcul est difficile, nous ne pouvons pas évaluer la quantité de déchets engendré par l'organisation. En effet, ceux-ci englobent les déchets produits sur les exploitations, sur la plateforme ou dans les locaux de la marque ombrelle et les déchets liés à la consommation des produits vendus. Il nous semble que savoir si le territoire propose un tri des déchets et une collecte est suffisant à notre		
			Les autres acteurs entreprennent-ils des actions afin de réduire l'utilisation de RN ?	Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) ?	auteur	idem		
				Les autres acteurs aident -ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) ?	auteur	idem		
			Il faut des pol territoriales qui facilitent la valorisation des déchets de l'Org	Les CT soutiennent la production/commercialisation de produits respectueux de l'environnement	Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio,de saison, locaux	auteur	Si le territoire souhaite favoriser une consommation en adéquation avec les productions sur le territoire et favoriser certains types de productions favorables à l'environnement, il faut qu'il communique sur ces thèmes auprès des consommateurs mais aussi des organisations susceptibles de fournir ces produits. notre indicateur est donc fondé sur la mise en évidence d'une communication de la part du territoire sur les thèmes de la consommation de produits bio et de saison.	
					Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux	auteur	De même, les soutiens financiers du territoire pour encourager des initiatives sur les thématiques d'une consommation de produits de saison et de produits bio montrent l'implication du territoire auprès des organisations. La présence de tels financements nous semble un indicateur suffisant dans la mesure où il montre l'implication du territoire et son action pour aider les organisations.	
			Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Les acteurs du T s'entendent-ils sur les politiques territoriales qui soient applicables à l'org? Le T implique l'og dans les décisions ?	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département	CERDD	L'organisation doit recevoir les mêmes directives de la part des différentes institutions du territoire pour que celles-ci soient effectives. De plus celles-ci doivent être en accord avec la réalité des enjeux agricoles.Le critère 35: "cohérence avec les programmes d'action environnementaux"du CERDD reprend cette idée:"Les plans et programmes environnementaux (trame verte et bleu, plan climat énergie territorial) prennent-ils en compte les enjeux
						Les CT sont-elles parties prenantes des décisions pour l'environnement ?		
						Invitations de l'organisation aux réunions de travail ?	auteur	si le territoire intègre l'organisation, celle-ci doit être force de proposition dans les décisions environnementales au niveau du territoire.

Pilier environnement							
	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Mode de calcul	Sources	explication	
Organisation → Territoire	Implication de l'organisation dans des décisions impactant le territoire	Org doit être impliquée dans les prises de décision des CT	Implication de l'organisation dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail ?	auteur	une organisation impliquée dans le territoire doit être force de proposition dans les décisions de ce territoire sur la question de l'environnement. Pour cela, nous avons choisi de regarder si l'organisation s'implique dans des réunions de travail sur ce thème avec différents acteurs du territoire (autres organisations, institutions, entreprises, populations).	
			L'organisation se fait le relai des politiques territoriales environnementales à ses fournisseurs et clients	L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...)	auteur	La communication sur les problèmes environnementaux auprès des clients et des fournisseurs de la plate-forme montre l'implication de celle-ci sur les problématiques environnementales. De plus, par le biais de la communication, l'organisation incite les autres acteurs du territoire à respecter l'environnement.	
		Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire	CERDD	les organisations étudiées travaillent avec des agriculteurs. Ceux-ci ont un rôle à jouer pour la préservation de la biodiversité propre au territoire. Cette idée est présente dans le diagnostic IDEA dans l'indicateur A4: "valorisation et conservation du patrimoine génétique" ainsi que dans les indicateurs A1 A2 A3. On retrouve aussi un indicateur sur ce thème dans le diagnostic CERDD: critère 25: "état de la biodiversité sur et autour de l'exploitation" "Les pratiques agricoles favorisent-elles le développement de la biodiversité sauvage et domestique?".		
			Respect des zones protégées	IDEA	Le respect des zones protégées est un critère qui revient dans les diagnostics IDEA, CERDD et dans les indicateurs de l'observatoire des territoires. Il est souvent mis en relation avec la présence de zones natura 2000. la présence de ce type de contrat entre les exploitations et les différentes institutions présentes sur le territoire montre leur implication dans les problématiques liées à ce territoire et leur volonté d'avoir un impact positif sur le territoire. Au niveau de l'organisation on peut s'intéresser au nombre de contrats contractés par leurs fournisseurs.		
		cadre de vie	l'org participe à la préservation du cadre de vie des habitants du T	réduction voire absence de la pollution sonore et olfactive engendrée par l'org	Mesures limitant la pollution sonores: Présence et Efficacité	Auteur	La pollution sonore est un facteur qui influence la qualité de vie des individus de manière plus ou moins importante. L'organisation doit prendre en compte ce facteur pour être durable sur le territoire. La prise en compte de ce facteur n'est pas évident, il est relativement difficile à mesurer. Pour cela, nous cherchons à savoir si la pollution sonore est prise en compte par l'organisation.
					Mesures limitant la pollution olfactive: Présence et Efficacité	Auteur	Idem pour la pollution olfactive
	maintien ou amélioration du paysage			espaces verts entretenus	IDEA, CERDD	le paysage est un élément important de l'environnement et du cadre de vie. Les problématiques liées au paysage se retrouvent dans les différents diagnostics. Dans IDEA, l'indicateur B2 "valorisation du patrimoine bâti et du paysage" évalue l'impact de l'exploitation sur le paysage. Dans le diagnostic du CERDD le critère 26 est "les agriculteurs, co-producteurs	
				absence de déchets visuels	IDEA, CERDD		

## Les indicateurs du pilier social

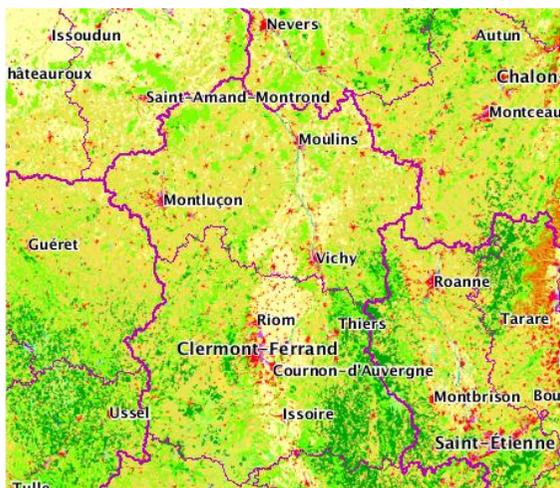
Pilier social					
Composante	Thèmes	Hypothèses	Indicateurs	Modes de calculs	Sources
Territoire/Organisation	Synergies locales	Le territoire favorise le lien social en permettant aux acteurs de se rencontrer (confiance du consommateur, reconnaissance de la profession agricole)	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'évènements promus par les institutions pour l'organisation/an	CERDD
		L'implication des décideurs locaux est un élément important pour le DD.	Participation/Implication des acteurs du territoire à l'organisation	oui/non	RALLET A., TORRE A., <i>Proximité et localisation</i> , Economie Rurale, 2004, n°280, pp. 25-41 - IDEA
	Accompagnement par les institutions	Le territoire peut soutenir les initiatives de projets collectifs. Chambres d'agriculture, collectivités territoriales peuvent porter les projets, les accompagner, fournir un soutien financier, un soutien logistique, des formations. L'implication des collectivités locales est nécessaire pour que les démarches soient pérennes.	Soutien financier aux démarches	nombre des partenaires du territoire/Nbre	CERDD
			Soutien compétence, propositions de formation	Nombre de formations promus par les institutions pour l'organisation/an	
	Attractivité et utilisation du territoire	La fréquentation touristique du territoire engendre des mouvements sociaux au sein du territoire qui sont facteurs de promotion pour les produits locaux	Attractivité touristique du territoire	faible/moyenne/forte	

<b>Organisation / Territoire</b>	activité agricole sur le territoire	Plus l'organisation aide au maintien de l'activité agricole dans la région et privilégie le fait d'avoir plusieurs exploitations de petites taille plutôt que quelques exploitations de grosses taille, plus leur relation est durable sur le territoire	Maintien d'une équité entre les tailles des exploitations adhérentes à l'organisation	Taille moyenne des exploitations appartenant à l'organisation par rapport à la moyenne départementale	F. Lebaron. 2011. les indicateurs sociaux au XXIe siècle. Dunod Paris. 110 pages.
			Maintien du tissu social agricole	nombre de départ d'agriculteurs adhérents à l'organisation avant trois ans	
				Nombre d'agriculteurs locaux/agriculteurs totaux	IMS/ORSE Guide ancrage territoriale, avril 2006, page 35, 80 pages
				augmentation/diminution du	F. Lebaron. 2011. les
	Communication/ information		organisation/participation de manifestations culturelles sur le territoire	oui/non	le mouvement coopératif en France, rapport du conseil supérieur de la coopération. 2002
	Accessibilité	Une MT se développe mieux avec des consommateurs demeurant au delà d territoire tandis qu'une PF est plus fonctionnelle avec des consommateurs au sein du territoire sur lequel elle est implantée.	Forme de Distribution( GMS, locale...)	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire	
Accessibilité à une alimentation saine et équilibrée produite localement. Prendre en compte les besoins et faciliter l'évolution des comportements des populations fragiles		Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière (gamme de produits, facilitation du paiement)	oui/non	CERDD	

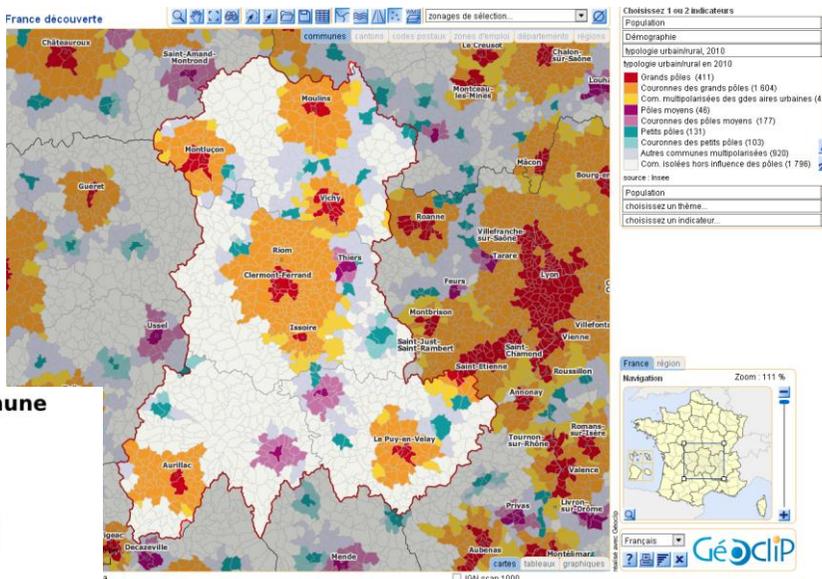
<b>Organisation</b>	Emploi	Les avantages liés à l'emploi entretiennent de bonnes relations au sein de l'organisation.	Avantages liés à l'emploi(13ème mois, interressement, plan de carrière)	oui/non	
		Si l'organisation participe à la création d'emplois, alors elle est durable.	Création/maintien/disparition d'emplois	Nombre d'emplois créés / supprimés/maintenus	Critère 6 du guide « explorez le développement territorial durable avec les circuits courts alimentaires » CERDD
	Conditions de travail	L'entreprise doit fournir des conditions de travail optimales a l'employé notamment pour assurer sa sécurité et sa stabilité dans l'organisation	Hygiène et sécurité	Autoévaluation	IDEA
			Intensité/Pénibilité du travail	Autoévaluation	
	mode d'organisation	Le statut juridique de l'entreprise doit permettre une gouvernance qui	Le pouvoir de décision au sein de	Forme juridique	

## Diagnostic d'Auvergne Bio Distribution

### 1. Contexte du projet



L'Auvergne est une région située dans le Massif Central.

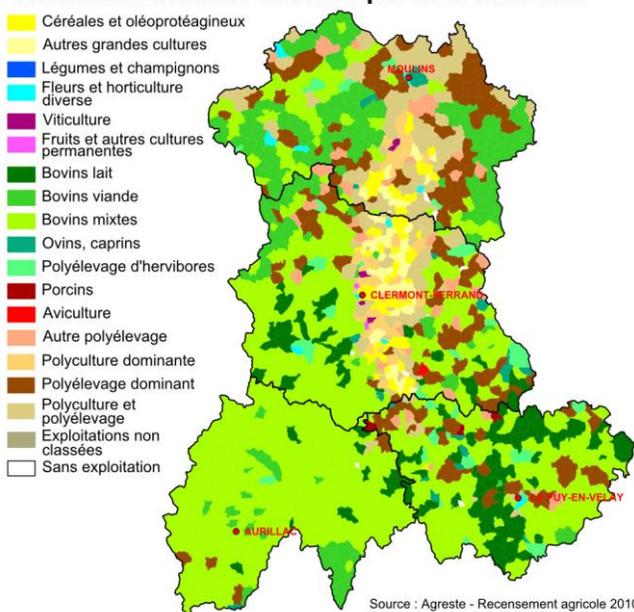


Le territoire se caractérise par des massifs de moyenne montagne (Sancy, chaîne des volcans Cézallier et Cantal à l'Ouest, Livradois, Forez, Meygal et Mézenc à l'Est) peu densément habités, qui enserrant la plaine fertile de la Limagne. Une plaque urbaine dense s'étend d'Issoire à Vichy (pôle métropolitain). Le bocage Bourbonnais (majeure partie de l'Allier) présente un relief plus vallonné.

L'Auvergne est une région

majoritairement rurale et vieillissante. Elle est partout habitée mais certains territoires sont affaiblis par plusieurs décennies de déprise agricole et démographique.

#### Orientation technico-économique de la commune



Source : Agreste - Recensement agricole 2010  
GEOFLA® Copyright © IGN - Paris - 2010 - Reproduction interdite

### 11. Contexte agricole

- Diversité des productions

« La première prairie de France privilégie désormais la viande au détriment du lait. » Grands bassins à vocation herbagère pour la production bovine (lait et viande charolaise, salers...), ovine. Les élevages porcins, caprins et l'aviculture sont également présents.

Peu de fruits et légumes, viticulture.

Dans la plaine de Limagne : culture intensive de céréales, tournesol, colza, betterave sucrière, un peu de tabac.

- **Qualité des produits**

Pour 90% de la SAU convertie en bio, il s'agit de STH et de cultures fourragère (élevages bovins viande, bovin lait, ovin viande).

Les AOC portent sur les fromages (*au lait de vache : Cantal, Saint-Nectaire, Fourme d'Ambert, Bleu d'Auvergne, Salers ; au lait de chèvre : charolais*), les viandes (*fin gras du Mézenc, Bœuf de Charolles*), un légume (*lentille verte du Puy*).

Les IGP : agneau du bourbonnais, porc d'Auvergne, veau du Ségala, volailles du Velay, volailles d'Auvergne, bœuf charolais du bourbonnais.

Les labels rouges sont nombreux en viande (dont 15 en volaille).

Un tiers des exploitations réalise des productions sous signe de qualité.

- **Mode de commercialisation**

75% du lait produit est transformé en fromage. (45 000t de fromage AOC)

En bovin allaitant, on produit 300 000 brouards par ans, dont 80% sont exportés. Les bovins de boucherie sont dans des démarches de qualité (SIQO).

L'agneau est engagé dans des démarches qualité ; ¼ de la production est consommé sur place, le reste est expédié en vif vers le Sud.

Filière blé de qualité

Une exploitation sur 10 (=2300 exploitations) commercialise ses produits en circuits courts : 1500 vendent à la ferme, 770 sur les marchés, 730 à des commerçants détaillants.

Environ 20 AMAP existent en Auvergne, pour la plupart dans le Puy-de-Dôme. Les boutiques collectives ne fonctionnent pas très bien.

## 1.2 Contexte territorial

CR Auvergne : depuis 2005, aide de 1€ par repas bio pour les cantines des lycées.

CG Allier : journées de formation des responsables de restaurants scolaires prises en charge ; charte pour encourager le recours aux circuits courts dans la restoco.

CG Puy-de-Dôme : prise en charge du coût du repas entièrement AB (0,80€ par repas au collège, 0,70 € par repas en primaire), 200€ de transport des visites d'enfants chez les agriculteurs bio du département, prise en charge à 50% du coût des animations en classe

### **Bilan**

**Atouts** : Aides favorables du CG 63 et de la région

*Production diversifiée, de qualité et reconnue, en viandes et laitages*

*Le système de subventionnement des repas 100% bio s'est assoupli.*

**Contraintes** : Peu de production de maraîchage/arboriculture

*Accessibilité des villages dans les montagnes*

*Certains clients n'ont pas de subvention : crèches, écoles primaires...*

## 2. Histoire du projet

- Le mouvement est impulsé au départ par les collectivités : en 2001 le CG 63 propose la subvention de 0,7€/repas bio dans les collèges et écoles primaires, et en 2005 le conseil régional offre 1€/repas 100% bio pour les lycées.
- Le nombre de repas bio servis par an a plafonné à 40 000 en 2005. C'est pourquoi la région a demandé une étude au GRAB (2 ans).

- Cela a débouché sur le développement d'un outil par l'association Auvergne Biologique, une plate-forme. Après 6 mois de réflexion, elle est passée sous statut de SCIC-SA en juillet 2007. Il y a alors 40 souscripteurs au capital social.
- La SCIC loue un bureau chez un transporteur/grossiste et emploie une personne (Mme Carthonnay).
- En 2008, on recrute un autre salarié pour les relations clients, tandis qu'elle-même se concentrait sur les relations fournisseurs.
- La préparation des commandes était effectuée par les employés du grossiste (payé à la tonne traitée).
- En 2011, la SCIC internalise totalement la fonction logistique grâce à l'acquisition d'un bâtiment à Combronde (carrefour autoroutier au Nord de Clermont) et au recrutement un personne chargée de la réception et de la préparation des commandes.
- En 2012, l'équipe est complétée par une personne compétente en nutrition.
- Il y a donc 5 salariés pour 4,3 ETP (en comptant la femme de ménage)
- La plate-forme connaît toujours une forte croissance (+12% de CA en 2010, +22% en 2011) et continue à embaucher.

**Bilan :**

***Le démarrage a été très progressif : on a augmenté peu à peu le nombre de salariés de la SCIC en les spécialisant dans certaines tâches. Les différentes fonctions ont été internalisées peu à peu : préparation des commandes, aspect nutritionnel des repas... Après 5 ans, la plate-forme est encore en évolution et n'a pas atteint ses capacités maximales.***

### **3. La mise en relation de l'offre et de la demande**

#### **3.1. La demande**

- Il y a entre 20 et 60 établissements fournis. Les clients sont les collèges et lycées. Ils se situent dans les quatre départements d'Auvergne.
- Les cantines s'engagent à ne pas s'approvisionner en direct pour des produits qui sont dans la gamme d'ABD.

#### **3.2 L'offre**

- 69% des produits vendus sont d'origine auvergnate.
- Il y a 30 fournisseurs, ce sont de gros opérateurs (agriculteurs comme industriels).

- Il n'y a pas de règlement intérieur, ni de règlement d'usage.
- Les fournisseurs ne doivent pas livrer directement aux cantines.
- Les clients achetant de petits volumes doivent s'acquitter d'une participation au transport, tandis que les clients réguliers (en viande, yaourt) bénéficient de lignes promotionnelles.

### **3.3 Le dispositif économique**

- Le niveau de marge est différent en fonction des produits. Il est en moyenne autour de 20%, afin d'assurer la viabilité économique de la structure.
- Il n'y a pas de concertation avec la filière, ni inter-filière, pour négocier collectivement une politique de prix.
- Les prix ne sont pas décidés à l'avance, sauf pour le maraîchage (une grille de prix est proposée deux fois par an en concertation avec un technicien spécialisé). C'est sur les fruits et légumes qu'ABD applique le plus gros coefficient (1,3, soit une marge de 30%), car il y a plus e casse et de travail à effectuer (décolisage).
- Pour la viande, la marge est de 20%.
- Le coût du transport représente 5% du chiffre d'affaire. (« il doit normalement être compris entre 4 et 7 % »). La SCIC sous-traite 85% du volume global à transporter. Pour assurer toutes les livraisons, il faudrait 6 camions et 6 chauffeurs car toutes les livraisons se font en même temps : ce n'est pas intéressant économiquement.
- Concurrence : la SCIC n'a pas de concurrent sur le marché auvergnat du produit local.
- Les subventions des instances politiques sont nécessaires, car sans elles, la SCIC ne pourrait pas rivaliser avec les fournisseurs traditionnels de la restauration collective. Au cas où les subventions prennent fin, la plate-forme devrait continuer à vendre suffisamment de volume pour s'autofinancer ; c'est pourquoi elle a lancé une étude de diversification de ses activités. On regarde vers une plate-forme virtuelle de produits locaux conventionnels, ce qui est aussi une demande de la part des financeurs.

### **3.4 Le dispositif technique de mise en relation demande-offre**

- C'est un logiciel créé sur mesure qui sert à passer les commandes et à assurer le suivi commercial et comptable. (Il est aujourd'hui utilisé par plusieurs plate-formes en France)
- La commande est passée une fois par semaine, pour livraison 15 jours plus tard. La plate-forme réceptionne les commandes le vendredi (à 70%) et le lundi. Elle charge les palettes et les transporteurs arrivent le lundi pour charger. Tout part le mardi matin, pour livraison avant midi.
- La SCIC travaille avec 3-4 transporteurs, mais dispose depuis peu d'un véhicule équipé d'une caisse froid pour les petites livraisons (moins de 50 km de Combronde).

**Bilan :**

*Il faut avoir des compétences très variées : gestion d'entreprise, économie, logistique, milieu des PME, nutrition, sens politique, hygiène et santé alimentaire, traçabilité alimentaire, culture client...*

*Il faut verrouiller l'amont et l'aval pour que fournisseurs et clients ne s'approvisionnent que via la SCIC.*

*Il faut garder la possibilité de marger plus ou moins sur les produits, pour s'adapter aux prix du marché.*

*Il faut sous-traiter le transport à une société de transport, car ce n'est pas intéressant économiquement de s'en charger, sauf pour des très petits trajets.*

## **4. Le système d'acteurs**

### **4.1 Identification des acteurs**

- La SCIC est organisée en 4 collèges : collectivités (chambre d'agriculture, conseil général...), producteurs, transformateurs, salariés. Les clients n'y figurent pas.
- La collaboration est étroite avec Auvergne Biologique, qui assure l'animation auprès des producteurs.
- Les relations semblent tendues avec les services vétérinaires, qui refusent que des produits locaux issus de l'agriculture conventionnelle circulent dans le bâtiment.

**Bilan :**

*Forces : portage politique fort et subventions aux repas*

*Faiblesses : environnement concurrentiel*

## Auvergne Bio Distribution

**Forme** : SCIC-SA

**Initiateurs** : Auvergne Biologique + CT

**Date de création** : juillet 2007

**Date de démarrage** : juillet 2007

**Rythme de croisière** : pas encore

**Chiffre d'affaire** : 850 000€/mois

**Masse de vente** : 950 000 repas (2011)

### Atouts

Elevage diversifié, nombreux produits carnés  
et laitiers

Emplacement stratégique

Système de subventionnement souple

### Contraintes

Peu de fruits et légumes

Villages dans les montagnes difficiles d'accès

Clients non subventionnés

### Les caractéristiques d'une plate-forme qui marche

#### Partenariats

Verrouiller l'amont et l'aval pour que les relations de vente directe ne se créent pas.

Avoir la culture client, le sens politique, connaître le milieu des PME

#### Dispositif logistique

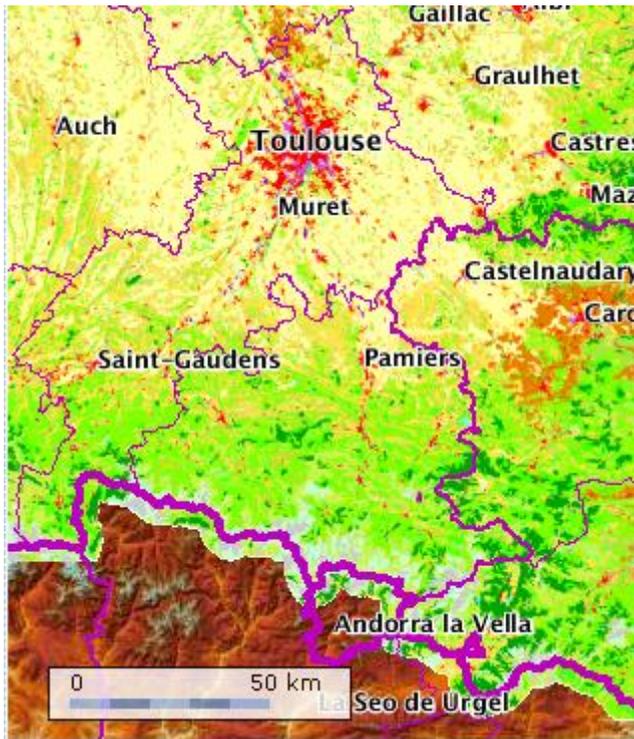
Ne pas prendre en charge soi-même le transport (sauf trajets inférieurs à 50km). Faire contribuer les clients de petits volumes. Le coût du transport doit représenter 4 à 7% du chiffre d'affaire.

Prendre les commandes à horizon de 2 semaines. Avoir un jour de livraison fixe.

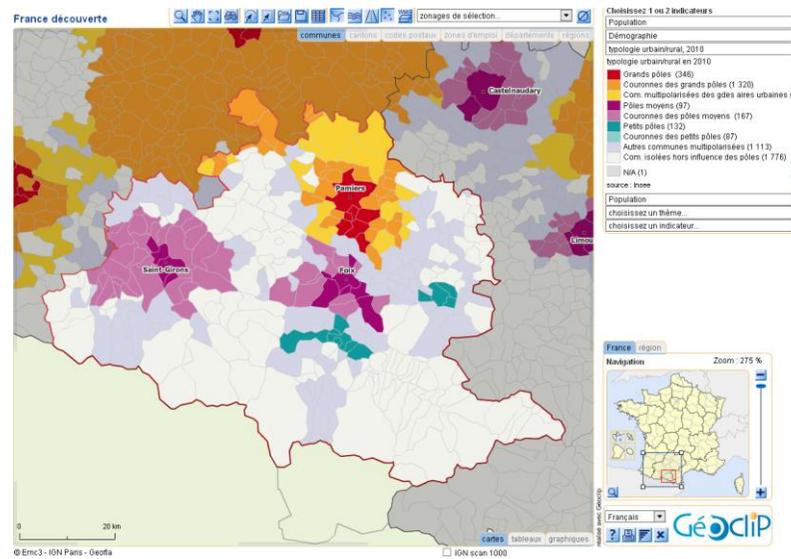
Avoir l'agrément CE

# Diagnostic de la plate-forme de l'Ariège

## 1. Contexte du projet



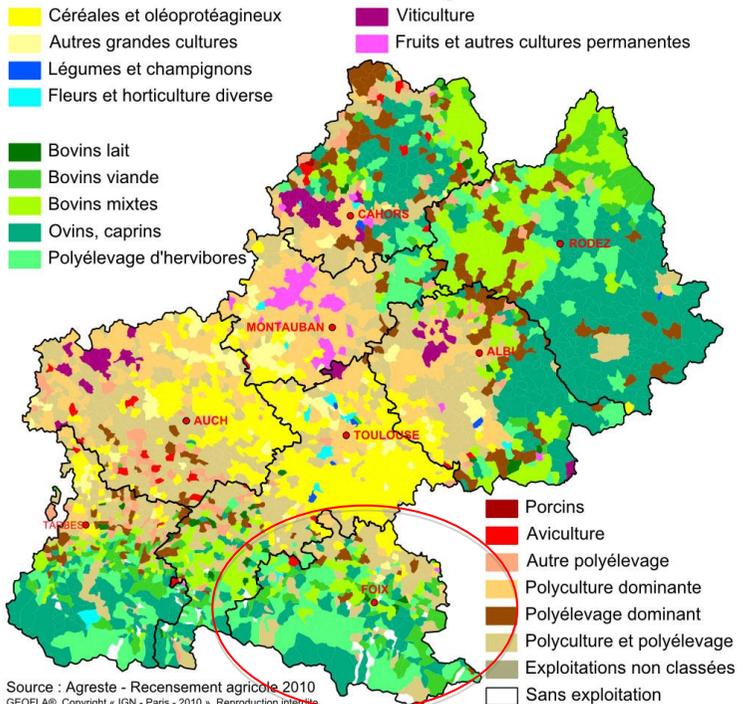
L'Ariège est un département de Midi-Pyrénées frontalier avec l'Espagne. La chaîne Pyrénéenne est creusée en profondes vallées selon des axes Nord-Ouest/Sud-Est et occupe la majeure partie du département.



Au Nord, les plaines de basse Ariège et du Lauragais sont plus riches et réunissent les 10% de terres labourables du territoire.

## 11. Contexte agricole

## Orientation technico-économique de la commune



## 1.2 Contexte territorial

- Le Conseil Général oblige les collèges à faire un repas entièrement local par mois. Il a signé une convention avec la Chambre départementale d'Agriculture pour que que l'offre locale soit recensée et qu'un catalogue soit créé. L'objectif est d'inciter les cantines à se faire livrer des produits locaux régulièrement en gré-à-gré.

## 1.3 Contexte de restauration collective

- 3 millions de repas sont servis par an en Ariège, dont 85 000 sont confectionnés dans le département.
- Les grandes entreprises de restauration collective ne seraient pas bien implantées dans le territoire.
- Les cantines motivées pour s'approvisionner en local sont déjà en partenariat avec les producteurs.

### • Diversité des productions

Une orientation pastorale affirmée (2 exploitations sur 3 en élevage d'herbivore) pour la viande, avec la présence également de grandes cultures (maïs et céréales à paille) dans la plaine (1 sur 5)

280 ha de fruits (3600t), dont 24ha de petits fruits.

### • Qualité des produits

10% des exploitations sont en AB, 3% de la SAU. Environ 80% de la surface convertie concerne STH+culture fourragère.

Il y a 8 SIQO, principalement en viande bovine/ovine/porcine. C'est 13% des exploitations réalisent des productions sous signe de qualité

### • Mode de commercialisation

Les jeunes bovins sont vendus à la descente des estives et expédiés en Italie. Le lait

1 exploitation sur 3 vend en circuit court

8 AMAP en Ariège

## **Bilan**

**Atouts :** *volonté politique ; des réflexions sont menées au CG, au Pays Portes d'Ariège, à la CC du Séronais, pour l'utilisation des produits locaux ; de nombreux produits sont disponibles.*

**Contraintes :** *manque de fruits&légumes ; règles de la commande publique, prix de la matière première ; mode de distribution des produits ; réseau de restaurateurs peu dynamique pour l'approvisionnement local*

## **2. Histoire du projet**

- Suite à la création d'un annuaire de producteurs, la chambre a voulu mettre en place une plate-forme physique pour augmenter les quantités de produits vendus, dans l'intérêt des fournisseurs.
- La SCIC a été créée le 8 avril 2011 (établissement des statuts de la SCIC, du règlement des producteurs). Elle réunit 100 associés répartis en 6 collèges :
  - les salariés
  - les agriculteurs individuels
  - les agriculteurs en groupement et les non-agriculteurs (associations de producteurs, coopératives, artisans et commerçants)
  - les établissements consulaires (3 chambres)
  - les collectivités territoriales
  - les autres contributeurs : CIVAM bio, personnes, clients non collectivités (associations, maisons de retraite, cuisines centrales)Soit environ 80 fournisseurs, dont 70 agriculteurs et 10 artisans .
- Le conseil d'administration comprend 20 personnes.
- Un commercial a été embauché mais « ça n'a pas marché ». Il y a eu un coup d'arrêt, avant l'embauche de Sylvie Feuillerat en décembre 2011.
- Les commandes ont donc débuté en janvier 2012.

- Durant le premier trimestre, les fournisseurs se sont concertés par filière (sous l'impulsion de l'animateur Benoit Dinat) pour déterminer leur politique de prix. On s'est finalement aligné sur le prix du producteur le plus cher.
- A l'avenir, le règlement des producteurs devrait évoluer. Il est envisagé de réduire de nombre de fournisseurs, car tous ne sont pas vraiment impliqués, moteurs.
- La plate-forme n'est pas à son rythme de croisière : les quatre premiers mois, il y a eu 16 k€ de chiffre d'affaire, alors qu'il faudrait 65 k€ par mois pour atteindre l'équilibre.
- La principale difficulté a été l'établissement de la gouvernance : il existe une tension entre le syndicat agricole majoritaire (FDSEA) à l'initiative du projet et le syndicat alternatif (Confédération Paysane). Il y a donc plus de 70 agriculteurs qui sont venus à l'assemblée constituante, chaque syndicat ne voulant pas avoir moins de voix que l'autre (selon le principe : 1 personne = 1 voix). Il y a donc non seulement une tension entre syndicats, mais aussi des beaucoup de fournisseurs qui sont finalement peu impliqués et motivés pour la réussite de la plate-forme.

**Bilan :**

***Il faut éviter les agriculteurs non motivés au début de la SCIC.***

***Il est préférable de trouver de suite la bonne personne pour le poste d'assistant commercial.***

### **3. La mise en relation de l'offre et de la demande**

#### **3.1. La demande**

- Ce sont les restaurants scolaires de Pamier, Saint-Girons, La-Bastide-de-Sérou, le Mas-d'Azil, Carla-Bayle, Lavelanet, Mazères

#### **3.2 L'offre**

- Les fournisseurs sont tous Ariégeois. Le règlement autorise la plate-forme à se fournir dans les départements limitrophes, voire plus loin, pour compléter la gamme de produits, à conditions que ces produits soient issus de l'agriculture biologique et/ou du commerce équitable.
- Des réunions de travail sont organisées par filière pour arriver à un consensus sur le prix d'achat par produit : accord sur les fromages, accord obtenu avec difficulté sur la viande en carcasse. C'est en fait un accord tripartite producteur, chevillards, SCIC : la SCIC gère les avants de carcasse

(bourguignon, steaks hachés....) alors que les chevillards valorisent les arrières (morceaux nobles). Pour les éleveurs qui pratiquent la vente directe ils valorisent eux-même les arrières (en caissettes).

- Il n'y a pas de contrainte sur leur référencement, car la SCIC n'aurait pas les moyens de pratiquer des contrôles sur le respect d'un cahier des charges.
- L'offre est diffusée aux clients potentiels via un catalogue de produits (et non de producteurs).

### **3.3 Le dispositif économique**

- Au prix d'achat du produit, la SCIC rajouter une marge de 15% qui couvrir les frais engendrés par la plate-forme : salaire de l'assistante commerciale (service de prise de commande, d'agrèage, de facturation, réclamations...), location du bureau, de la surface de stockage, du matériel, le paiement de la société de transport.
- Notons que la location du bureau a été gratuite au premier semestre 2012.
- Le coût de location des quais, frigos et la livraison des marchandises aux clients est fonction de l'usage (frais réels).
- La SCIC dispose d'une subvention du conseil régional de 30 000 €.
- Les objectifs sont d'atteindre 65 k€ de chiffre d'affaire par mois.

### **3.4 Le dispositif technique de mise en relation demande-offre**

- Le catalogue produit est proposé aux restaurants collectifs.
- La commande est faite par le client avec au moins 4 semaines d'avance.
- Les fournisseurs sont sollicités à tour de rôle (prévu dans le règlement).
- Si le fournisseur répond à une demande, il remplit un bon de commande et fixe une date de livraison avec le permanent de la plate-forme (Mme Feuillerat).
- Celle-ci reçoit les commandes à la SETAK à Pamiers : elle se fait livrer les lundi et mercredi matin de 8h à 12h. Il n'y a quasiment pas de stockage. Elle fait l'agrèage sous forme de palettes multi-produits.
- La SETAK assure le transport des palettes de la plate-forme jusqu'aux destinataires.
- Mme Feuillerat facture aux clients et paye les fournisseurs au nom de la SCIC.

#### ***Bilan :***

***Le taux de marge appliqué permet de proposer des produits moins cher qu'un grossiste, à qualité égale. Néanmoins, il est difficile pour les fournisseurs d'y trouver un avantage lorsqu'ils sont déjà fortement engagé avec une cantine, et y ont des habitudes.***

*Le partenariat avec la société de transport est avantageux. Problème de ponctualité des fournisseurs. Difficulté pour livrer certains produits à la DLC réduite (steacks hachés).*

## 4. Le système d'acteurs

### 4.1 Identification des acteurs

Partie prenante	Fonctions
70 agriculteurs	Production, transformation, conditionnement étiquetage
FDSEA 09	Pression politique
Confédération Paysanne 09	Pression politique
10 artisans transformateurs	Transformation, conditionnement, étiquetage
Colletifs d'agriculteurs	Fournisseurs
Elus des collectivités territoriales	Décision, subvention
Etablissements publics	Clients
Acteurs de la restauration	Préparation des repas,
Société logistique : SETAK	Stockage, transport
Salariée de la plate-forme	Suivi des commandes, livraisons, facturations, paiements, agréage
Animateur de la plate-forme	Animation des producteurs

	Négociation des prix
Convives, parents d'élèves, enseignants	Acheteurs et bénéficiaires finaux
Elu de la chambre d'agriculture	Impulsion

***Bilan : quelles sont les forces et les faiblesses du système d'acteur ? Quelles sont les caractéristiques d'une organisation gagnante (types d'acteurs impliqués et modalités des partenariats) ?***

Comme dit plus haut, tous les fournisseurs ne sont pas engagés au départ pour les mêmes raisons, et ne se retrouvent pas sur les mêmes valeurs. Ces tensions ralentissent fortement le processus décisionnel.

On peut également considérer que 20 personnes dans un conseil d'administration est un nombre très élevé.

De plus, certains fournisseurs ont un point de vue négatif sur la SCIC, ce qui défavorise l'établissement d'une dynamique de groupe.

**Par ailleurs, le partenariat avec la SETAK est un vrai point fort.**

# Diagnostic de Self Bio Centre

## 1. Contexte du projet

- Le projet couvre les six départements de la région
- Le territoire est de plus en plus rural dans un formée par les villes de Chartres / Orléans / Blois /

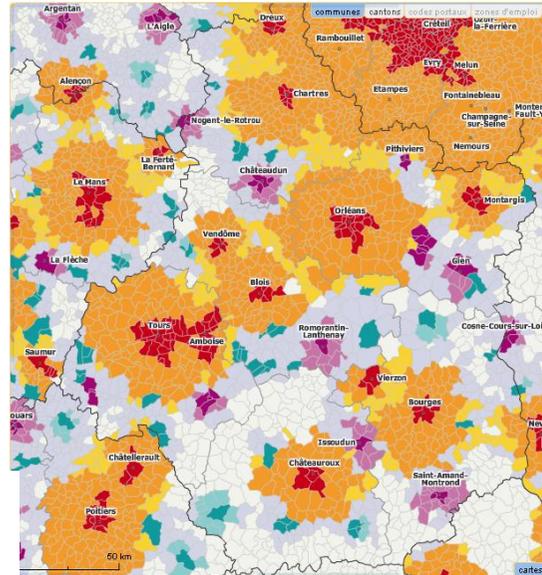
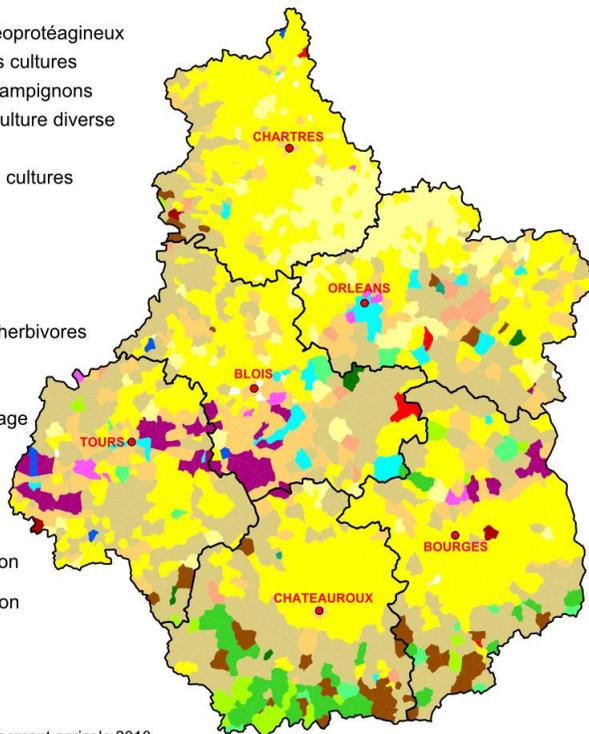
## 11. Contexte agricole

### Diversité des productions

Le Centre est le grenier à céréales de la France. (Beauce, aussi de l'horticulture (Sologne, Val de Loire), des vignes fromages de chèvre. Bassin d'élevage tout au Sud

### Orientation technico-économique de la commune

- Céréales et oléoprotéagineux
- Autres grandes cultures
- Légumes et champignons
- Fleurs et horticulture diverse
- Viticulture
- Fruits et autres cultures permanentes
- Bovins lait
- Bovins viande
- Bovins mixtes
- Ovins, caprins
- Polyélevage d'herbivores
- Porcins
- Aviculture
- Autre polyélevage
- Polyculture dominante
- Polyélevage dominant
- Polyculture et polyélevage
- Exploitations non classées
- Sans exploitation



Centre.  
gradient Nord→Sud. La moitié Nord  
Tours constitue est plus urbaine.

Champagne Berrichone, Gâtinais) On y trouve  
(Touraine), du maraîchage, des vergers et des  
(Brenne, Boischaud)

### Qualité des produits

AB très peu dynamique, 18<sup>e</sup> région Française en pourcentage de SAU en Bio (Agence Bio 2010). Cela concerne autant les grandes cultures que de la STH+cultures fourragères.

5 AOC Fromage de chèvre et 22 AOC viticoles

L'industrie agro-alimentaire est le 2<sup>e</sup> secteur industriel de la région Centre en nombre d'emploi (20 400 pour 300 entreprises et établissements). De nombreux secteurs sont représentés : travail du grain, viande, lait, sucre, F&L, boissons.

### 1.3 Contexte de restauration collective

- Pomona et autres grossistes sont de gros concurrents sur le territoire.

**Bilan :**

***Territoire qui peut compter sur un réseau de transport fiable et un bassin de consommation relativement important, surtout au Nord. Sur l'ensemble de la région, on trouve tous types de productions animales et végétales, mais localement elle peut être très spécialisée (ex : Beauce). L'industri agro-alimentaire est plutôt forte, contrairement à la Bio.***

## **2. Histoire du projet**

- C'est un collectif de producteurs Bio déjà organisé, Bio Centre, qui a décidé de répondre à la demande de la RHD en produits bio.
- Au début, une plate-forme virtuelle a été créée pour mettre en contact fournisseurs et clients.  
Comme la demande a augmenté, le collectif a souhaité passer à un autre niveau d'organisation.  
Le conseil régional a financé une étude pour Bio-Centre et alloué une enveloppe de 200 000€.  
Elle a débouché sur la création d'une SCIC-SA le 3 mars 2010, mais elle a mis du temps à se mettre en route :
  - Dossier de demande d'agrément sanitaire long à monter
  - Reconnaissance d'utilité publique perdu par la préfecture
- Difficultés :
  - La date de création de la plate-forme a été voulue trop tôt, ce qui fait que l'étude de réalisation a été mal faite, et donc le dimensionnement initial de la plate-forme trop grand : on a embauché 2 salariés (le commercial et l'assistante) dès la création de la SCIC, alors qu'il n'y avait rien à faire. De ce fait, l'enveloppe régionale (200 k€) a été liquidée trop vite.
  - La période d'essai de la première directrice n'a pas débouché sur son embauche, ce qui a pu retarder la constitution du dossier de demande d'agrément sanitaire.
- Le projet est actuellement en pleine restructuration, il n'y a qu'une commerciale et Mr Touzeau (président du CA) assure l'intérim de la direction.
- Avenir : des marchés à conquérir ont été identifiés. Le CA souhaite augmenter les volumes vendus.  
A moyen terme, l'objectif est que les clients s'engagent plus, planifient les menus à plus long terme pour les produits de grande consommation (afin qu'en amont, la production puisse prévoir)

**Bilan :**

***Le plus important est de prendre son temps pour interroger toutes les personnes concernées par le projet. Il est indispensable de bien dimensionner la plate-forme : 3 personnes pour une plate-forme naissante, même à l'échelle régionale, c'est trop. On prendra avantage à bien se renseigner sur les structures de ce type déjà existantes.***

*Il faut engager les salariés au moment où ils sont nécessaires, pas avant. Il est préférable de trouver immédiatement la bonne personne, sinon on retarde le projet.*

*Il faut être capable de déceler rapidement les problèmes et de se réorganiser si besoin.*

### **3. La mise en relation de l'offre et de la demande**

#### **3.1. La demande**

- Ce sont des restaurants collectifs sur toute la région Centre. Il y en a 70, qui sont très différents en terme de régularité, de diversité et de quantité.
- Quelles relations sont établies avec eux ? (étapes de travail, outils)
- Des bonnes relations semblent établies avec les clients puisque le directeur nous dit : « Les textes du Grenelle de l'environnement ont au moins le mérite d'avoir initié une dynamique dont le soufflet ne semble pas prêt de retomber. En effet, de même que pour les particuliers, quand on commence à utiliser des produits bios, on a beaucoup de mal à faire machine arrière. »

#### **3.2 L'offre**

- Le fournisseur principal est le groupement Val Bio Centre (20 fermes, 1 ESAT, 6 jardins d'insertion). Il y a une dizaine de fournisseurs.
- Tous les produits ne sont pas locaux : 60% des Fruits & Légumes, 10% des céréales, 90% des yaourts, 30% de la viande. Pour le reste, préférence française.
- C'est une offre complète de produits de l'agriculture biologique.

#### **3.3 Le dispositif économique**

- Le prix d'achat des produits est décidé par Val Bio Centre. La plate-forme prend une marge d'environ 15-20% (c'est fixé par un calcul automatique). Prix de vente = prix d'achat + marge
  - Le Conseil Régional du Centre offre son soutien par une avance qui doit être remboursée, jusqu'en 2014.

#### **3.4 Le dispositif technique de mise en relation demande-offre**

- Le catalogue de produits est envoyé aux gestionnaires de cantines.
- Les cantines passent leur commande à la SCIC (assistante commerciale : Sandrine Munsch).
- La commande est transmise aux fournisseurs, qui la livre à la plate-forme physique. Celle-ci comporte une chambre froide (2°C), du matériel de transport et un bureau de travail, le tout loué à une société spécialisée.
- Les commandes sont agréées et livrées aux cantines grâce au concours de la société spécialisée. Ceci permet d'optimiser la livraison
- Il y a une facture unique pour la cantine.

- Deux principes logistiques : les commandes sont regroupées pour éviter des petites livraisons, les commandes sont rattachées à une tournée en place, donc à un jour de livraison.
- Les frais de transport sont de 16€ en-dessous de 150€ de commande.
- L'objectif est de prendre les commandes à 2-3 semaines pour organiser l'approvisionnement au mieux.

**Bilan :**

*Un bon dispositif logistique est formé d'une plate-forme physique qui loue le matériel à une société spécialisée et peut utiliser son matériel sans avoir à investir immédiatement. Les commandes sont regroupées, et rattachées à une tournée. Il y a un jour de livraison déterminé pour les cantines. Pour limiter les trop petites commandes (plus coûteuses en temps de travail), on fait payer. Pour commencer à avoir une organisation bien planifiée, il faut des commandes à horizon de 2-3 semaines.*

*Un bon dispositif économique (qui permet d'être à l'équilibre) tient à plusieurs choses : des frais de transport et de stockage limités grâce à l'organisation et à la planification.*

## **4. Le système d'acteurs**

### **4.1 Identification des acteurs**

- Qui sont les parties prenantes du projet ?

La plate-forme est une SCIC-SA qui compte 5 collègues, soit 40 associés :

-Producteurs (Val Bio Centre, GABOR, Gab28...)

-Transformateurs-distributeurs (SICABA, Mag-Fruits, Pâtes Fabre...)

-Collectivités (Conseil Régional du Centre)

-Associations (FCPE, UFC)

-Salariés

- Qui agit indirectement sur le projet ? (concurrents, élus, syndicats...)

Elus région, consultant, grossistes concurrents (Pomona et autres), préfecture, DDPP

- Le président est moteur. Certains agriculteurs sont moteurs, mais pas tous.
- Il existe une concurrence commerciale avec les autres grossistes.

#### **4.2 Identification des relations entre acteurs**

- Quels liens les acteurs ont-ils entre eux (relation à sens unique - à double sens / à quelle fréquence : relation ponctuelle ou suivie / relation de méfiance, de concurrence, d'influence, surveillance, confiance, relation contractualisée) ?
- Les décisions sont prises en CA de manière collégiale, ce qui est un atout car il y a mutualisation des compétences de plusieurs domaines différents : production, transformation, logistique, administration... (+parent d'élève + salarié SCIC)

**Bilan :**

***Une bonne gouvernance est assurée par une forme de SCIC-SA où chacun apporte des compétences différentes au Conseil d'Administration, et où les associés sont bien acteurs et impliqués.***

## 5. Fiche récapitulative

### Self Bio Centre

**Forme :** SCIC-SA

**Initiateurs :** Bio-Centre

**Origine :**

**Date de création :** 2010

#### Atouts

Productions diversifiées

Réseau de transport

Soutien de la région Centre

Demande forte de la resto co

#### Contraintes

Concurrence des grossistes

Lenteur administrative

#### Faiblesses

### Les caractéristiques d'une plate-forme qui marche

#### Partenariats

Les GAB font de l'animation dans les cantines, accompagnent le changement auprès des cuisiniers et proposent des visites de ferme.

#### Dispositif logistique

Plate-forme physique qui loue le matériel à une société spécialisée et peut utiliser son matériel. Les commandes sont regroupées, et rattachées à une tournée. Il y a un jour de livraison déterminé pour les cantines. Pour limiter les trop petites commandes (<150€), on fait payer 16€ le transport. Pour commencer à avoir une organisation bien planifiée, il faut des commandes à horizon de 2-3 semaines.

#### Dispositif économique

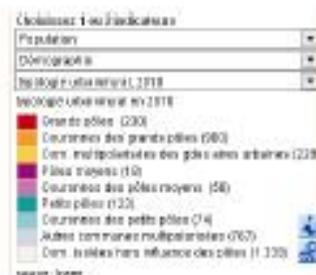
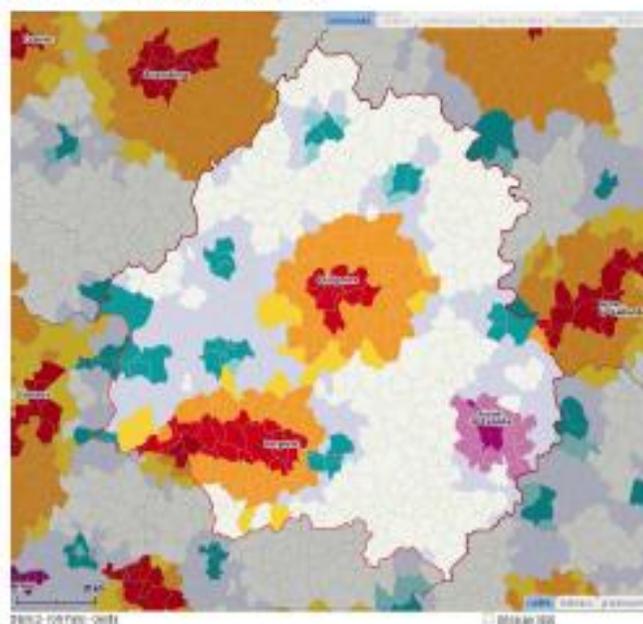
## Diagnostic marque ombrelle territoriale :

### Saveurs du Périgord



#### 1. Contexte du projet

##### 1.1. Contexte général



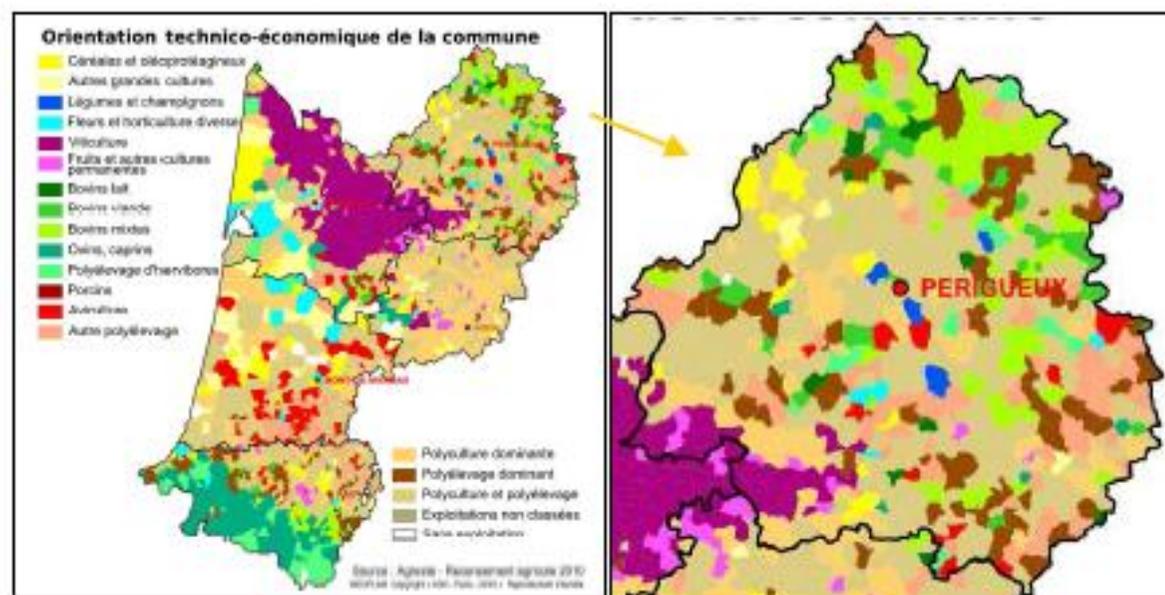
- Un grand département rural : une superficie importante, 2 villes de taille moyenne et une densité de population faible (46 habitants par km<sup>2</sup>).
- Une population âgée : 15 personnes de plus de 60 ans pour 10 de moins de 20 ans.
- Un niveau de vie modeste : le revenu médian des ménages est inférieur à celui de la région et de la métropole. Les salaires sont en moyenne moins élevés en raison notamment d'une économie très présente.
- Un département touristique : 1er département touristique d'intérieur de France (hors départements côtiers) reconnu pour son patrimoine naturel, historique et gastronomique.
- Un Conseil Général et un Conseil Régional particulièrement engagés dans le développement de l'économie de proximité.

Les entreprises agroalimentaires : bien que la fabrication de denrées alimentaires et de boisson prédominent dans l'industrie départementale, le nombre d'entreprises de ce secteur reste limité (731 établissements en 2009 selon l'Insee).

#### • Une grande diversité de productions

Les productions les plus importantes en effectifs et en chiffre d'affaires sont l'élevage et la viticulture, néanmoins on peut dénombrer une vingtaine de filières sur le département : bovins viande, bovins lait, porcins, ovins, caprins lait, volailles grasses et maigres... pour les animaux ; viticulture, céréales, fraises, pommes, prunes d'Ente, noix, châtaignes...pour les végétaux.

La diversité des productions agricoles contribue à la richesse et la réputation du patrimoine gastronomique. L'activité agricole occupe une place notable dans l'économie du département.



#### • Des produits de qualité

De nombreux produits sont sous signe officiel de qualité et d'origine :

- Vins de Bergerac, Noix du Périgord, Pomme du Limousin sous AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) ;
- Canard à foie gras du Périgord, Agneau du Périgord, Fraise du Périgord sous IGP (Indication Géographique Protégée) ;
- mais aussi des produits en partie issus des terres du Périgord : jambon de Bayonne IGP,



ha), les légumes (70 ha) mais aussi l'élevage d'herbivores (viande, lait) et la volaille (viande, œufs).

50% de la production agricole du département est sous SIGO.

### 1.3 Contexte des circuits courts

- une tradition ancienne de vente directe
- Les circuits courts concernent aujourd'hui une exploitation sur cinq

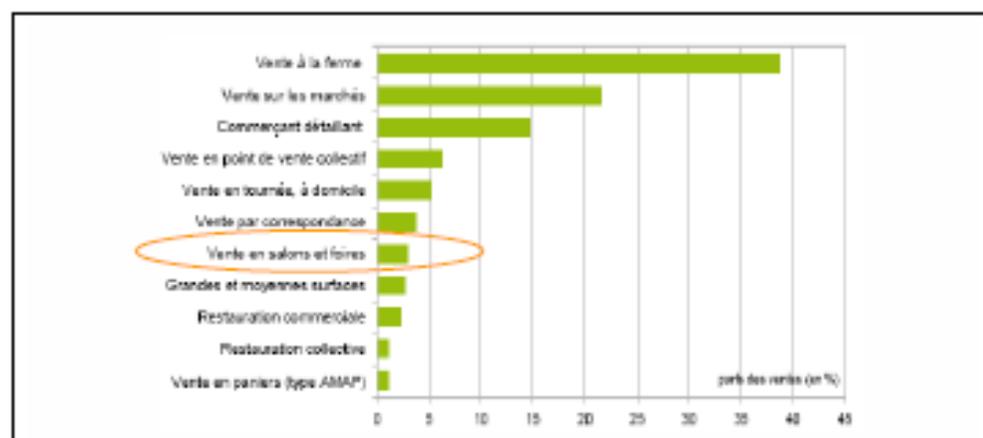
La commercialisation des produits de l'exploitation via des circuits courts (hors vins) concerne 18% des exploitations en Dordogne. Près de la moitié d'entre elles réalisent ainsi plus de 75% de leur chiffre d'affaires.

Ce sont les produits animaux (transformés ou non) qui sont le plus souvent commercialisés dans ce cadre. Ils concernent le tiers des exploitations pratiquant des ventes via des circuits courts. Viennent ensuite les fruits et légumes (27% des unités), puis les œufs et volailles (17%) et le miel (6%).

Plus de 80% des exploitations, concernées par les circuits courts, ne mobilisent qu'un seul mode de commercialisation. La vente directe à la ferme constitue le mode le plus utilisé (40% des cas), viennent ensuite la vente sur les marchés (22% des cas) et la vente à un commerçant détaillant (15% des cas). La vente en panier (type AMAP) est très marginale en Dordogne. Elle n'est proposée qu'une fois sur cent.

Les producteurs en circuits courts (hors viticulture) favorisent la vente sur place, les marchés ou le commerce de détail. A ce titre, ils privilégient la rencontre avec le consommateur et s'inscrivent plus dans une démarche individuelle que collective.

Le mode de commercialisation en circuits courts en Dordogne



- **Le positionnement des institutions vis à vis des circuits courts**

- Un accompagnement fort de la chambre d'agriculture pour développer l'agritourisme et la vente directe depuis 20 ans
- Un engagement politique tout aussi fort pour négocier et développer de nouveaux débouchés locaux porteurs en terme de volumes et de retour de valeur ajoutée

**Bilan**

**Atouts :**

- 1er département touristique de l'intérieur, patrimoine gastronomique renommé, agriculture diversifiée, produits de qualité, tradition de vente directe.
- Un accompagnement fort de la chambre d'agriculture pour développer l'agritourisme et la vente directe depuis 20 ans

**Contraintes :**

- Des circuits courts tournés vers la vente directe à la ferme ou sur les marchés
- Un niveau de vie modeste des consommateurs

## 2. Genèse du projet

La marque Saveurs du Périgord a été créée à l'initiative des élus professionnels de la chambre d'agriculture de la Dordogne. Ils avaient fait le constat que les agriculteurs ne pouvaient pas vivre uniquement de la vente directe. Il était donc nécessaire de trouver de nouveaux canaux de distribution pour leurs produits. La grande distribution pouvait offrir des opportunités. Dès 2007, ils ont tenté une expérience avec l'hypermarché Leclerc de Trélissac : exposition et vente des produits dans la galerie marchande du magasin, puis jeux concours et visites de fermes au départ du magasin.

Parallèlement, les crises sanitaires ont amené les consommateurs à se tourner de plus en plus vers des produits locaux. Pour eux la proximité était gage de qualité.

Finalement, le test positif réalisé pendant 2 ans dans le magasin Leclerc de Trélissac et l'existence d'un marché grandissant pour les produits de proximité ont incité les élus de la chambre d'agriculture à passer à une étape supérieure et à créer une marque commerciale.

Créer une marque permettait d'être plus professionnel : structuration, communication et promotion. Cela s'est traduit notamment par l'établissement d'un cahier des charges produit, la rédaction d'un règlement d'usage et la mise en place d'un audit chez les entreprises désireuses d'entrer dans la démarche.

Les premières opérations commerciales ont commencé en septembre 2009 avec Leclerc. Les autres distributeurs du département (Auchan, Carrefour, autres magasins Leclerc) intéressés par la démarche de Saveurs du Périgord ont sollicité la chambre d'agriculture pour en bénéficier / en faire partie.

La marque a été déposée auprès de l'INPI (institut national de la propriété industrielle) en



#### Univers de la marque

« La marque Saveurs du Périgord recherche avant tout la qualité car en tant que consommateurs, nous sommes très attachés au goût de nos produits périgordins et nous restons attentifs aux labels. Cette marque apporte un univers de confiance pour des produits issus d'une agriculture locale qui garantissent le goût et procurent du plaisir dès l'acte d'achat. »

Choix du logo : choix de couleurs vives qui rompt avec les couleurs habituelles, donne une sensation de fraîcheur, de dynamisme.

### 3. La mise en relation de l'offre et de la demande

#### 3.1. La demande

= Consommateurs

Selon l'enquête sur la consommation des Français d'Ethicity, les principales préoccupations des Français sont : le bien-être de leur proche, la santé et le coût de la vie. Le **local** est au cœur des attentes et le lieu de fabrication est une information de plus en plus attendue.

(cf enquête 2012 « Les Français et la consommation responsable » d'Ethicity)

#### 3.2. L'offre locale

- **Les produits**

Une gamme variée de produits agricoles transformés ou non : fruits, légumes, conserves, épicerie, vins, viande, produits laitiers, poisson, farine.

- **Garantie de qualité et d'origine**

#### ► **Référencement et contrôles**

##### **Cahier des charges**

Les produits agroalimentaires commercialisés sous la marque Saveurs du Périgord doivent répondre à un cahier des charges spécifique. Chaque fournisseur fait l'objet d'un diagnostic lorsqu'il soumet sa candidature au comité de pilotage qui valide son référencement. Pour que sa candidature soit validée, le fournisseur doit passer un audit portant sur l'hygiène, la **qualité** et la **traçabilité**. A chaque opération commerciale et tout au long de l'année, des contrôles de traçabilité sont effectués sur les produits.

##### **Règlement d'usage**

L'usage de la marque est réservé aux fournisseurs et aux distributeurs (GMS, épiceries solidaires...) qui en font la demande et dont il a été vérifié que les produits qu'ils fournissent sont conformes aux critères du cahier des charges « produit ».

Seuls les fournisseurs ayant obtenu le référencement de leurs produits par la Chambre

Produit transformé : l'ingrédient principal caractéristique du produit doit être issu à 99% du département et la somme pondérale des ingrédients (principaux et secondaires) devra être issue au minimum à 51% du département.

#### SIGO :

- avec dénomination Périgord  
produit animal : provenance matières premières et localisation de l'outil de production et/ou de transformation → origine = aire géographique du SIGO (exemple foie gras du Périgord)  
produit végétal : exclusivité sur les SIGO Périgord = aire Dordogne (exemple : Fraise du Périgord).
- sans dénomination Périgord → origine = aire géographique Dordogne

#### Articulation SIGO et hors SIGO :

L'**exclusivité** est donnée **aux produits sous SIGO** dont la dénomination « **Périgord** » est affichée.

L'entente avec les organismes de défense et de gestion des SIGO n'est pas toujours facile car leurs objectifs sont souvent divergents.

- **Les entreprises adhérentes**

Plus de 55 fournisseurs : agriculteurs, artisans, coopératives, industriels

Une grande variabilité dans les entreprises : va de l'agriculteur, exploitant individuel, à l'entreprise de plus de 250 salariés.

#### **Concurrence entre entreprises adhérentes :**

La question s'est posée de savoir s'il fallait accepter une entreprise produisant un certain type de produit, s'il en existait déjà une adhérente de la marque. La marque est ouverte à toutes les entreprises à partir du moment qu'ils répondent aux règles du référencement. Deux entreprises sur le même type de produits seront donc sur le même marché et donc en concurrence. Ceci est stimulant mais peut-être un levier pour les GMS pour revoir à la baisse les prix.

Le souci constant des chefs de rayon de GMS est de proposer des produits au meilleur prix pour attirer les consommateurs qui restent très sensibles aux aspects économiques.

**Objectifs** faire des opérations commerciales pour faire connaître la marque et les produits et assurer ainsi l'écoulement de produits en fonds de rayon tout au long de l'année.

### **3.3 La distribution**

La distribution passe essentiellement par la grande distribution mais également par les artisans et dans une moindre mesure par les épiceries solidaires.

GMS : 80% des produits alimentaires passent par la grande distribution. Il était important de travailler avec elle.

12 points de vente, 8 opérations commerciales par an

#### Artisans



### En grande distribution :

► **Opérations commerciales** : ponctuelles, plusieurs fois par an

Utilisation de PLV : bandeau linéaire, kakémono, stickers sur les produits

Il est important d'avoir une large gamme de produits pour être représentatif et attractif : minimum 500 produits pour « assurer » l'allée centrale d'un supermarché. Saveurs du Périgord tourne autour de 200 à 300 références ce qui est un peu juste.

La publicité sur le lieu de vente (PLV) est également primordiale car permet aux produits d'être visibles et de bien repérer la marque.

► **Fonds de rayon** : tout au long de l'année avec une PLV adéquate

Le fonds de rayon ne peut être efficace que si la marque est reconnue, c'est-à-dire qu'elle a été mise en valeur lors des opérations commerciales et que les produits ont été appréciés. Le consommateur doit avoir intégré la marque.

► **Marge commerciale** : lors des opérations commerciales les GMS font un effort sur la marge par rapport au fonds de rayon.

Plus globalement les GMS font des efforts sur le taux de marge avec les produits de proximité. Les marges en grande distribution vont de 25 à 70%. Comme leur volonté est de préserver l'économie locale les GMS margent peu sur des produits locaux comme Saveurs de Périgord (maximum 25%).

Les GMS sont intéressées par la marque Saveurs du Périgord même si elles ont toutes des marques locales de distributeur comme Alliances Locales (Leclerc) ou U Sud-Ouest (système U).

Pour les enseignes de la GD cela leur permet d'accéder à une liste de fournisseurs locaux sans démarche particulière et de ne pas avoir de responsabilité en cas de problème (exemple avec les produits sous SIGO). En cas de litige, les ODG se tournent vers Saveurs du Périgord.

## 34. Fonctionnement, rôle et intérêt de la marque

► **Gouvernance**

Bureau de la chambre d'agriculture et comité de pilotage de la marque.

Ce dernier est présidé par le Président de la chambre d'agriculture de la Dordogne et composé de :

- représentants des organismes de gestion et de défense (ODG),
- syndicats agricoles,
- Institut du goût,
- représentants des coopératives,
- représentants IAA,
- représentants producteurs fermiers,
- CG ...

Ce comité se réunit plusieurs fois par an.



### Colisations

Les distributeurs sont partie prenante dans la démarche et paient une cotisation en rapport avec leur taille économique. Un hypermarché paiera plus qu'un supermarché ou qu'un artisan.

Les fournisseurs adhérents à la marque Saveurs du Périgord doivent payer un droit d'entrée (une fois pour toute) puis participer financièrement selon le mode d'étiquetage choisi : étiquetage lors des opérations commerciales ou étiquetage à l'année. Dans les deux cas la cotisation est calculée en fonction du chiffre d'affaires mais avec des taux et des tranches différentes.

### Budget

55 000 €

recettes : 1/4 cotisations fournisseurs, 3/8 cotisations distributeurs, 3/8 soutien CA24

### Ressources humaines :

Une animatrice, salariée de la chambre d'agriculture.

### ► Bilan

#### atouts

- Garantie de qualité et de traçabilité des entreprises locales pour les enseignes de la GD (référencement). Les 3 grandes enseignes Leclerc, Auchan, et système U reconnaissent le même audit d'agrément.
- Crée un climat de confiance pour les consommateurs (proximité, qualité gustative et sanitaire).
- Communication collective sur les produits sous marque SdP (site Internet, affichage, campagnes média...) et promotion des produits au travers des opérations commerciales.
- Permet un ancrage de la marque, un développement des ventes avec un partage plus équitable de la valeur ajoutée entre producteurs et GMS.

#### contraintes

## 4. Le système d'acteurs

### 4.1 Identification des acteurs

Partie prenante	Fonctions
Agriculteurs	Production, transformation, conditionnement étiquetage, fournisseur
Artisans transformateurs	Transformation, conditionnement, étiquetage, fournisseur ou distributeur
Industriels	fournisseurs
Collectifs d'agriculteurs	Fournisseurs
Organisme de défense et de gestion * (ODG) - produits sous SICO	Décision, contrôle, certification, pression au niveau de la gouvernance
Consommateurs	consommateurs



PDG GMS	Orientation, décision
Directeur GMS	Distribution, négociation commerciale, décision commerciale
Chef de rayon GMS	Distribution, choix des produits, gestion commerciale
Consommateurs	Décision (choix du produit), acte d'achat, client, attentes fortes

\* L'Organisme de Défense et de Gestion (ODG) est l'organisation collective chargée de la défense et de la gestion d'un produit sous signe officiel d'identification et de qualité.

- Quelles catégories d'individus sont motrices dans le projet ?  
Les élus de la chambre d'agriculture 24, les PDG de GMS.
- Quelles catégories d'individus freinent le développement de la marque ? Pourquoi (quels sont leurs intérêts particuliers à agir comme ils le font ?)
  - Articulation difficile avec les ODG qui n'ont pas les mêmes valeurs et les mêmes objectifs.  
Les ODG défendent avant tout leur position et leur **différenciation** par rapport aux autres produits.  
La marque est ouverte à tous (sous réserve d'un audit positif) et œuvre avant tout pour le **développement économique des entreprises locales** (exploitations agricoles, entreprises agroalimentaires...) en négociant avec la grande distribution.
  - Difficulté : concurrence des autres marques ou autres initiatives  
Marque distributeur (la grande distribution crée des alliances locales et préempte le discours de proximité)  
Marque sur le même territoire :  
Les collectivités territoriales de Midi Pyrénées et d'Aquitaine ont développé la marque ou plutôt la bannière Sud-Ouest France qui englobe le territoire des 2 régions.  
L'articulation des 2 marques doit leur permettre d'être complémentaires.
- D'autres acteurs sont plus passifs comme les 2 autres chambres consulaires : commerce et industrie d'une part, métiers et artisanat de d'autre part.

**Bilan : quelles sont les forces et les faiblesses du système d'acteur ? Quelles sont les caractéristiques d'une organisation gagnante (types d'acteurs impliqués et modalités des partenariats) ?**

**Forces :**

Prise en main du projet par les élus de la CDA24, représentants professionnels des agriculteurs

Démarche collective des producteurs qui avaient surtout l'habitude de fonctionner individuellement.

**Faiblesses**

Tous les partenaires ne sont pas représentés en terme de gouvernance

Pas de contrat avec les GMS, travail grâce à de bonnes relations avec les PDG. Si les attentes des consommateurs changent la stratégie commerciale des GMS changera.

## 5. Fiche récapitulative

<p><b>Atouts</b></p> <p>Offre agricole diversifiée permet de proposer une large gamme de produits</p> <p>Image territoriale forte : notoriété Périgord</p> <p>Les produits sous SIQO tirent la marque vers le haut</p> <p>SIQO respecté : ont l'exclusivité sur un produit donné</p> <p>Répond aux attentes des consommateurs : origine locale des produits et traçabilité</p> <p>Logo = signe de reconnaissance pour le consommateur</p> <p>Audit de référencement reconnu par les enseignes de la GD (dans le département)</p> <p>Procédure d'adhésion, contrôles : donnent une garantie aux GMS, aux consommateurs...</p>	<p><b>Contraintes</b></p> <p>Difficile de travailler avec les chefs de rayon de GMS dont les objectifs sont divergents (chiffre d'affaire primordial)</p> <p>Coûteux en temps et en énergie</p> <p>Difficile de s'articuler avec les ODG (défendent les SIQO avant tout)</p> <p>Coût des contrôles</p>
<p><b>Forces</b></p> <p>Bon relationnel avec les PDG des principales GMS du département – instauration d'un lien</p> <p>La marque permet à de petites entreprises de rentrer dans les GMS (avec des marges correctes)</p> <p>Partage de la valeur ajoutée avec les producteurs</p> <p>Cotisations versées par les producteurs mais aussi les distributeurs</p> <p>Création de lien social entre des groupes (agriculteurs, GMS, artisans...) qui ne se côtoyaient pas ou peu</p> <p>Regroupement de producteurs plutôt enclin à l'individualisme (pratique de vente directe)</p> <p>Développement économique des entreprises</p>	<p><b>Faiblesses</b></p> <p>Difficulté à trouver des compromis avec les artisans boulangers qui veulent l'exclusivité SdP en pain</p> <p>Difficile de contrôler les artisans</p> <p>Pas de soutien financier des collectivités au niveau de la marque</p> <p>Gouvernance = bureau de la chambre d'agriculture (faiblesse ?)</p>
<p><b>Opportunités</b></p> <p>Projet de création d'une association Saveurs du Périgord</p> <p>Toujours être en avance sur les demandes des GMS</p> <p><i>Recherche de nouveaux outils marketing pour faire connaître la marque</i></p>	<p><b>Menaces</b></p> <p>Changement d'attitude des GMS vis-à-vis du « local », aujourd'hui à la mode donc porteur</p> <p>Perte de lisibilité avec les propres démarches « produits locaux » des GMS</p>

## Saveurs du Périgord

Forme : chambre d'agriculture      Initiateurs : élus professionnels chambre d'agriculture  
**Date de création** : 2009      Date de démarrage : sept. 2009  
Chiffre d'affaire : 50 000 €      Masse de vente :  
Taux de marge :  
Univers de marque : proximité, qualité, goût, confiance

**Subventionnement** : pas de subvention des collectivités territoriales

### Atouts

- Agriculture très diversifiée
- Circuits courts fermement implantés
- Produits de qualité – nombreux SIQO

### Forces

- Démarche venant des représentants professionnels agricoles
- Regroupement d'agriculteurs, valeurs communes
- Adhésion des partenaires à la démarche
- transparence des GMS par rapport aux chiffres (marges, CA)
- participation financière des GMS (cotisations) financier

### Opportunités

- Élargir la zone de distribution avec les enseignes nationales
- Création d'une association, regroupement qualité et promotion.

### Contraintes

- Articulation avec les ODG
- Coût de la politique de qualité (audits, contrôles)
- exigeant en temps et en disponibilité
- pas de soutien financier des collectivités territoriales (MO jugée commerciale)

### Faiblesses

- Ressources humaines limitées (1 personne)
- très dépendante de la stratégie commerciale des GMS

### Menaces

- La multiplication des marques qui engendre une perte de lisibilité pour les consommateurs

### Les étapes à respecter

- Tester l'intérêt des consommateurs qui achètent en GMS avec de petites opérations
- Avoir un portage politique professionnel pour faire avancer le projet
- Fédérer les agriculteurs en circuits courts
- Créer une relation de confiance avec les GMS
- Travailler son univers de marque et avoir un bon logo

### Caractéristiques de la marque

Partenariats : producteurs, artisans, industriel, CDA24, ODG, GMS

#### Dispositif organisationnel

Fédération de producteurs, de transformateurs et industriel.

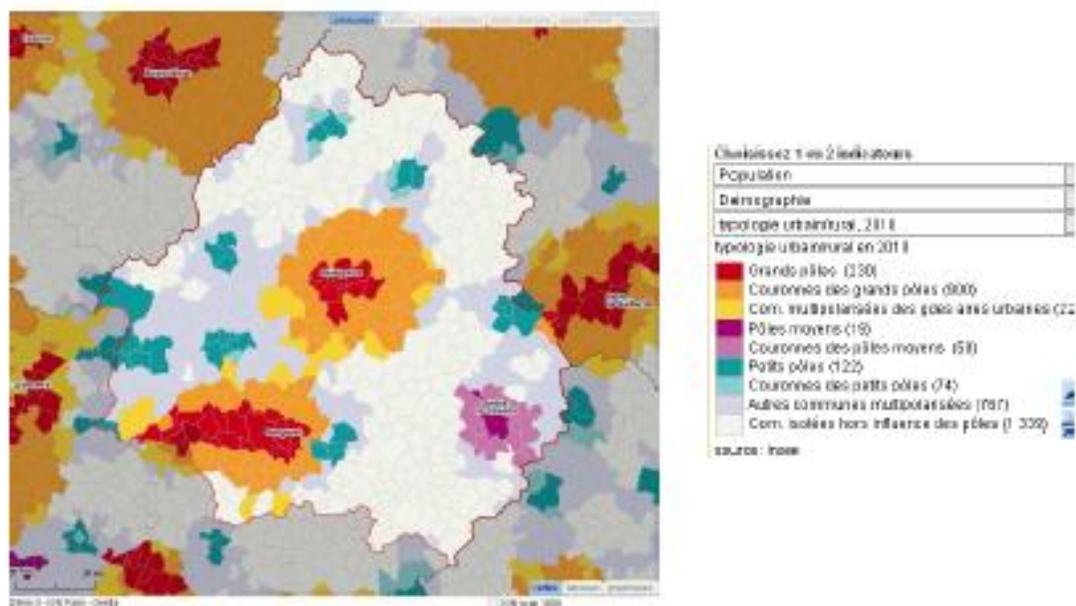
Orientations et stratégie sont fixées par un groupe informel (élus CA, représentants des entreprises adhérentes, représentants des ODG ...)

La CDA24 assure la communication (site Internet, média,...) et la promotion (PLV, préparation des

# Diagnostic de la SCIC « Mangeons 24 »

Entretien avec Aude LIQUIERE, salarié à la SCIC « Mangeons 24 » en Dordogne

## 1. Contexte du projet



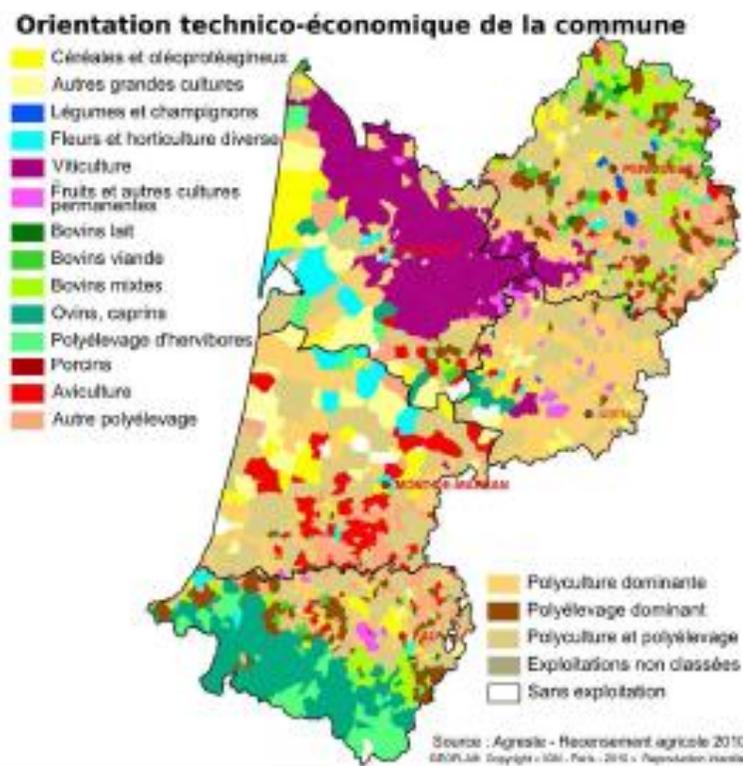
- Un grand département rural : une superficie importante, 2 villes de taille moyenne et une densité de population faible (46 habitants par km<sup>2</sup>).
- Une population âgée : 15 personnes de plus de 60 ans pour 10 de moins de 20 ans.
- Un niveau de vie modeste : le revenu médian des ménages est inférieur à celui de la région et de la métropole. Les salaires sont en moyenne moins élevés, en raison notamment d'une économie très présente\*.
- Un département touristique : 1er département touristique d'intérieur de France (hors départements côtiers) reconnu pour son patrimoine naturel, historique et gastronomique.
- Un Conseil Général et un Conseil Régional particulièrement engagés dans le développement de l'économie de proximité.

\*Les activités présentes sont les activités mises en oeuvre localement pour la production de biens et de services visant la satisfaction des besoins de personnes présentes dans la zone, qu'elles soient résidentes ou touristes

### a. Contexte agricole

## Diversité des productions

Une agriculture diversifiée ( voir carte ci-dessous)



## Qualité des produits

De nombreux produits sous Signe Officiel de Qualité et d'Origine.

- AOC : vin de Bergerac, Noix du Périgord, Pomme du Limousin.
- IGP : Canard à foie gras du Périgord, Agneau du Périgord, Fraise du Périgord.

Mais aussi des produits en partie issus des terres du Périgord : jambon de Bayonne IGP, Pruneaux d'Agen IGP, Pineau des Charentes, Cognac AOC, Rocamadour AOC. Ces produits disposent d'une zone d'appellation et de production qui débordent sur le département de la Dordogne.

- Label Rouge : Bœuf Blond d'Aquitaine, Veau de lait sous la mère, Porc au grain du Sud-Ouest. Volailles fermières du Périgord.

### **Mode de commercialisation**

Une tradition des circuits courts mais dans une démarche individuelle (cf. Agreste Aquitaine n° 53 de Juin 2012).

Un accompagnement fort de la Chambre d'Agriculture pour développer l'agritourisme et la vente directe depuis 20 ans.

Un engagement politique tout aussi fort pour négocier et développer de nouveaux débouchés locaux porteurs en termes de volumes et de retour de valeur ajoutée.

### **b. Contexte territorial**

Département rural, pas de grande ville, un Conseil Général et un Conseil Régional particulièrement engagés dans le développement de l'économie de proximité.

Le Conseil Général gère la restauration collective dans les collèges et incite les cuisiniers à travailler des produits biologiques. Pour ce faire, il propose une subvention pour un repas par semaine.

Le département de la Dordogne est assez vaste, ne permettant pas l'approvisionnement de la RHD avec un seul dispositif de livraison. Le projet de plate-forme porte pour le moment sur **le territoire du Périgord Noir**. En effet, la Communauté des Communes du Périgord Noir est dynamique dans le domaine de la restauration. Elle désire pérenniser cette plate-forme sur son territoire au service de la RHD.

D'autres territoires sont en cours de réflexion pour monter des dispositifs de livraison pour la RHD :

- Communauté d'Agglomérations de Périgueux
- Pays Périgord Vert.

### **c. Contexte de la restauration collective**

Pays du Périgord Noir : cantines scolaires, crèches et maisons de retraite avec 1 427 000 repas/an.

Périgord Central : cantines scolaires, maisons de retraite, restaurants administratifs avec 313 275 repas/an.

Périgord Vert : cantines scolaires, restaurants avec au moins 332 000 repas/an.

Isle mange Bio : structure autonome en place ayant une zone de chalandise de 50Km autour de Montpon, fonctionnant en partenariat avec Agrobio Périgord.

Au niveau du département : 20 collèges candidats au plan départemental : 2 175 000 repas/an et 6 lycées candidats au plan régional : 581 760 repas/an.

---

## 2. Histoire du projet

La Communauté des Communes de Sarlat et la Chambre d'Agriculture ont signé une convention pour le développement de différents projets de développement durable dont l'approvisionnement de la RHD. Le montage du projet plate-forme est parti de ce partenariat fort entre ces deux partenaires.

La SCIC a été créée le 2 septembre 2011, mais l'activité commerciale a débuté le 4 avril 2010. Cette société commerciale rassemble une cinquantaine d'associés répartis en 6 collèges.

Des réunions par groupe de produits (filières) ont permis de structurer une offre de produits, de fixer les prix et d'organiser la livraison des produits.

L'activité de la plate-forme n'est pas sur un rythme de croisière. Pour le moment, elle comptabilise un Chiffre d'Affaires de 50 000 € depuis le 4 avril 2010.

Une difficulté se fait ressentir sur le partage des « valeurs communes » entre des idéologies diverses (notamment entre conventionnel et Agriculture Biologique).

Bilan : le dimensionnement de la logistique sur un territoire est essentiel. De plus, on se rend compte que le projet répond à des attentes diverses (offre et demande). Il est donc essentiel que les acteurs prennent en main cette démarche collective.

## 3. la mise en relation de l'offre et de la demande

### a. La demande

#### Une demande nouvelle et en forte progression

L'intérêt pour l'environnement et la santé conduit les citoyens à s'interroger sur sa consommation, notamment alimentaire. On observe une croissance soutenue du marché des produits biologiques. Ces tendances sont désormais confirmées et les collectivités sont à l'écoute de ces attentes sociétales profondes.

#### Les spécificités Restauration Hors Domicile

Il existe une réelle demande de légumes frais.

En terme de produit, l'intérêt se porte essentiellement sur certains morceaux de viande et certains légumes ont plus la côte que d'autres. Il convient alors de trouver les volumes adéquats et la régularité des approvisionnements côté producteurs. Les tarifs doivent être abordables pour les structures de restauration mais aussi rémunérateurs pour les agriculteurs.

Pour un producteur, approvisionner en restauration collective, nécessite de ré-organiser une grande partie de son système de production. Il lui faut donc du temps et surtout la certitude d'un partenariat pérenne.

Quels sont les types d'établissement concernés ?

#### **b. L'offre**

Environ 35 fournisseurs appartiennent à la SCIC et proposent des produits à la RHD. Tous ces fournisseurs sont du département de la Dordogne.

Des réunions sont organisées par filière de produits pour trouver un consensus sur le prix d'achat par produit. Les fournisseurs d'un même produit choisissent un prix en commun pour une durée d'un an.

L'offre de produits est diffusée aux clients potentiels via une grille de produits informatisée (valable pour l'année scolaire).

Des calendriers de productions sont élaborés en partenariat avec la plate-forme, notamment pour les légumes (répartition entre les fournisseurs des productions et des périodes).

#### **c. Le dispositif économique**

Au prix d'achat du produit, la SCIC rajoute une marge différenciée selon les produits, soit :

- 12 % pour les viandes
- 20 % pour les fruits et légumes
- 17 % pour les produits laitiers.

Pas de contrat entre les fournisseurs et la plate-forme sur les volumes et les prix. Cependant, des règles d'usages sont établies entre la plate-forme et ses clients, ou encore entre la plate-forme et ses fournisseurs.

Pour le moment, aucune réponses à des appels d'offre dans le cadre des marchés publics.

La Société loue un véhicule léger pour les petites livraisons ne nécessitant pas de faire appel à un transporteur spécialisé.

Salarié : 1.6 ETP, dont Aude LIQUIERE en tant que Commerciale et Animatrice de la plate-forme.

Location de locaux pour le stockage et préparation des commandes + bureau (entrepôt).

Subvention de 50 000 € sur 3 ans par le Conseil Général et la Région.

Viabilité du projet : prévisionnel de 600 000 € de chiffre d'affaires par an.

#### **d. Le dispositif technique de mise en relation demande/offre**

Le catalogue produits est proposé aux restaurants collectifs.

La commande est réalisée par le client.

Les fournisseurs sont sollicités par Aude LIQUIERE à tour de rôle.

Si le fournisseur répond à la demande, un Bon de Commande lui est transmis, une date de livraison des produits est fixée.

Aude LIQUIERE reçoit les commandes à la plate-forme, s'occupe de l'agrégation et ventile les produits selon les commandes.

Les produits peuvent être acheminés (accompagnés d'un Bon de Livraison) via un

## BILAN

Le taux de marge appliqué permet de proposer des produits locaux de qualité à un prix compétitif. Deux formules pour la livraison permettent de s'adapter selon la demande et d'être en contact direct avec les clients.

Difficulté pour livrer certains produits ultra-frais avec une DLC très courte.

Cette activité demande une grande polyvalence entre la partie commerciale, la logistique, ou encore l'animation de la Société Coopérative.

### 1. Le système d'acteurs

#### a. Identification des acteurs

Acteurs	Fonctions
Chambre d'Agriculture	Initiateur du projet
Agriculteurs/fournisseurs	Production, transformation, conditionnement, livraison
SCIC	Fonction commerciale, de développement, animation des producteurs, négociation des prix
Conseils Général et Régional	Appui politique et subventions
Collèges	Clients actuels
Lycées, maisons de retraites, crèches, centres de loisirs	Clients potentiels
Convives, parents d'élèves, enseignants	Acheteurs et bénéficiaires
Elus Chambre d'Agriculture	Impulsion
Cuisiniers	Clients, préparation des repas

## 2. Fiche récapitulative

<b>Forme juridique : SCIC SA</b> <b>Date de création : 22 septembre 2011</b> <b>Rythme de croisière : 2012</b> <b>Marge : viande 12 %, légumes 20%, produits laitiers 17 %, fruits 20%</b> <b>Subventions : 50 000 € sur 3 ans par le Conseil Général et la Région</b> <b>Initiateurs : Chambre d'Agriculture</b> <b>Démarrage des activités : 2010</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Atouts</b></p> Volonté des acteurs Contexte favorable à l'alimentation locale	<p style="text-align: center;"><b>Contraintes</b></p> Confrontations politiques Territoire vaste Concurrence (Isle manger bio)
<p style="text-align: center;"><b>Forces</b></p> Acteurs Diversité des terroirs (filières) La structuration des filières existante	<p style="text-align: center;"><b>Faiblesses</b></p> Manque d'un partenariat avec une entreprise logistique locale Peu de fruits et légumes
<p style="text-align: center;"><b>Opportunités</b></p> Appui à une agriculture locale Dynamisme du monde agricole	<p style="text-align: center;"><b>Menaces</b></p> Situation financière des collectivités Instabilité politique des collectivités Stabilité économique de la SCIC Fin des subventions aux collègues

### **Les étapes à respecter**

Bon groupe de fournisseurs (motivation et dynamisme).  
Trouver de bons partenariats pour monter le projet.  
Communication et concertation indispensables.

### **Les caractéristiques d'une plate-forme qui fonctionne**

#### **Partenariats**

A l'échelle du département.  
Personnes conciliantes et qui savent faire des compromis (intérêt général).

Annexe n°3 : La notation des indicateurs, des thèmes et des piliers

Le pilier économie

<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% =7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20% =4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40%= 2; entre 40 et 50%= 1; supérieur à 50%=0		
		Diversité des circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents : SI >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 =0		
			Pourcentage de clients réguliers Si > 30% = +2		
	<b>Pérennité du système</b>	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = +7 ; si stagnation = +3; si diminution = 0		
		Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0 ; si =0 =3; si >0 =7		
			Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = +5; Non= 0		
	<b>Efficacité économique</b>	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = +7; Non =0		
	<b>ORGANISATION</b>				

<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Participation au dynamisme du territoire</b>	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire  Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50= 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 =0
		Communication et accompagnement clients/fournisseurs	Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = +1 ; oui fournisseur =+1; aucun=0
			Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = +1 ; oui fournisseur =+1; aucun=0
			Existe-t-il un catalogue produits : Oui = +2 non = 0
			Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = +2 non = 0
			Y-a-t-il Prospection des fournisseurs : Oui = +2 non = 0
			Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = +2 non = 0
			Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = +2 non = 0
		Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts
		<b>Logique territoriale de production</b>	Limitation des couts des transports
Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90%= 5; entre 70 et 80%= 4; entre 60 et 70%= 3; entre 50 et 60%=2 inférieur à 50 =0		
<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>			

<b>TERRITOIRE VERS ORGANISTI ON</b>	<b>Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au</b>	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non =0 Si oui dépend-t-elle du résultat : Si oui = +1
			Part des aides territoriales dans la budget de l'organisation : Supérieur à 50%= 2; entre 10 et 50% = 1 ; inférieur à 10% =0
		Pérennité des aides	Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui= +2; non = 0
	<b>Existence d'un réseau local</b>	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non =0
			Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non =1
			Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non =2
			Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non =2
		Importance du réseau	Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement >2 = 2; si compris entre 1 et 2 = 1; si <1=0
	statut juridique	Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non =2	
	<b>Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des organisations</b>	Attractivité du territoire	Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation : oui = 2 non =2
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>			

## Le pilier environnemental

<b>ORGANISATION</b>	<b>Utilisation des ressources naturelles ( RN) et de la biodiversité ( BIODIV)</b>	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui (2pts) / non (0pt)
			Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui (2pts) / non (0pt)
			Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui (2pts) / non (0pt)
		Présence d'une charte lia	Existence d'une charte : oui (4pts) / non (0pt)
	<b>Altération des ressources naturelles ( RN) et de la biodiversité ( BIODIV)</b>	Rejet de polluants	Part des produits en HVE, agriculture raisonnée et Bio : <30% = 0pt ; 30-60 = 1pt ; >60% = 2pts
		Consommation des produits	% de produits de saison commercialisés : <70 = -1pt ; 70-80 = 1pt ; 80-90 = 2 pts ; 90-100 = 3pts
		Réduction des déchets et valorisation	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui (1pt) /non (0pt)
			Tri selectif à l'échelle de la plateforme : oui (2pt) /non (0pt)
			Utilisation de produits certifiés durables (labels ( ex FSC, PEFC) oui (2pt) /non (0pt)
		Utilisation d'énergie renou	Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA) : oui (2pt) /non (0pt)
<b>ORGANISATION</b>			

<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire</b>	Implication dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail des CT ? oui(2pts) / non(0pt)
		Communication environnementale	L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication
		Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui(2pts) / non(0pt)
			Respect des zones protégées : oui(2pts) / non(0pt)
	<b>cadre de vie</b>	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonores: Présence : oui(2pts) / non(0pt)
			Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui(2pts) / non(0pt)
		Maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus : oui(2pts) / non(0pt)
			absence de déchets visuels : oui(2pts) / non(0pt)
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>		

<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Préservation de la biodiversité, RN</b>	Implication CT dans la réduction des prélevements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiversité) : oui (1pt) / non (0pt)
			Les CT aident-elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiversité) : oui (1pt) / non (0pt)
			Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui (1pt) / non (0pt)
		Implication autres acteurs dans la réduction des prélèvements en RN	Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiversité) : oui (1pt) / non (0pt)
			Les autres acteurs aident-ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiversité) : oui (1pt) / non (0pt)
		Soutien des produits respectueux de l'environnement	Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio, de saison, locaux : oui (1pt) / non (0pt)
	Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux : oui (1pt) / non (0pt)		
	<b>Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation</b>	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département : oui (1pt) / non (0pt)
			Les CT sont-elles parties prenantes des décisions pour l'environnement : oui (1pt) / non (0pt)
			Invitations de l'organisation aux réunions de travail : oui (1pt) / non (0pt)
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>			

## Le pilier social

<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière) Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points
			Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts
			Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts
		Création/maintien /disparition d'emplois	Emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts
			Nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)
	<b>Conditions de travail</b>	Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5
		Intensité / Pénibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5
	<b>Mode d'organisation</b>	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0
	<b>ORGANISATION</b>		

<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Activité agricole sur le territoire</b>	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales, Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts ; si > 0 3 pts ; si = 0 5 pts
			Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts
		Agriculteurs partenaires de l'organisation	Augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon
	<b>Communicatio n/ information</b>	Organisation/partici pation de manifestations culturelles	oui 10 / non 0
	<b>Accessibilité</b>	Forme de Disitribution	Pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0
	Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	
<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>			

<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Synergies locales</b>	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'évènements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 5
	<b>Accompagnement par les institutions</b>	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 5 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous
		Implication des acteurs publics du territoire au sein de l'organisation	Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui /non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 5 pts
		Soutien par les acteurs publics (compétence, propositions de formation, infrastructure, équipement)	Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publics : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>			

## Annexe n° 4 : Les résultats structures par structures

Valeur des indicateurs de durabilité territoriale Auvergne Bio Distribution									
PILIER	Composante	Thèmes	Indicateurs	Modes de calcul	Valeur de l'indicateur (obtenu à partir du questionnaire)	Note Obtenue	Note Prise en compte	Maximum possible	
PILIER ENVIRONNEMENTAL	ORGANISATION	Utilisation des ressources naturelles ( RN) et de la biodiversité ( BIODIV)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	non	0	0	15	
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	non				
				Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui = 5pts ; non = 0pt	non				
				Présence d'une charte liant l'organisation	non				
					Sous-total :		0	0	5
					Sous-total :		0	0	20
			Altération des ressources naturelles ( RN) et de la biodiversité ( BIODIV)	Rejet de polluants	Part des produits en Bio (CA) : <30% = 0 ; 30-60 = 2 ; >60% = 4	100	4	4	4
		Consommation des produits de saisons		% de produits de saison commercialisés (CA) : <70 =1pt ; 70-80 = 2pt ; 80-90 = 4 pts ; 90-100 = 6pts		-1	-1	6	
		Réduction des déchets et valorisation		Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	6	6	10	
				Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt	oui				
			Utilisation de produits certifiés durables (labels ex : FSC, PEFC) : oui = 4pts ; non = 0pt	non					
			Utilisation d'énergie renouvelable	Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA) : oui = 2pts ; non = 0pt	non	0	0	2	
						Sous-total :		9	20
				ORGANISATION		SOUS-TOTAL :		9	40
		ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire	Implication dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail des CT ? oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	4
				Communication environnementale	L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication (marquer le nombre de tps)	4	4	4	14
				Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui = 4pts ; non = 0pt		0	0	8
				Respect des zones protégées : oui = 4pts ; non = 0pt		Sous-total :		4	26
			cadre de vie	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonore: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8
					Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non			
		Maintien ou amélioration du paysage		espaces verts entretenus : oui = 4pts ; non = 0pt	oui	8	8	8	
				absence de déchets visuels : oui = 4pts ; non = 0pt	oui				
				ORGANISATION VERS TERRITOIRE		Sous-total :		8	16
				SOUS-TOTAL :		12		40	
		TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	Implication CT dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt		2	2	6
					Les CT aident -elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt				
				Implication autres acteurs dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui			
				Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	4	
			Soutien des produits respectueux de l'environnement	Les autres acteurs aident -ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	4	
			Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui					
			Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	Sous-total :		4	14	
		Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département : oui = 2pts ; Les CT sont-elles parties prenantes des décisions pour l'environnement : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	6	
			Invitations de l'organisation aux réunions de travail : oui = 2pts ; non = 0pt	non					
			TERRITOIRE VERS ORGANISATION		Sous-total :		2	9	
			SOUS-TOTAL :		6		20		
			PILIER ENVIRONNEMENTAL		TOTAL :		27	100	

<b>PILIER SOCIAL</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière)	1	8	8	15	
				Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points	100				
			Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts						
		Création/maintien/disparition d'emplois	Groupes socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts						
			emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)	2,8					
				5	10	10	10		
						<b>Sous-total :</b>		<b>18</b>	<b>25</b>
		<b>Conditions de travail</b>	Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5	5	5	5	5	
			Intensité/Penibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5	3	3	3	5	
						<b>Sous-total :</b>		<b>8</b>	<b>10</b>
	<b>Mode d'organisation</b>	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0	oui	5	5	5		
						<b>Sous-total :</b>		<b>5</b>	<b>5</b>
	<b>ORGANISATION</b>						<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>31</b>	<b>40</b>
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Activité agricole sur le territoire</b>	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales, Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts, si > 0 3 pts, si = 0 5 pts		3	3	10	
				Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts					
		Agriculteurs partenaires de l'organisation	augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon	5	0	0	5		
						<b>Sous-total :</b>		<b>3</b>	<b>15</b>
		<b>Communication/ information</b>	Organisation/participation de	oui 10 / non 0	non	0	0	10	
							<b>Sous-total :</b>		<b>0</b>
		<b>Accessibilité</b>	Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0	100	15	15	15	
			Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	non	0	0	5	
						<b>Sous-total :</b>		<b>15</b>	<b>20</b>
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>						<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>18</b>
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Synergies locales</b>	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 4	30	4	4	4	
							<b>Sous-total :</b>		<b>4</b>
<b>Accompagnement par les institutions</b>		Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 4 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous	2	4	4	4		
		Implication des acteurs publics du territoire au sein l'organisation	Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui /non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 4 pts	oui	4		4		
		Soutien compétence, propositions de formation	Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publiques : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus		0	0	4		
				<b>Sous-total :</b>		<b>4</b>	<b>12</b>		
<b>Attractivité et utilisation du territoire</b>		Proximité organisée ? Géographique ? Potentiel territorial (milieu naturel,	faible/moyenne/forte	moyenne	2	2	4		
				<b>Sous-total :</b>		<b>2</b>	<b>4</b>		
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	
<b>PILIER SOCIAL</b>						<b>TOTAL :</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	

<b>PILIER ECONOMIQUE</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% =7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20%=4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40%= 2; entre 40 et 50%= 1; supérieur à 50%=0	0	7	7	7	
			Diversité des circuit de distribution	Nombre de clients différents : Si >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 =0 Pourcentage de clients réguliers Si > 30% = 2pts	200 31	7	7	7	
						<b>Sous-total :</b>		<b>14</b>	<b>14</b>
		<b>Pérennité du système</b>	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = 7 ; si stagnation = 3; si diminution = 0	augmentation	7	7	7	
			Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0pt ; si =0 =3pts; si >0 =7pts Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = 5; Non= 0	>0	7	7	12	
						<b>Sous-total :</b>		<b>14</b>	<b>19</b>
						<b>Sous-total :</b>		<b>7</b>	<b>7</b>
					<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>35</b>	<b>40</b>	
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Participation au dynamisme du territoire</b>	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 =1; inférieur à 1 =0 Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50= 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 =0	35	2	2	11	
			Communication et accompagnement clients/fournisseurs	Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0	fournisseurs et clients				
				Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0	aucun				
				Existe-t-il un catalogue produits : Oui = 2 non = 0	oui	6	6		
		Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = 2 non = 0	non						
		Y-a-t-il Prospection des fournisseurs : Oui = 2 non = 0	non						
		Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = 2 non = 0	oui			14			
		Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = 2 non = 0	oui						
		Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 =1; inférieur à 1 =0		0	0	5		
						<b>Sous-total :</b>		<b>8</b>	<b>30</b>
	<b>Logique territoriale de production</b>	Limitation des couts des transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires : Supérieur ou égale à 20% =0; entre 15 et 20% = 1; entre 10 et 15%=2; entre 5 et 10%=3; inférieur ou égale à 5% = 5	4,5	5	5	5		
		Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90% = 5; entre 70 et 80% = 4; entre 60 et 70% = 3; entre 50 et 60%=2 inférieur à 50 =0		0	0	6		
					<b>Sous-total :</b>		<b>5</b>	<b>11</b>	
					<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>13</b>	<b>40</b>	
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations</b>	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non =0 Si oui dépend-elle du résultat : Si oui = 1	non				
			Pérennité des aides	Part des aides territoriales dans la budget de l'organisation : Supérieur à 50%= 2; entre 10 et 50% = 1 ; inférieur à 10% =0	0	0	0	4	
				Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui= 2 ; non = 0		0	0	2	
						<b>Sous-total :</b>		<b>0</b>	<b>6</b>
		<b>Existence d'un réseau local</b>	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non =0	oui				
Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non = 0				oui	6	6			
Importance du réseau			Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non = 0	oui					
			Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non = 0	non			8		
statut juridique		Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement >2 = 2; si compris entre 1 et 2 = 1; si <1=0	>2	2	2	2			
		Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non =0	oui	2	2	2			
				<b>Sous-total :</b>		<b>10</b>	<b>12</b>		
				<b>Sous-total :</b>		<b>0</b>	<b>2</b>		
				<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>10</b>	<b>20</b>		
				<b>TOTAL :</b>		<b>48</b>	<b>100</b>		

Valeur des indicateurs de durabilité territoriale de Self Bio Centre										
PILIER	Composante	Thèmes	Indicateurs	Modes de calcul	Valeur de l'indicateur (obtenu à partir du questionnaire)	Note Obtenue	Note Prise en compte	Maximum possible		
PILIER ENVIRONNEMENTAL	ORGANISATION	Utilisation des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui	15	15	15		
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui					
				Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui					
				Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs	Existence d'une charte : oui = 5pts ; non = 0pt				oui	5
		<b>Sous-total :</b>						<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
		Altération des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Rejet de polluants	Part des produits en Bio (CA) : <30% = 0 ; 30-60 = 2 ; >60% = 4	60	2	2	4		
			Consommation des produits de saisons	% de produits de saison commercialisés (CA) : <70 = 1pt ; 70-80 = 2pt ; 80-90 = 4 pts ; 90-100 = 6pts	75	2	2	6		
			Réduction des déchets et valorisation	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt	non	4	4	10		
				Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt	oui					
			Utilisation d'énergie renouvelable	Utilisation de produits certifiés durables (labels ex : FSC, PEFC) : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	2		
	<b>Sous-total :</b>						<b>8</b>	<b>20</b>	<b>40</b>	
	<b>ORGANISATION</b>						<b>28</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire	Implication dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail des CT ? oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	4		
				Communication environnementale	L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication (marquer le nombre de types)	0	0	14		
			Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
				Respect des zones protégées : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
		<b>Sous-total :</b>						<b>0</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
		cadre de vie	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonore: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
				Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
			Maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus : oui = 4pts ; non = 0pt	non	4	4	8		
				absence de déchets visuels : oui = 4pts ; non = 0pt	oui	4	4	8		
		<b>Sous-total :</b>						<b>4</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>						<b>4</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	
	TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	Implication CT dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	6		
				Les CT aident-elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non					
				Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui					
			Implication autres acteurs dans la réduction des prélèvements en RN	Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	4		
		Les autres acteurs aident-ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt		non						
Soutien des produits respectueux de l'environnement		Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	4				
	Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui								
<b>Sous-total :</b>						<b>4</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		
Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département : oui = 2pts ; non = 0pt	non	2	2	6				
		Les CT sont-elles parties prenante des décisions pour l'environnement : oui = 2pts ; non = 0pt	oui							
		Invitations de l'organisation aux réunions de travail : oui = 2pts ; non = 0pt	non							
<b>Sous-total :</b>						<b>2</b>	<b>9</b>	<b>9</b>		
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						<b>6</b>	<b>20</b>	<b>20</b>		
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>						<b>38</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		

<b>PILIER SOCIAL</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière)	0	8	8	15				
				Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points								
				Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts	100							
				Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts	3							
		Création/maintien/disparition d'emplois	emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts	-2	1	1	10					
			nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)	1								
		Sous-total :								9	25	
		Conditions de travail	Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5	5	5	5	5				
			Intensité/Pénibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5	5	5	5	5				
		Sous-total :								10	10	
	Mode d'organisation	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0	oui	5	5	5					
				Sous-total :								5
	<b>ORGANISATION</b>								<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>24</b>	<b>40</b>
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	Activité agricole sur le territoire	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales, Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts, si > 0 3 pts, si = 0 5 pts	0,0008	3	3	10				
				Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts								
			Agriculteurs partenaires de l'organisation	augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon	augmentation	5	5	5				
		Sous-total :								8	15	
		Communication/ information	Organisation/participation de manifestations culturelles	oui / non 0	oui	10	10	10				
					Sous-total :							
		Accessibilité	Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0	100	15	15	15				
					Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	non	0	0	5		
		Sous-total :								15	20	
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>								<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>33</b>
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	Synergies locales	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 4	0	0	0	4				
					Sous-total :							
		Accompagnement par les institutions	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 4 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous	1	4	4	4				
Implication des acteurs publics du territoire au sein l'organisation					Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui /non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 4 pts	1	2	4				
Soutien compétence, propositions de formation					Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publics : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus	1	1	4				
Sous-total :								5	12			
Attractivité et utilisation du territoire	Proximité organisée ? Géographique ? Potentiel territorial (milieu naturel, culture)	faible/moyenne/forte		0	0	4						
			Sous-total :								0	4
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>								<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>5</b>	<b>20</b>	
<b>PILIER SOCIAL</b>								<b>TOTAL :</b>		<b>62</b>	<b>100</b>	

ORGANISATION	Indépendance	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% = 7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20% = 4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40% = 2; entre 40 et 50% = 1; supérieur à 50% = 0	0	7	7	7			
		Diversité des circuits de distribution	Nombre de circuits de distributions différents : SI >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 = 0 Pourcentage de clients réguliers SI > 30% = 2pts	33	2	2	7			
					Sous-total :		9	14		
	Pérennité du système	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = 7 ; si stagnation = 3; si diminution = 0	augmentation	7	7	7			
		Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0pts ; si = 0 = 3pts; si > 0 = 7pts Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = 5; Non = 0	-152000 non	0	0	12			
						Sous-total :		7	19	
	Efficacité économique	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = 7; Non = 0	oui	7	7	7			
					Sous-total :		7	7		
	ORGANISATION					SOUS-TOTAL :		23	40	
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Participation au dynamisme du territoire	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire : Si >= 20% = 5; entre 15 et 20 = 4; entre 10 et 15 = 3; entre 5 et 10 = 2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 = 0 Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50 = 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 = 0	35	2	2	11		
Communication et accompagnement clients/fournisseurs			Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun = 0	non	6	6	14			
			Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun = 0							
			Existe-t-il un catalogue produits : Oui = 2 non = 0	oui						
Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = 2 non = 0		oui								
Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = 2 non = 0		non								
Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = 2 non = 0		non								
Poids de l'organisation		Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts : Si >= 20% = 5; entre 15 et 20 = 4; entre 10 et 15 = 3; entre 5 et 10 = 2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 = 0		0	0	5				
				Sous-total :		8	30			
Logique territoriale de production		Limitation des coûts des transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires : Supérieur ou égale à 20% = 0; entre 15 et 20% = 1; entre 10 et 15% = 2; entre 5 et 10% = 3; inférieur ou égale à 5% = 5	20	0	0	5			
	Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90% = 5; entre 70 et 80% = 4; entre 60 et 70% = 3; entre 50 et 60% = 2 inférieur à 50 = 0	50	0	0	6				
				Sous-total :		0	11			
ORGANISATION VERS TERRITOIRE					SOUS-TOTAL :		8	40		
TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non = 0 SI oui dépend-elle du résultat : SI oui = 1	non non	0	0	4			
		Pérennité des aides	Part des aides territoriales dans le budget de l'organisation : Supérieur à 50% = 2; entre 10 et 50% = 1; inférieur à 10% = 0 Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui = 2; non = 0	non				0	0	2
								Sous-total :		0
	Existence d'un réseau local	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non = 0	non	6	6	8			
			Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non = 0	oui						
			Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non = 0	oui						
		Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non = 0	oui							
	Importance du réseau	Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement > 2 = 2; si compris entre 1 et 2 = 1; si < 1 = 0	1	0	0	2				
	statut juridique	Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non = 0	non	0	0	2				
					Sous-total :		6	12		
Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des organisations	Attractivité du territoire	Est-ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation : oui = 2 non = 0	non	0	0	2				
				Sous-total :		0	2			
TERRITOIRE VERS ORGANISATION					SOUS-TOTAL :		6	20		
PILIER ECONOMIQUE					TOTAL :		31	100		

Valeur des indicateurs de durabilité territoriale de Terroirs Ariège Pyrénées										
PILIER	Composante	Thèmes	Indicateurs	Modes de calcul	Valeur de l'indicateur (obtenu à partir du questionnaire)	Note Obtenue	Note Prise en compte	Maximum possible		
PILIER ENVIRONNEMENTAL	ORGANISATION	Utilisation des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui	15	15	15		
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui					
				Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui					
				Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs	Existence d'une charte : oui = 5pts ; non = 0pt				non	0
		<b>Sous-total :</b>						<b>15</b>	<b>20</b>	
		Altération des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Rejet de polluants	Part des produits en Bio (CA) : <30% = 0 ; 30-60 = 2 ; >60% = 4	60	2	2	4		
			Consommation des produits de saisons	% de produits de saison commercialisés (CA) : <70 = 1pt ; 70-80 = 2pt ; 80-90 = 4 pts ; 90-100 = 6pts	100	6	6	6		
			Réduction des déchets et valorisation	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	6	6	10		
				Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt	oui					
			Utilisation d'énergie renouvelable	Utilisation de produits certifiés durables (labels ex : FSC, PEFC) : oui = 4pts ; non = 0pt	non	4	2	2		
	<b>Sous-total :</b>						<b>16</b>	<b>20</b>		
	<b>ORGANISATION</b>						<b>31</b>	<b>40</b>		
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire	Communication environnementale	Participation aux réunions de travail des CT ? oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	4		
				L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication (marquer le nombre de types)	2	2	14			
				Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8	
		cadre de vie	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonore: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
				Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non					
			Maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus : oui = 4pts ; non = 0pt	oui	8	8	8		
				absence de déchets visuels : oui = 4pts ; non = 0pt	oui					
		<b>Sous-total :</b>						<b>8</b>	<b>16</b>	
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>						<b>10</b>	<b>40</b>	
		TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	Implication CT dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non	0	0	6	
	Les CT aident-elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt				non					
	Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui = 2pts ; non = 0pt				non					
	Soutien des produits respectueux de l'environnement		Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	4			
			Les autres acteurs aident-ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non						
	<b>Sous-total :</b>						<b>2</b>	<b>14</b>		
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						<b>4</b>	<b>20</b>			
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>						<b>45</b>	<b>100</b>			

<b>PILIER SOCIAL</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière) Si 0 point, Si un élément: 3 points, si >= 2: 5 points	0	7	7	15	
				Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts	100				
				Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts	2				
			Création/maintien/disparition d'emplois	emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)	1	3	3	10	
				<b>Sous-total :</b>		10	25		
		<b>Conditions de travail</b>	Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5	4	4	4	5	
			Intensité/Pénibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5	3	3	3	5	
				<b>Sous-total :</b>		7	10		
		<b>Mode d'organisation</b>	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0	oui	5	5	5	
					<b>Sous-total :</b>		5	5	
	<b>ORGANISATION</b>								
	<b>SOUS-TOTAL :</b>								
	<b>22 40</b>								
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Activité agricole sur le territoire</b>	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales, Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts, si > 0 3 pts, si = 0 5 pts	Nombre agricoleur du territoire à déterminer	10	10	10	
				Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts					
			Agriculteurs partenaires de l'organisation	augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon	stable	3	3	5	
				<b>Sous-total :</b>		13	15		
		<b>Communication/ information</b>	Organisation/participation de manifestations culturelles	oui 10 / non 0	oui	10	10	10	
					<b>Sous-total :</b>		10	10	
		<b>Accessibilité</b>	Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0	100	15	15	15	
					Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	non	0	0
				<b>Sous-total :</b>		15	20		
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>							
<b>SOUS-TOTAL :</b>									
<b>38 40</b>									
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Synergies locales</b>	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 4	6	4	4	4		
				<b>Sous-total :</b>		4	4		
	<b>Accompagnement par les institutions</b>	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 4 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous	Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui / non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 4 pts	2	4	4	4	
					Soutien compétence, propositions de formation	Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publiques : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus	0	0	4
							<b>Sous-total :</b>		0
	<b>Attractivité et utilisation du territoire</b>	Proximité organisée ? Géographique ? Potentiel territorial (milieu naturel, culture)	faible/moyenne/forte	faible	0	0	4		
<b>Sous-total :</b>				0	4				
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>									
<b>SOUS-TOTAL :</b>									
<b>4 20</b>									
<b>PILIER SOCIAL</b>									
<b>TOTAL :</b>									
<b>64 100</b>									

<b>PIILIER ECONOMIQUE</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% =7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20% =4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40% = 2; entre 40 et 50% = 1; supérieur à 50%=0		7	7	7	
			Diversité des circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents : Si >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 = 0		1		7	
				Pourcentage de clients réguliers Si > 30% = 2pts	100	2		7	
					<b>Sous-total :</b>		<b>9</b>	<b>14</b>	
		<b>Pérennité du système</b>	Evolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = 7 ; si stagnation = 3; si diminution = 0		0	0	7	
			Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0pt ; si = 0 = 3pts; si > 0 = 7pts	PAS DE BILAN	7	7	12	
			Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = 5; Non= 0	PAS DE BILAN					
				<b>Sous-total :</b>		<b>7</b>	<b>19</b>		
	<b>Efficacité économique</b>	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = 7; Non = 0	oui	7	7	7		
					<b>Sous-total :</b>		<b>7</b>	<b>7</b>	
	<b>ORGANISATION</b>								
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>								
		<b>Participation au dynamisme du territoire</b>	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 =0	60	6	6	11	
				Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50 = 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 = 0					
			Communication et accompagnement clients/fournisseurs	Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0	non				
				Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0	2				
		Existe-t-il un catalogue produits : Oui = 2 non = 0		oui	10	10			
		Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = 2 non = 0		oui					
			Y-a-t-il Prospection des fournisseurs : Oui = 2 non = 0	oui					
			Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = 2 non = 0	oui				14	
			Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = 2 non = 0	oui					
		Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 =0		0	0	0	5	
				<b>Sous-total :</b>		<b>16</b>	<b>30</b>		
	<b>Logique territoriale de production</b>	Limitation des couts des transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires : Supérieur ou égale à 20% =0; entre 15 et 20% = 1; entre 10 et 15%=2; entre 5 et 10%=3; inférieur ou égale à 5%= 5	9	3	3	5		
		Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90%= 5; entre 70 et 80%=4; entre 60 et 70%= 3; entre 50 et 60%=2 inférieur à 50 =0	90	5	5	6		
				<b>Sous-total :</b>		<b>8</b>	<b>11</b>		
				<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>24</b>	<b>40</b>		
<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>									
	<b>Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations</b>	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non = 0	oui					
			Si oui dépend-elle du résultat : Si oui = 1	non					
			Part des aides territoriales dans le budget de l'organisation : Supérieur à 50% = 2; entre 10 et 50% = 1; inférieur à 10% = 0		0	2	2	4	
		Pérennité des aides	Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui = 2 ; non = 0	0	0	0	2		
				<b>Sous-total :</b>		<b>2</b>	<b>6</b>		
	<b>Existence d'un réseau local</b>	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non = 0	non					
			Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non = 0	non					
			Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non = 0	non				2	
			Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non = 0	oui				8	
		Importance du réseau	Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement >2 = 2; si compris entre 1 et 2 = 1; si <1 = 0	1	0	0	0	2	
statut juridique	Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non = 0	oui	2	2	2	2			
			<b>Sous-total :</b>		<b>4</b>	<b>12</b>			
<b>Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des entreprises</b>	Attractivité du territoire	Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation : oui = 2 non = 0	non	0	0	2			
				<b>Sous-total :</b>		<b>0</b>	<b>2</b>		
			<b>SOUS-TOTAL :</b>		<b>6</b>	<b>20</b>			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>									
<b>PIILIER ECONOMIQUE</b>									
						<b>TOTAL :</b>	<b>100</b>		

Valeur des indicateurs de durabilité territoriale de Mangeons 24										
PILIER	Composante	Thèmes	Indicateurs	Modes de calcul	Valeur de l'indicateur (obtenue à partir du questionnaire)	Note Obtenue	Note Prise en compte	Maximum possible		
PILIER ENVIRONNEMENTAL	ORGANISATION	Utilisation des ressources naturelles ( RN ) et de la biodiversité ( BIODIV )	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui	10	10	15		
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	non					
			Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui						
			Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs	oui	5				5	5
		<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>15</b>	<b>20</b>	
		Altération des ressources naturelles ( RN ) et de la biodiversité ( BIODIV )	Rejet de polluants	Part des produits en Bio (CA) : <30% = 0 ; 30-60 = 2 ; >60% = 4	49	2	2	4		
			Consommation des produits de saisons	% de produits de saison commercialisés (CA) : <70 = -1pt ; 70-80 = 2pt ; 80-90 = 4 pts ; 90-100 = 6pts	100	6	6	6		
			Réduction des déchets et valorisation	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	6	6	10		
				Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt	oui					
			Utilisation d'énergie renouvelable	Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA) : oui = 2pts ; non = 0pt	non	0	0	2		
	<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>14</b>	<b>20</b>		
	<b>ORGANISATION</b>									
	<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>29</b>	<b>40</b>		
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire	Implication dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail des CT ? oui = 4pts ; non = 0pt	oui	4	4	4		
				L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication (marquer le nombre de tps)	4	4	14			
			Respect des ressources du territoire	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui = 4pts ; non = 0pt	oui	8	8	8		
		Respect des zones protégées : oui = 4pts ; non = 0pt	oui							
		<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>16</b>	<b>26</b>	
		cadre de vie	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonore: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non	0	0	8		
				Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	non					
			Maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus : oui = 4pts ; non = 0pt	non	4	4	8		
		absence de déchets visuels : oui = 4pts ; non = 0pt	oui							
		<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>4</b>	<b>16</b>	
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>									
	<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>20</b>	<b>40</b>		
	TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	Implication CT dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	6		
				Les CT aident -elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non					
			Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui						
		Implication autres acteurs dans la réduction des prélèvements en RN	Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	4			
			Les autres acteurs aident -ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non						
Soutien des produits respectueux de l'environnement		Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	4				
		Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt	oui							
<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>4</b>	<b>14</b>			
Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département : oui = 2pts ;	oui	4	4	6				
		Les CT sont-elles parties prenantes des décisions pour l'environnement : oui = 2pts ; non = 0pt	non							
		Invitations de l'organisation aux réunions de travail : oui = 2pts ; non = 0pt	oui							
<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>4</b>	<b>9</b>			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>										
<b>SOUS-TOTAL :</b>						<b>8</b>	<b>20</b>			
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>										
<b>TOTAL :</b>						<b>57</b>	<b>100</b>			

<b>PILIER SOCIAL</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Emploi</b>	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière) Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points	1	8	8	15	
				Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts	100				
				Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts					
				emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)	2 0				
		<b>Conditions de travail</b>		Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5	5	5	5	5
				Intensité/Pénibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5	2	2	2	5
						<b>Sous-total :</b>		<b>7</b>	<b>10</b>
		<b>Mode d'organisation</b>		Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique --> prises de décisions collectives : oui = 5 ; non = 0	oui	5	5	5
						<b>Sous-total :</b>		<b>5</b>	<b>5</b>
		<b>ORGANISATION</b>							
							<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>25</b>	<b>40</b>
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Activité agricole sur le territoire</b>	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales, Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts, si > 0 3 pts, si = 0 5 pts		3	3	10	
				Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts	0,004060501				
			Agriculteurs partenaires de l'organisation	augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon	augmentation	5	5	5	
							<b>Sous-total :</b>		<b>8</b>
		<b>Communication/ information</b>		Organisation/participation de manifestations culturelles	oui 10 / non 0	oui	10	10	10
						<b>Sous-total :</b>		<b>10</b>	<b>10</b>
		<b>Accessibilité</b>		Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0	100	15	15	15
				Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	non	0	0	5
						<b>Sous-total :</b>		<b>15</b>	<b>20</b>
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>							
							<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>33</b>	<b>40</b>
	<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Synergies locales</b>	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 4	4	4	4	4	
							<b>Sous-total :</b>		<b>4</b>
		<b>Accompagnement par les institutions</b>	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 4 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous	0		0	0	4
Implication des acteurs publics du territoire au sein l'organisation			Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui /non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 4 pts	1		2		4	
Soutien compétence, propositions de formation			Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publiques : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus	1		1	1	4	
				<b>Sous-total :</b>		<b>1</b>	<b>12</b>		
<b>Attractivité et utilisation du territoire</b>		Proximité organisée ? Géographique ? Potentiel territorial (milieu naturel, culture)	faible/moyenne/forte	forte	4	4	4		
				<b>Sous-total :</b>		<b>4</b>	<b>4</b>		
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>									
						<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>9</b>	<b>20</b>	
<b>PILIER SOCIAL</b>									
						<b>TOTAL :</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	

<b>PIILIER ECONOMIQUE</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% =7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20% =4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40% = 2; entre 40 et 50% = 1; supérieur à 50%=0	0,41025641	7	7	7
			Diversité des circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents : Si >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 = 0 Pourcentage de clients réguliers Si > 30% = 2pts	40 80	5	5	7
					<b>Sous-total :</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	
		<b>Pérennité du système</b>	Evolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = 7 ; si stagnation = 3; si diminution = 0	augmentation	7	7	7
			Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0pt ; si =0 =3pts; si >0 =7pts Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = 5; Non= 0	0	3	3	12
					<b>Sous-total :</b>	<b>10</b>	<b>19</b>	
	<b>Efficacité économique</b>	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = 7; Non =0	oui	7	7	7	
			<b>Sous-total :</b>	<b>7</b>	<b>7</b>			
			<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>29</b>	<b>40</b>			
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Participation au dynamisme du territoire</b>	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 =0 Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50 = 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 =0	0,64516129 40	2	2	11
				Communication et accompagnement clients/fournisseurs	Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0 Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1; aucun=0	2 2	10	10
			Existe-t-il un catalogue produits : Oui = 2 non = 0 Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = 2 non = 0 Y-a-t-il Prospection des fournisseurs : Oui = 2 non = 0 Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = 2 non = 0 Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = 2 non = 0		oui oui oui oui oui			
			Poids de l'organisation	Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 =0		0	0	5
				<b>Sous-total :</b>	<b>12</b>	<b>30</b>		
		<b>Logique territoriale de production</b>	Limitation des couts des transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires : Supérieur ou égale à 20% =0; entre 15 et 20% = 1; entre 10 et 15%=2; entre 5 et 10%=3; inférieur ou égale à 5%= 5	0,092307692	5	5	5
			Valorisation du territoire	Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90%= 5; entre 70 et 80%=4; entre 60 et 70%= 3; entre 50 et 60%=2 inférieur à 50 =0	100	6	6	6
				<b>Sous-total :</b>	<b>11</b>	<b>11</b>		
				<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>23</b>	<b>40</b>		
		<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations</b>	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non =0 Si oui dépend-elle du résultat : Si oui = 1	non	2	2
	Pérennité des aides			Part des aides territoriales dans le budget de l'organisation : Supérieur à 50% = 2; entre 10 et 50% = 1; inférieur à 10% =0 Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui = 2 ; non = 0	100 non	0	0	2
				<b>Sous-total :</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		
	<b>Existence d'un réseau local</b>		Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non = 0 Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non = 0	non oui	6	6	8
				Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non = 0 Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non = 0	oui oui			
Importance du réseau			Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement >2 = 2; si compris entre 1 et 2 = 1; si <1=0	1	0	0	2	
statut juridique			Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non =0	oui	2	2	2	
		<b>Sous-total :</b>	<b>8</b>	<b>12</b>				
<b>Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des associations</b>	Attractivité du territoire	Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation : oui = 2 non = 0	non	0	0	2		
		<b>Sous-total :</b>	<b>0</b>	<b>2</b>				
		<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>10</b>	<b>20</b>				
		<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>10</b>				
		<b>PIILIER ECONOMIQUE</b>	<b>TOTAL :</b>	<b>52</b>	<b>100</b>			

Valeur des indicateurs de durabilité territoriale de Saveurs du Périgord										
PILIER	Composante	Thèmes	Indicateurs	Modes de calcul	Valeur de l'indicateur (obtenu à partir du questionnaire)	Note Obtenue	Note Prise en compte	Maximum possible		
PILIER ENVIRONNEMENTAL	ORGANISATION	Utilisation des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Limitation de l'utilisation des ressources naturelles	Prise en compte de la gestion de l'eau dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui	10	10	15		
				Prise en compte de la gestion du sol dans la sélection des EA/produits : oui = 5pts ; non = 0pt	non					
			Prise en compte du maintien de la biodiversité dans la sélection des EA/Produits : oui = 5pts ; non = 0pt	oui						
			Présence d'une charte liant l'organisation à ses producteurs	Existence d'une charte : oui = 5pts ; non = 0pt	oui				5	5
		<b>Sous-total :</b>						<b>15</b>	<b>20</b>	
		Altération des ressources naturelles (RN) et de la biodiversité (BIODIV)	Rejet de polluants	Part des produits en Bio (CA) : <30% = 0 ; 30-60 = 2 ; >60% = 4	2	0	0	4		
			Consommation des produits de saisons	% de produits de saison commercialisés (CA) : <70 = -1pt ; 70-80 = 2pt ; 80-90 = 4 pts ; 90-100 = 6pts		-1	-1	6		
			Réduction des déchets et valorisation	Les emballages sont-ils pensés pour optimiser leur recyclage : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	2	2	10		
				Tri sélectif à l'échelle de la plateforme : oui = 4pts ; non = 0pt	pas concerné					
			Utilisation d'énergie renouvelable	Production d'énergie solaire, éolienne, pompes à chaleur (Orga + EA) : oui = 2pts ; non = 0pt	non	0	0	2		
	<b>Sous-total :</b>						<b>1</b>	<b>20</b>		
	<b>ORGANISATION</b>						<b>16</b>	<b>40</b>		
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Implication de l'organisation dans les prises de décision impactant territoire	Implication dans les processus de décisions des CT	Participation aux réunions de travail des CT ? oui = 4pts ; non = 0pt	oui	4	4	4		
				L'orga communique-t-elle sur les problématiques environnementales ? (pub, visite restaurants par producteurs, visite de consommateurs chez producteurs...) : 1pt par type de communication (marquer le nombre de types)	2	2	14			
			Communication environnementale	espèces végétales diversifiées en accord avec le territoire : oui = 4pts ; non = 0pt	oui	8	8	8		
				Respect des zones protégées : oui = 4pts ; non = 0pt	oui					
		<b>Sous-total :</b>						<b>14</b>	<b>26</b>	
		cadre de vie	Pollution sonore et olfactive	Mesures limitant la pollution sonore: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	pas concerné	0	0	8		
				Mesures limitant la pollution olfactive: Présence : oui = 4pts ; non = 0pt	pas concerné					
			Maintien ou amélioration du paysage	espaces verts entretenus : oui = 4pts ; non = 0pt	pas concerné	0	0	8		
				absence de déchets visuels : oui = 4pts ; non = 0pt	pas concerné					
		<b>Sous-total :</b>						<b>0</b>	<b>16</b>	
	<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>						<b>14</b>	<b>40</b>		
	TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Préservation de la biodiversité, RN	Implication CT dans la réduction des prélèvements en RN	Les CT communiquent-elles sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui	4	4	6		
				Les CT aident-elles financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non					
			Les CT rendent-elles possible le tri (collecte sélective) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui						
			Les autres acteurs communiquent-ils sur la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	oui						
Implication autres acteurs dans la réduction des prélèvements en RN		Les autres acteurs aident-ils financièrement les organisations pour la gestion des RN (eau, sol, biodiv) : oui = 2pts ; non = 0pt	non	2	2	4				
		Soutien des produits respectueux de l'environnement	Campagne publicitaire sur la consommation de produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt				non	0	0	4
Soutien financier à la commercialisation des produits Bio, de saison, locaux : oui = 2pts ; non = 0pt		non								
<b>Sous-total :</b>						<b>0</b>	<b>14</b>			
Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Implication du territoire dans des décisions impactant l'organisation	Politiques communes à l'échelle du département : oui = 2pts ; non = 0pt	non	2	2	6				
		Les CT sont-elles parties prenante des décisions pour l'environnement : oui = 2pts ; non = 0pt	non							
		Invitations de l'organisation aux réunions de travail : oui = 2pts ; non = 0pt	oui							
<b>Sous-total :</b>						<b>2</b>	<b>9</b>			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>						<b>2</b>	<b>20</b>			
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b>						<b>TOTAL :</b>	<b>32</b>	<b>100</b>		

PILIER SOCIAL	ORGANISATION	Emploi	Avantages liés à l'emploi	Nombre d'avantages liés à l'emploi (ex : présence d'un 13ème mois, intéressement, plan de carrière) Si 0 point, Si un élément:3 points, si >= 2: 5 points	1	8	8	15			
				Type de contrat : CDI / CDD / CTT si 100% CDI 5 pts, entre 75 et 100% 4 pts, entre 50 et 75 % 3pts, moins de 50 % 2pts	100						
				Groupe socio professionnel : si présence d'un cadre (ingénieur) 5 pts, profession intermédiaire (technicien) 4 pts, employé (employé administratif) 3 pts, ouvrier 2 pts							
				emplois à l'année n - emplois à l'année 0 : si = 0, 2 pts ; si < 0, 0 pts ; si > 0, 5 pts	1						
		Création/maintien/disparition d'emplois	nombre d'emplois actuel : un emploi = 1 point (si plus de 5 emplois, pts bonus)	0	5	5	10				
			Sous-total :					13	25		
		Conditions de travail	Hygiène et sécurité	Autoévaluation : 0 à 5	5	5	5				
			Intensité/Pénibilité du travail	Autoévaluation de 0 à 5	3	3	5				
				Sous-total :		8	10				
		Mode d'organisation	Pouvoir de décision au sein de l'organisation	Forme juridique -> prises de décisions collectives :	oui	5	5	5			
	oui = 5 ; non = 0										
			Sous-total :		5	5					
	ORGANISATION								SOUS-TOTAL :	26	40
	ORGANISATION VERS TERRITOIRE	Activité agricole sur le territoire	Diversité des exploitations agricoles	Maintien des petites exploitations familiales. Surface moyenne exploit-moy régionale/départementale : si < 0 10 pts, si > 0 3 pts, si = 0 5 pts		3	3	10			
				Nombre d'agriculteurs de la plateforme/agriculteurs du territoire : si > 0,5 % alors 5 pts	0,006090752						
				augmentation/diminution du nombre d'agriculteurs partenaires de l'organisation 5 pts si augmentation, 3 si stable, 0 sinon	augmentation						
				Sous-total :		8	15				
		Communication/ information	Organisation/participation de manifestations culturelles	oui / non 0	oui	10	10	10			
				Sous-total :		10	10				
		Accessibilité	Forme de Distribution	pourcentage de produits commercialisés à l'échelle du territoire 15 pts si 100%, 10 pts entre 75 et 100% 5 pts entre 50 et 75% et sinon 0	100	15	15	15			
				Attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière	Y a-t-il une attractivité spécifique pour les personnes en difficulté financière : oui = 5 ; non = 0	non	0	0	5		
				Sous-total :		15	20				
		ORGANISATION VERS TERRITOIRE								SOUS-TOTAL :	33
	TERRITOIRE VERS ORGANISATION	Synergies locales	Implication des institutions dans la promotion de la démarche	Nombre d'événements promus par les institutions pour l'organisation/an : 1 = 2 points et 2 ou plus = 4	0	0	0	4			
				Sous-total :					0	4	
		Accompagnement par les institutions	Soutien financier aux démarches	Nombre de partenaires financiers du territoire / Nombre partenaires totaux : 4 pts entre 1 et 0,75 ; 3 pts entre 0,75 et 0,50 ; 2 pts entre 0,50 et 0,25 ; 0 pt en dessous	0	0	0	4			
				Implication des acteurs publics du territoire au sein l'organisation	Les acteurs publics sont-ils membres de l'organisation (CA,...) ? Indiquez le nombre (oui /non) non 0, oui avec 1 acteur impliqué = 2 pts, plus de 2 acteurs impliqués = 4 pts	1	2	4			
Soutien compétence, propositions de formation				Nombre de ressources mises à disposition de l'organisation par les acteurs publiques : une ressource = 1 point, si plus de 5 ressources, pts bonus	2	2	4				
		Sous-total :		2	12						
Attractivité et utilisation du territoire	Proximité organisée ? Géographique ? Potentiel territorial (milieu naturel, culture)	faible/moyenne/forte	forte	4	4	4					
		Sous-total :		4	4						
TERRITOIRE VERS ORGANISATION								SOUS-TOTAL :	6	20	
PILIER SOCIAL								TOTAL :	65	100	

<b>PILIER ECONOMIQUE</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>Indépendance</b>	Sensibilité aux aides	Montant des aides / CA : inférieur à 5% =7 entre 5 et 10% = 5; entre 10 et 20% =4; entre 20 et 30% = 3; entre 30 et 40%= 2; entre 40 et 50%= 1; supérieur à 50%=0	0	7	7	7
			Diversité des circuit de distribution	Nombre de circuits de distributions différents : Si >= 60 = 5; entre 40 et 60 = 4; entre 20 et 40 = 3; entre 10 et 20 = 2; entre 5 et 10 = 1; inférieur à 5 =0 Pourcentage de clients réguliers Si > 30% = 2pts	16 100	4	4	7
			<b>Sous-total :</b>			11	14	
		<b>Pérennité du système</b>	Évolution des ventes	De quelle manière évoluent les ventes d'une année sur l'autre : Si augmentation = 7 ; si stagnation = 3 ; si diminution = 0	augmentation	7	7	7
			Viabilité économique	Résultat du bilan : si < 0 = 0pts ; si =0 =3pts ; si >0 =7pts Cohérence entre résultat et statut juridique : Oui = 5; Non= 0		3	3	12
			<b>Sous-total :</b>			10	19	
		<b>Efficacité économique</b>	Capacité à répondre à la demande (autonomie des repas)	L'organisation est-elle capable de fournir un repas complet au travers des produits qu'elle propose : Oui = 7; Non =0	oui	7	7	7
		<b>Sous-total :</b>			7	7		
		<b>ORGANISATION</b>			<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>28</b>	<b>40</b>	
		<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>	<b>Participation au dynamisme du territoire</b>	Efficacité du système (en restauration collective)	Nombre de structures en restauration collective approvisionnées / nombre de structures en restauration collective du territoire : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 =1; inférieur à 1 =0 Nombre de fournisseurs : Supérieur à 50 = 6; entre 40 et 50 = 4; entre 30 et 40 = 2; inférieur à 30 =0	0 16	0	0
	Communication et accompagnement clients/fournisseurs			Existe-t-il une organisation spécifique autour de la communication auprès des clients/fournisseurs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1 ; aucun=0	2			
				Y-a-t-il une communication sur les tarifs : Oui client = 1 ; oui fournisseur = 1 ; aucun=0	0			
				Existe-t-il un catalogue produits : Oui = 2 non = 0	non			
				Y-a-t-il Prospection des clients : Oui = 2 non = 0	oui	4	4	
	Y-a-t-il Prospection des fournisseurs : Oui = 2 non = 0		non					
	Y-a-t-il une activité de conseil auprès des organismes de restauration collective : Oui = 2 non = 0		non					
	Y-a-t-il une activité conseil auprès des producteurs : Oui = 2 non = 0		oui			14		
	<b>Poids de l'organisation</b>		Chiffre d'affaires de l'organisation / Chiffre d'affaires départemental des circuits courts : Si >= 20% =5; entre 15 et 20 =4; entre 10 et 15 =3; entre 5 et 10 =2; entre 1 et 5 = 1; inférieur à 1 =0		0	0	5	
	<b>Sous-total :</b>			4	30			
	<b>Logique territoriale de production</b>	Limitation des couts des transports	Frais de transport / Chiffres d'affaires : Supérieur ou égale à 20% =0; entre 15 et 20% = 1; entre 10 et 15%=2; entre 5 et 10%=3; inférieur ou égale à 5%= 5		5	5	5	
Valorisation du territoire		Nombre de producteurs locaux / Nombre de fournisseurs totaux : Supérieur à 90% = 6; entre 80 et 90%= 5; entre 70 et 80%=4; entre 60 et 70%= 3; entre 50 et 60%=2 inférieur à 50 =0	100	6	6	6		
<b>Sous-total :</b>			11	11				
<b>ORGANISATION VERS TERRITOIRE</b>			<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>15</b>	<b>40</b>			
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>	<b>Dispositifs d'aides mis en place par le territoire et ses partenaires pour aider au développement économique des organisations</b>	Engagement financier du territoire	Les fournisseurs payent-ils une cotisation : Oui = 2; non =0 Si oui dépend-elle du résultat : Si oui = 1	oui oui				
		Pérennité des aides	Part des aides territoriales dans le budget de l'organisation : Supérieur à 50%= 2; entre 10 et 50% = 1 ; inférieur à 10% =0 Les aides fournies proviennent-elles d'un engagement sur le long terme : Oui= 2 ; non = 0	0	3	3	4	
	<b>Sous-total :</b>			0	0	2		
	<b>Existence d'un réseau local</b>	Coopération économique territoriale	Y-a-t-il une coopération avec restaurant / commerçant : oui = 2 non =0	non				
			Y-a-t-il mutualisation d'espaces de ventes ou de matériel : oui = 2 non = 0	non				
			Y-a-t-il facilitation des rencontres clients/producteurs et l'organisation : oui = 2 non = 0	non	0	0		
		Présence d'un animateur salarié des collectivités : oui = 2 non = 0	non			8		
	Importance du réseau	Combien d'acteurs territoriaux sont impliqués dans le développement des organisations : si strictement >2 = 2 ; si compris entre 1 et 2 = 1 ; si <1=0	1	0	0	2		
	statut juridique	Le statut juridique implique-t-il une implication économique des acteurs du territoire : oui = 2 non =0	oui	2	2	2		
	<b>Sous-total :</b>			2	12			
<b>Déploiement de l'attractivité territoriale et du tourisme dans la promotion des organisations</b>	Attractivité du territoire	Est ce que l'attractivité du territoire permet une amélioration du chiffre d'affaires de l'organisation : oui = 2 non = 0	non	0	0	2		
<b>Sous-total :</b>			0	2				
<b>TERRITOIRE VERS ORGANISATION</b>			<b>SOUS-TOTAL :</b>	<b>5</b>	<b>20</b>			
<b>PILIER ECONOMIQUE</b>			<b>TOTAL :</b>	<b>43</b>	<b>100</b>			