



HAL
open science

Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides ?

Charlotte Coureau

► To cite this version:

Charlotte Coureau. Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides ?. Science politique. 2022. dumas-04036956

HAL Id: dumas-04036956

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04036956>

Submitted on 20 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Mémoire de Mission Professionnelle

Présenté pour l'obtention du diplôme de Mastère Spécialisé® Innovations et politiques pour une alimentation durable

Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : Quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides ?



Par Charlotte Coureau

Année de soutenance : 2022

Organisme d'accueil : Pôle territorial Albigeois Bastides



Mémoire de Mission Professionnelle

Présenté pour l'obtention du diplôme de Mastère Spécialisé® Innovations et politiques pour une alimentation durable

Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : Quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides ?



Par Charlotte Coureau

Année de soutenance : 2022

**Mémoire préparé sous la direction de :
Florent Saucède**

**Organisme d'accueil : Pôle territorial
Albigeois Bastides**

Présenté le : 07/10/2022

devant le jury :

Florent Saucède

Maître de stage : Anaïs Huot

Jean-Marc Thouy

Résumé

Ce mémoire a pour objet de rendre compte des besoins logistiques des producteurs de l'Albigeois et des Bastides qui vendent en circuits courts. Il présente leurs difficultés selon leur mode de vente, qu'ils soient obligés de multiplier les points de ventes dans le département ou au-delà, qu'ils aient choisi de vendre seulement une partie de leur production localement, qu'ils aient axé leur modèle sur la vente directe et une forte relation avec leurs clients ou qu'ils vendent toute leur production à moins de trente cinq kilomètres de leur ferme. Il expose les pistes d'actions qui ont été imaginées par les agriculteurs pour fluidifier cette logistique alimentaire de proximité, comme le salarié-livreur commun à plusieurs exploitations, le développement du cotransport, la structuration d'un groupement d'achat du matériel de conditionnement ou la mise en place d'une offre commerciale locale à destination des acheteurs demi-gros.

Ce mémoire explore également le rôle et la légitimité que peut avoir une collectivité et dans le cas présent un pôle territorial d'équilibre rural pour mettre en place ces actions. Il montre que les acteurs de territoire sont légitimes à structurer des collectifs logistiques car ils facilitent leur mise en place en ouvrant un espace de dialogue, en simplifiant les conditions d'accès au groupe et en jouant le rôle d'intermédiaire sans allonger le circuit. En outre, il montre qu'il faudra renforcer cette légitimité en améliorant la notoriété du pôle et de ses actions, et que le chemin est encore long pour ancrer le rôle des collectivités sur la logistique alimentaire de proximité comme une nouvelle norme sociale.

Ce mémoire est un retour d'expérience d'un territoire rural qui a cherché à comprendre les tenants et les aboutissants de la logistique des circuits courts à travers le regard de ses producteurs. J'espère qu'il pourra aider d'autres collectivités qui souhaitent s'emparer de ce sujet.

Mots clés : Collectifs logistiques, légitimité, rôle, collectivités, circuits courts, transport, développement territorial

Abstract

Improve the logistic of the local food distribution: What role for the local authority of Albigeois and Bastides area?

The purpose of this paper is to report on the logistical needs of farmers who sell their products in local food distribution in the Albigeois and Bastides regions. It presents their difficulties according to their sales model: whether they have to multiply the points of sale in the area, whether they have chosen to sell only part of their production locally, whether they have focused their model on direct sales and a strong relationship with their customers or whether they sell all their production within thirty-five kilometers away from their farm. It describes the actions that farmers have imagine to improve the local food logistic, such as the employment of a deliverer shared by several farms, the development of carpooling between farmers for products delivery, the implementation of a group for packaging material's purchase, or the commercial offer of local products for half-wholesale buyers.

This report also explores the role and legitimacy that a local authorities can have in setting up these actions. It shows that local stakeholders are legitimate in setting of logistics groups because they facilitate their implementation by opening a space for dialogue, simplifying the conditions of access to the group and playing the role of intermediary without lengthening the channel. Moreover, it shows that this legitimacy must be reinforced by improving the awareness of actions of the local authority, and that there is still a long way to establish the role of local authorities in local food logistics as a new social norm.

This paper is a feedback from a rural territory that wanted to understand the ins and outs of logistics of the local food distribution through the eyes of its producers. I hope that it can help other local authorities that wish to take up this subject.

Key words: Logistic group, legitimacy, role, local authorities, local food distribution, delivery, local development

Remerciements

Je tiens à remercier Anaïs Huot, pour son accompagnement tout au long de cette mission professionnelle. Merci de m'avoir raconté le territoire de l'Albigeois et des Bastides, ses habitants et son agriculture.

Je remercie également Florent Saucède, pour son suivi régulier, son enseignement sur l'analyse de corpus, et son aiguillage pour ce mémoire.

Un très grand merci à tous les producteurs qui, même si leur temps est rare et précieux, ont accepté d'échanger avec moi, de partager leurs difficultés et leurs réussites. Merci pour votre disponibilité, votre accueil, votre patience, et pour ces riches discussions qui m'ont permis de comprendre de l'intérieur les enjeux de la logistique des circuits courts.

Un grand merci au pôle territorial Albigeois Bastides, à Stéphanie, Julien, Antoine, Emmanuelle, Loris et Anaïs pour votre accueil chaleureux et vos gâteaux délicieux.

Merci à ma famille et à mes proches pour leur relecture et leurs précieux conseils. Merci à Baptiste pour son soutien indéfectible lors de cette reprise d'étude et pour m'avoir suivi lors des différents déménagements.

Merci à toute l'équipe pédagogique du Mastère IPAD et aux enseignants qui m'ont passionné pour les enjeux de la durabilité de l'alimentation et de l'agriculture. Merci de m'avoir donné les outils pour participer à la construction de systèmes alimentaires durables

Enfin, merci à mes camarades de classe pour tout ce qu'ils m'ont apporté et qui ont fait la richesse de cette nouvelle année d'étude.

Table des matières

Résumé	i
Abstract	ii
Remerciements	iii
Table des matières	iv
Avant-Propos	vi
Glossaire	vii
Sigles et acronymes	viii
Introduction.....	1
1 Cadrage général de l'étude.....	3
1.1 Présentation du commanditaire et de la commande	3
1.1.1 Le pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides	3
1.1.2 Une commande pour étudier la pertinence du pôle à travailler sur la logistique des circuits courts	4
1.2 La logistique des circuits courts de proximité.....	5
1.2.1 De quoi parle-t-on ?.....	5
1.2.2 Quelles sont les spécificités de cette logistique ?	6
1.3 Enjeux et problématique.....	7
1.3.1 La logistique des circuits courts est majoritairement assurée par les producteurs.....	7
1.3.2 Le pôle Albigeois Bastides initie une réflexion sur la logistique de proximité ...	8
1.3.3 La légitimité analysée à travers le prisme des travaux de Suchman	9
1.4 Méthodologie de l'étude	11
1.4.1 Les actions mises en place lors de la mission de stage	11
1.4.2 Un choix méthodologique porté vers une étude exploratoire	11
1.4.3 Les personnes interrogées et la construction des grilles d'entretien	12
1.4.4 Un corpus étudié avec la méthode d'analyse de contenu thématique	13
2 Diagnostic logistique de l'Albigeois et des Bastides	14
2.1 Le système alimentaire de l'Albigeois et des Bastides	14
2.1.1 Les producteurs et les productions du territoire	14
2.1.2 Les outils de transformation sur le territoire	15
2.1.3 Les points de vente	15
2.1.4 Les acteurs clés des circuits courts sur le territoire	16
2.1.5 La dynamique actuelle des circuits courts sur le territoire	17
2.2 Présentation des quatre typologies d'exploitations	18
2.2.1 Les producteurs qui multiplient les points de ventes	18
2.2.2 Les producteurs qui combinent le local et les filières longues.....	19
2.2.3 Les ultras locaux.....	20
2.2.4 Les aficionados de la relation client	20
2.3 Présentation des besoins identifiés par les producteurs.....	21
2.4 Les pistes d'actions identifiées pour optimiser la logistique des circuits courts.....	22
2.4.1 Les pistes d'actions identifiées autour du transport	22

2.4.2	Les pistes d'actions identifiées autour des autres étapes logistiques	26
2.4.3	Synthèse des pistes d'actions identifiées	28
3	Quelle légitimité pour le PTAB à s'emparer du sujet de la logistique des circuits courts de proximité ?	29
3.1	Légitimité du pôle à accompagner les actions identifiées	30
3.1.1	Le pôle est légitime à structurer des collectifs multi acteurs.....	30
3.1.2	La légitimité du pôle à agir en faveur d'une mutualisation du transport dépend de la forme que cette dernière peut prendre	30
3.1.3	La présence du pôle permettrait d'intégrer largement les producteurs dans la structuration d'un groupement d'achat.....	31
3.1.4	Intégrer la restauration collective et les épiceries dans un collectif qui propose une offre demi-gros locale renforcerait la légitimité du pôle	32
3.1.5	La légitimité du pôle à organiser des ateliers pour les producteurs est faible	32
3.1.6	Bilan du niveau de légitimité du pôle à mettre en place les actions d'optimisation logistique	33
3.2	Sur le territoire de l'Albigeois et des Bastides, la légitimité du pôle à se saisir de la logistique est encore à construire	33
3.2.1	Un manque de notoriété du pôle et de ses actions	33
3.2.2	Collectivités et logistique, une association qui déroute les producteurs	34
3.2.3	Les atouts et les difficultés de l'échelle d'action du pôle.....	34
3.3	Retour sur les hypothèses et sur la méthodologie	35
3.3.1	Retour sur les hypothèses émises au début de la mission.....	35
3.3.2	Retour critique sur la méthode utilisée.....	36
	Conclusion	38
	Références bibliographiques.....	40
	Table des Annexes.....	42
	Annexe A : Planning des missions de stage.....	43
	Annexe B : Grille d'entretien chargés de mission PAT autres territoires	44
	Annexe C : Grille d'entretien producteurs	45
	Annexe D : Extrait du plan de code – Partie Logistique	Erreur ! Signet non défini.

Avant-Propos

Pour cette mission professionnelle, j'ai eu la chance de pouvoir répondre à une commande unique et bien définie dès le début : Etudier la pertinence pour le pôle territorial Albigeois Bastides de mettre en place des actions d'optimisation logistique. Toutes les activités mises en place lors de ces cinq mois de mission sont en lien avec cette demande. Ceci m'a permis d'approfondir le sujet de la logistique alimentaire de proximité et d'acquérir une expertise sur un champ d'étude qui m'était alors presque inconnu.

Nous avons, en début de mission, défini avec l'équipe du pôle Albigeois Bastides, une méthodologie qui permettrait de répondre à cette demande. Les actions ne sont pas toutes présentées dans ce mémoire, mais elles ont toutes participé à obtenir les enseignements qui sont présentés. Par exemple, un benchmark des différentes solutions d'optimisations logistiques, privées ou publiques, a été réalisé et a permis d'inspirer les pistes d'actions qui ont été testées auprès des personnes interviewées.

Cette mission professionnelle a été financée dans le cadre du plan France Relance. Ce plan, mis en œuvre à la suite de la crise de la Covid-19 afin de relancer rapidement l'économie, est un plan exceptionnel de 100 milliards d'euros. Il a pour objectif d'accélérer les transformations écologiques, industrielles et sociales du pays. Il est composé de 3 volets :

- 30 milliards d'euros pour l'écologie et la transition énergétique ;
- 34 milliards d'euros pour la compétitivité des entreprises ;
- 36 milliards d'euros pour la cohésion des territoires.

Au sein du premier volet de ce plan, la mesure *Accélérer la transition agro-écologique au service d'une alimentation saine, sûre, durable, locale et de qualité pour tous* intègre une enveloppe de 80 millions d'euros dédiée aux projets alimentaires territoriaux (PAT). Pour les PAT existants comme celui du pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides, ces financements ont permis de financer des actions sur la période 2022-2023, comme cette étude sur la logistique alimentaire de proximité.

Glossaire

Les aficionados de la relation client : Ce concept définit ici les producteurs passionnés par la relation avec leurs clients. Ils accordent une grande importance au maintien du contact client car c'est ce qui leur plaît dans leur métier.

Demi-gros : Commerce intermédiaire entre le gros et le commerce de détail. Dans ce mémoire, nous appelons demi-gros les volumes commandés par les épiceries ou la restauration collective.

Effet ciseau : Il correspond à une représentation de l'évolution divergente des produits et des charges d'une structure. Dans notre cas, il illustre le phénomène d'augmentation des charges couplé à une diminution des ventes des produits des exploitations.

La ramasse : En logistique, la ramasse définit la tournée où on ramasse les marchandises ou colis dans une certaine zone géographique. Appliqué à notre contexte, cela signifie la tournée où l'on récupère les produits dans les différentes fermes du territoire.

Sigles et acronymes

FEADER : Le fonds européen agricole pour le développement rural

GIEE : Groupement d'intérêt économique et environnemental

INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques

LEADER : Liaison entre actions de développement de l'économie Rurale

OPA : Organisation professionnelle agricole

PAT : Projet alimentaire de territoire

PETR : Pôle d'équilibre territorial et rural

PNA : Programme national pour l'alimentation

PTAB : Pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides

SIRENE : Système informatisé du répertoire des entreprises et des établissements

Introduction

En octobre 2014, la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt introduit les projets alimentaires territoriaux (PAT). Ces projets, dont la définition a été complétée depuis 2014, « sont élaborés de manière concertée avec l'ensemble des acteurs d'un territoire et répondent à l'objectif de structuration de l'économie agricole et de mise en œuvre d'un système alimentaire territorial. Ils participent à la consolidation de filières territorialisées, à la lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaires et au développement de la consommation de produits issus de circuits courts » (Article n°L111-2-2 du Code rural et de la pêche maritime, 2021). Ces PAT peuvent être mis en place à différentes échelles de territoires : celle de la commune, de l'intercommunalité, d'un syndicat mixte ou bien du département. Ils peuvent être portés par différents acteurs ; une collectivité, une association de la société civile ou un organisme agricole. À travers un réseau de partenaires locaux de terrain, les PAT bénéficient d'un fort ancrage territorial permettant d'orienter le projet selon le contexte et les spécificités locales. En avril 2022, 373 PAT étaient reconnus par le ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

Depuis le début, le développement des circuits courts de produits alimentaires est un objectif majeur des PAT. Ces circuits, tels que définis par le ministère de l'agriculture, correspondent à une vente présentant un intermédiaire au maximum entre le producteur et le consommateur. Cette définition ne prévoit pas de notion de proximité physique. Afin d'inclure cette notion, nous pourrions parler de circuit court de proximité. Néanmoins, il n'existe pas de limite géographique officielle pour les circuits courts de proximité. En 2007, Chaffote et Chiffolleau proposent de définir une limite de 80 kilomètres entre la production et la vente (Chaffote et Chiffolleau, 2007). Dans le contexte du territoire de l'Albigeois et des Bastides que nous présenterons plus tard, il est intéressant d'élargir cette limite à 100 kilomètres afin d'intégrer le bassin de consommation de la métropole de Toulouse.

Lors de la crise de la Covid-19, nous avons observé un réel engouement pour les produits locaux. Cela a permis l'émergence de nouvelles initiatives de vente en circuit court de proximité, à l'instar du drive fermier solidaire du Tarn. Néanmoins, le début d'année 2022 est plus contrasté pour ces modes de consommation. Au niveau national, d'après l'enquête du Réseau Mixte Technologique (RMT) Alimentation locale de juin 2022, les circuits courts rencontrent des difficultés mais nous ne pouvons pas affirmer qu'il y a une baisse généralisée et systématique (Akerman *et al.*, 2022). L'enquête montre que les consommateurs ont tout de même modifié leurs pratiques d'achats, et ceux qui achetaient déjà en circuit court avant la crise ont augmenté leurs dépenses dans ce circuit. De nouveaux consommateurs ont essayé les circuits courts pendant la crise mais les ont abandonnés depuis. Aussi, certains points de vente ont pu être trop optimistes dans leurs projections et avoir investi de l'argent, ce qui les met aujourd'hui en difficultés économiques. Enfin, une plus forte concurrence des circuits de distribution de produits locaux contribue aux difficultés de certains points de vente qui doivent partager leur clientèle. Or, ces systèmes alternatifs proposent des réponses aux

externalités négatives du système alimentaire conventionnel sur le développement rural, l'emploi, la gestion durable des ressources naturelles ou l'accès à des produits de qualité (Mundler et Laughrea, 2016). Le soutien aux circuits courts est donc essentiel au regard des enjeux sociaux et environnementaux actuels. Cet appui contribue à changer d'échelle ces circuits alternatifs, pérenniser les dynamiques existantes et maintenir la coexistence de plusieurs modèles alimentaires. Il existe différents leviers pour déverrouiller ces circuits et accompagner leur changement d'échelle, comme l'optimisation de la logistique alimentaire de proximité. En effet, cette logistique est aujourd'hui très rarement optimisée et se révèle extrêmement problématique et contraignante pour les agriculteurs. Elle est donc bien souvent un frein au développement de la vente de produits locaux.

Ce mémoire porte sur l'accompagnement d'une collectivité à l'émergence d'une logistique de proximité adaptée aux circuits courts du territoire rural de l'Albigeois et des Bastides. En effet, nous nous demandons quel rôle peut jouer le pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides, dans le cadre de son projet alimentaire de territoire pour optimiser la logistique des circuits courts de proximité.

Dans la première partie, nous abordons le contexte de l'étude et l'état des connaissances autour de la logistique alimentaire de proximité et de ses enjeux. Nous présentons également le cadre d'analyse qui a été utilisé pour discuter de la notion de légitimité ainsi que la méthodologie de la mission. Dans la seconde partie, nous partageons un diagnostic logistique du territoire en présentant le système alimentaire local ainsi que les besoins des producteurs et les pistes d'actions identifiées pour optimiser la logistique alimentaire de proximité. Dans la dernière partie, nous ouvrons la discussion autour de la légitimité d'action des collectivités et notamment du pôle territorial.

1 Cadrage général de l'étude

1.1 Présentation du commanditaire et de la commande

1.1.1 Le pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides

L'article L5741-1 du code général des collectivités territoriales (2019) définit un pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) comme un « établissement public constitué par accord entre plusieurs établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre [...] au sein d'un périmètre d'un seul tenant et sans enclave. ». Le pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides (PTAB), situé dans la partie nord-est du Tarn regroupe cinq communautés de communes autour de la ville d'Albi : Le Carmausin-Ségala, Centre-Tarn, Les Monts d'Alban et Villefranchois, Val 81 et Le Cordais-Causse (figure 1). Il représente une population de 59 071 habitants, sur 1674 km² pour 97 communes.

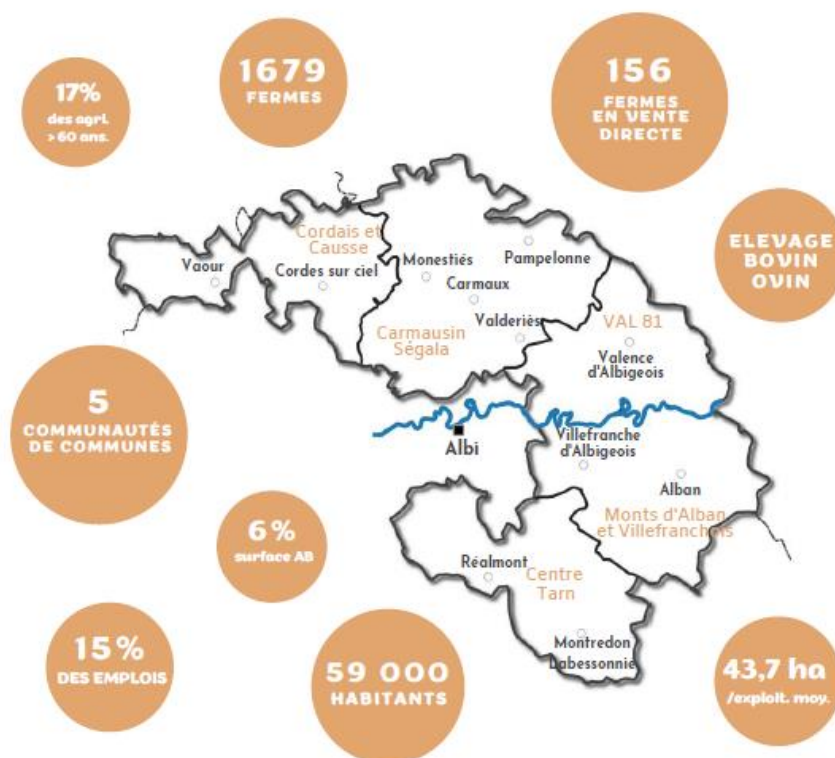


Figure 1 : Carte du pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides (Huot, 2021b)

L'arrêté préfectoral du 20 novembre 2014 donne naissance au pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides dont l'objet est d'élaborer de manière partenariale les stratégies de développement durable, notamment en matière de développement économique, écologique, culturel et social (Gentilhomme, 2014). Il accompagne les collectivités et les porteurs de projets dans la définition de leur projet, l'identification des acteurs et des outils, la recherche de financements, l'aide au montage du dossier et le suivi du projet jusqu'à sa réalisation. Il a également des missions d'élaboration, d'animation et de suivi de projets pour les collectivités adhérentes au syndicat. Ces projets sont organisés selon quatre thématiques : Les plans

climat-air-énergie territoriaux, l'agriculture et l'alimentation locale, l'urbanisme et la promotion du territoire. D'autres projets peuvent être mis en place selon les besoins des collectivités.

Au sein de la thématique agriculture et alimentation locale, une première démarche de projet alimentaire territorial (PAT) a été mise en place de 2017 à 2020. Une seconde phase a démarré en 2021 et doit se poursuivre jusqu'en 2026. Elle a permis d'engager de nouveaux partenaires et en compte aujourd'hui 22 :

- Des collectivités locales (la région Occitanie, le département du Tarn et les cinq communautés de commune adhérentes) ;
- Des chambres consulaires (la chambre d'agriculture du Tarn, la chambre de métiers et de l'artisanat du Tarn et la chambre de commerce et de l'industrie du Tarn) ;
- Des partenaires agricoles (Saveurs du Tarn, l'ADEAR Tarn, Terre de Liens, la fédération départementale des CUMA du Tarn) ;
- Des associations locales (Terres citoyennes Albigeoises, Séga'liens, l'été de Vaour, CIVAM Cordais, Pays tarnais) ;
- Des acteurs de l'éducation (le réseau d'écoles rurales du pays vert, l'établissement agro environnemental du Tarn).

1.1.2 Une commande pour étudier la pertinence du pôle à travailler sur la logistique des circuits courts

Un bilan de la première phase du PAT a été réalisé en 2021 et a permis d'élaborer une nouvelle stratégie pour la période 2021-2026. Elle définit 6 grands enjeux :

- Développer les circuits courts ;
- Augmenter la qualité de la restauration collective ;
- Conserver et diversifier l'autonomie alimentaire du territoire ;
- Favoriser la transition agricole ;
- Rendre accessible à tous une alimentation saine et de qualité ;
- Construire une gouvernance alimentaire.

Le premier enjeu « développer les circuits courts » a été défini après qu'une enquête réalisée par le PTAB ait montré un intérêt des consommateurs pour les productions locales, mais des difficultés à trouver ces produits. Ainsi, il y avait un intérêt fort à structurer et développer ces réseaux de distribution. Pour cela, 6 actions ont été définies :

- Optimiser la logistique des circuits courts ;
- Développer l'offre locale chez les artisans ;
- Organiser des speed-meeting entre producteurs, distributeurs et restauration commerciale ;
- Promouvoir les produits locaux dans les commerces sur les Monts d'Alban ;
- Valider et consolider les filières territorialisées de qualité ;
- Mettre en réseau des producteurs de graines biologiques et les accompagner vers un projet de transformation alimentaire.

La mission de stage porte sur la première action « Optimiser la logistique des circuits courts ». En effet, le manque de solution logistique a été identifié comme un frein pour le

développement de la vente de produits locaux car il peut limiter l'approvisionnement de l'ensemble des points de vente : commerces, restaurants collectifs, association pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP), drives, etc. Aujourd'hui, les producteurs du territoire s'organisent individuellement pour commercialiser leurs produits, quelques collectifs de producteurs ont été organisés autour de la vente, mais aucune solution logistique n'a été mise en place.

Les missions du stage ont eu pour but d'étudier la pertinence pour le PTAB de développer des actions d'optimisation de la logistique alimentaire de proximité, au regard du contexte territorial et des besoins des producteurs.

1.2 La logistique des circuits courts de proximité

1.2.1 De quoi parle-t-on ?

La logistique est définie comme l'organisation des flux de matière, des flux d'informations et des flux financiers. La logistique alimentaire de proximité comporte différentes activités en lien avec chaque étape des circuits courts : la planification amont, la production, la transformation, la distribution, le retour des contenants, la gestion des invendus et la facturation. La figure 2, extraite du projet Colcicca réalisé par le Cerema, l'Institut français des sciences et technologies des transports, de l'aménagement et des réseaux (IFSTTAR) et la chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais, détaille l'ensemble de ces activités.

Plus précisément, la logistique des circuits courts de proximité intègre :

- La logistique amont : C'est la gestion de la production au niveau de l'exploitation et la première transformation, ainsi que les flux matériels liés à ces deux activités ;
- La logistique aval : C'est la distribution, qu'elle soit directe ou via un intermédiaire. Elle inclut les informations liées à la commande, au produit et à sa qualité, la gestion des approvisionnements et la distribution du point de vente. Elle prend en compte également la circulation des flux financiers et le transport entre les différents maillons ;
- La logistique inverse : C'est la gestion du retour des contenants et emballages vers l'amont et la gestion des invendus et des déchets.

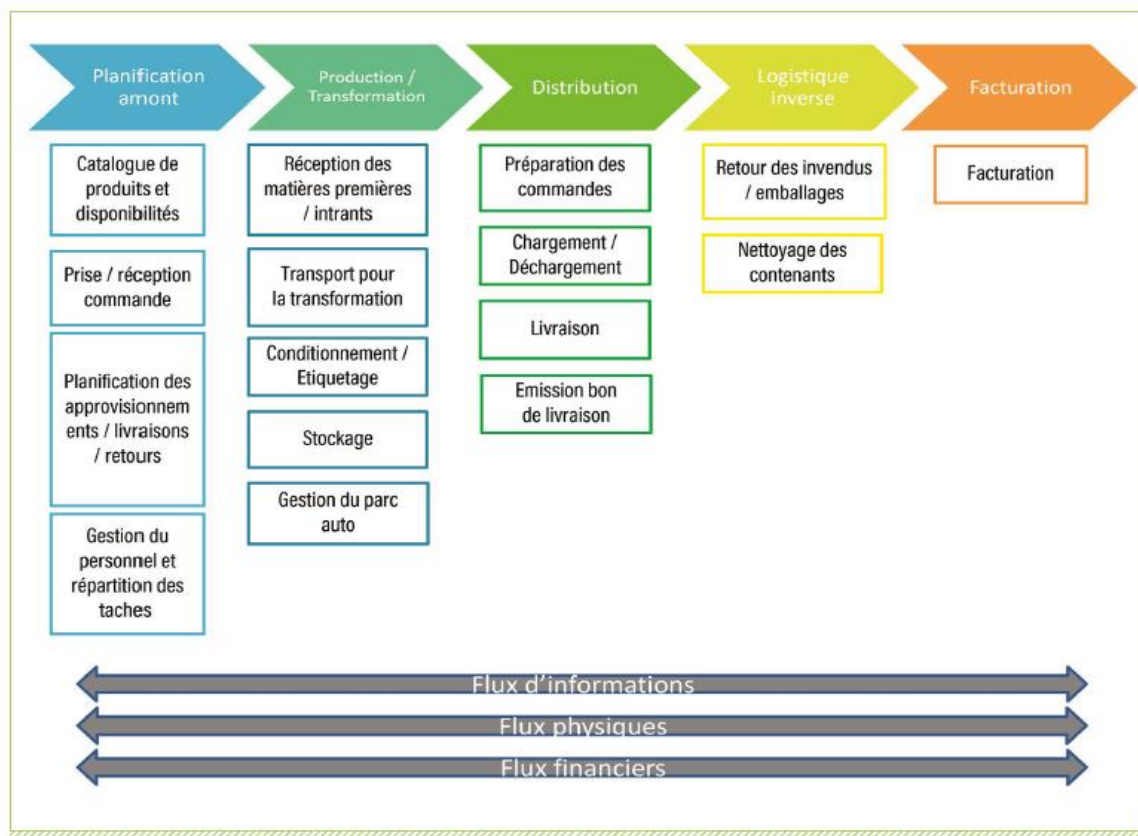


Figure 2 : Les activités logistiques des circuits courts de proximité (Raimbert *et al.*, 2019)

1.2.2 Quelles sont les spécificités de cette logistique ?

D'après le rapport du réseau mixte technologique (RMT) alimentation locale « Logistique des circuits alimentaires courts de proximité : état des lieux, nouveaux enjeux et pistes d'évolution » qui interroge une vingtaine d'experts, la logistique des circuits courts a des caractéristiques particulières, bien différentes de la logistique des circuits longs (Raton *et al.*, 2019) :

- Les flux sont fragmentés : Les volumes sont petits, proviennent d'une multitude de fermes et sont à destination de multiples points de vente ;
- Les produits sont très diversifiés : Il y a différentes conditions de stockage, de contenant et de transport ;
- La logistique n'est pas réalisée par des professionnels : Il y a donc peu d'expertise et une capacité d'investissement faible ;
- Il y a beaucoup d'outils informatiques que les producteurs doivent s'approprier, comme les différentes plateformes de vente présentes sur le territoire. Ces outils sont utilisés indépendamment les uns des autres, ce qui complexifie la mutualisation et l'organisation logistique ;
- La livraison crée du lien social : Les producteurs accordent de l'importance aux interactions avec les consommateurs lors des livraisons qui leur permettent de faire la promotion de leurs produits et de leur travail.

Il existe 3 familles de solutions pour optimiser la logistique des circuits courts de proximité (Wallet et Pignal, 2017) :

- Des solutions techniques (choix de conditionnements réutilisables, véhicules permettant le transport simultané de plusieurs familles de produits, etc.) ;
- Des solutions technologiques (des systèmes d'information pour la gestion de commandes ou l'organisation de livraisons) ;
- Des solutions organisationnelles et de gouvernance pour la structuration de collectifs d'agriculteurs et l'élaboration de solutions concertées entre producteurs, éventuels intermédiaires et consommateurs.

La figure 3 montre les pistes d'optimisation à chacune des étapes logistique et regroupées selon les familles de solutions décrites précédemment.

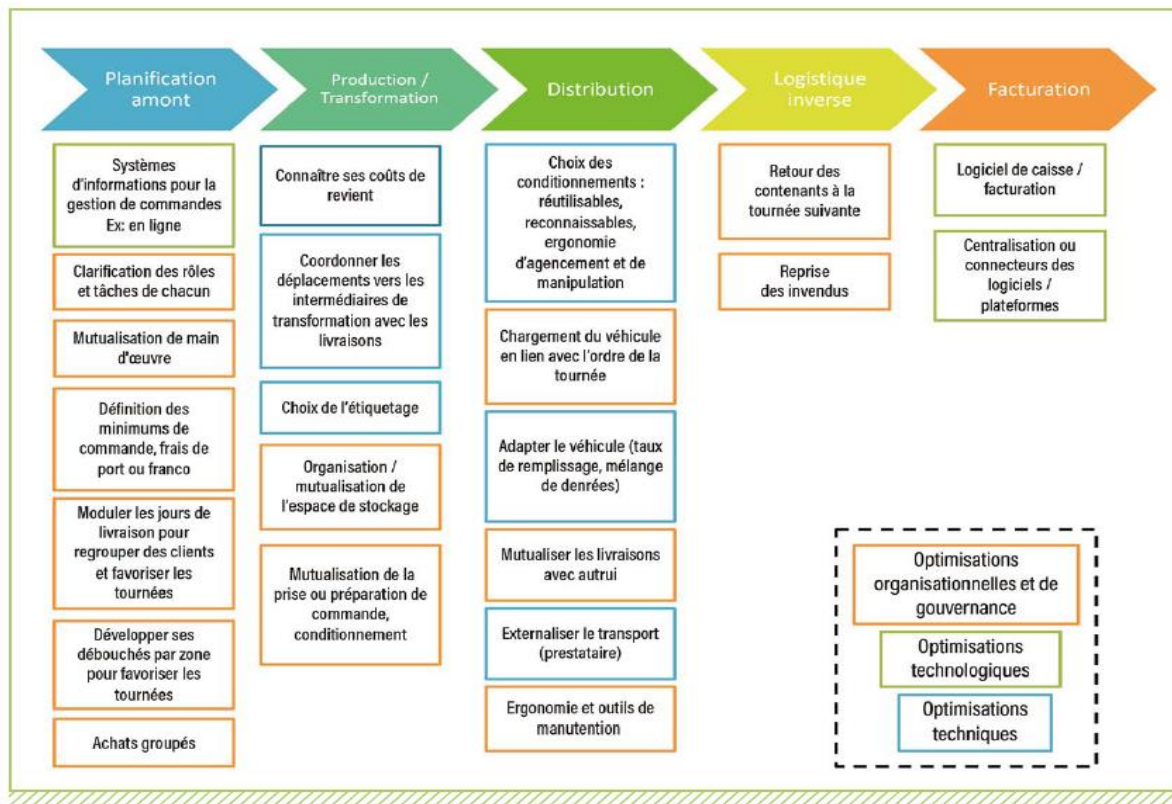


Figure 3 : Les pistes d'optimisation de la logistique des circuits courts de proximité (Raimbert *et al.*, 2019)

La coordination entre acteurs est essentielle afin de faire émerger des solutions de mutualisation logistique. Elle peut prendre plusieurs formes (Wallet et Pignal, 2017) :

- La simple coordination entre acteurs : Il existe la collaboration verticale, c'est-à-dire au sein des acteurs d'une même chaîne d'approvisionnement ou bien la collaboration horizontale, c'est-à-dire au sein d'acteurs concurrents ou complémentaires ;
- Les démarches d'action collective permettant la mutualisation des moyens ;
- Le développement de collectifs autour de plateformes territorialisées.

1.3 Enjeux et problématique

1.3.1 La logistique des circuits courts est majoritairement assurée par les

producteurs

La vente en circuit court peut rééquilibrer le rapport de force entre l'acheteur et le producteur et stabiliser les revenus des agriculteurs. Néanmoins, la logistique de ce mode de distribution est principalement assurée par le producteur lui-même. Elle peut alors entraîner des coûts supplémentaires, une détérioration des conditions de travail et finalement contrebalancer les effets positifs sur la rentabilité de la vente directe. Les organisations logistiques de différents circuits courts dans les régions Normandie et Ile-de-France ont été analysées dans le cadre du projet OLICO-Seine (Bouchez *et al.*, 2018). Les 180 enquêtes menées auprès de producteurs entre 2016 et 2018 permettent de tirer plusieurs enseignements :

- Les opérations logistiques sont très chronophages. Les producteurs passent en moyenne 8 heures par semaine au transport de leurs produits, avec une moyenne de 16 points de vente ;
- Le coût logistique est sous-estimé par les agriculteurs eux-mêmes : 53% d'entre eux estiment mal le temps passé sur la logistique et la moitié des répondants ne calcule pas le coût inhérent aux étapes de logistique. Les coûts identifiés peuvent être le transport, le conditionnement des produits, le stockage, la gestion des commandes et la relation commerciale. Au final, 60% des agriculteurs interrogés n'intègrent pas ces coûts au prix de vente ;
- L'ensemble de la logistique représente entre 20 et 30% du chiffre d'affaires des producteurs. Des cas de coûts non couverts par les recettes ont été recensés ;
- Les agriculteurs en charge du transport doivent également respecter des règles sanitaires, notamment le maintien de la chaîne du froid, la traçabilité et l'étiquetage. Ceci nécessite des investissements dans du matériel adapté ainsi que des compétences supplémentaires à acquérir pour bien comprendre ce qui est autorisé ou non. Par exemple, le transport pour autrui est règlementé et la mutualisation du transport entre producteurs est encadrée ;
- Cette logistique a un impact écologique élevé si elle n'est pas optimisée. En effet, il y a dans ce cas une multiplication des camions dont le remplissage n'est pas maximisé sur les routes et une multiplication des kilomètres parcourus car les tournées ne sont pas optimisées. Tout ceci augmente les émissions des gaz à effet de serre liées au transport.

Dans ce contexte, et encore plus avec l'augmentation du prix des carburants, il est essentiel d'optimiser la logistique des circuits courts de proximité. De plus, les producteurs sont aujourd'hui fragilisés par l'effet ciseau de l'augmentation des charges multiples de l'exploitation et la diminution de la demande dans certains débouchés. En conséquence, la question de la rentabilité de certains circuits se pose au sein des exploitations du territoire.

1.3.2 Le pôle Albigeois Bastides initie une réflexion sur la logistique de proximité

Accompagner le développement des circuits courts est indispensable pour avoir un territoire rural qui produit son alimentation à travers des exploitations qui préservent l'environnement et le paysage. Travailler sur l'optimisation de la logistique des circuits courts est une opportunité pour l'Albigeois Bastides. En effet, cela impulserait de nouvelles ressources

relationnelles sur le territoire à travers de nouvelles dynamiques collectives entre les producteurs ou multi acteurs (consommateurs, producteurs, opérateurs logistiques) et de nouvelles coopérations entre les communautés de communes. Aussi, ça participerait au développement du territoire et favoriserait l'accès à une alimentation de qualité pour ses habitants. Néanmoins, il faudra veiller à optimiser la logistique des circuits courts de proximité tout en maintenant les effets positifs identifiés autour du renforcement du lien social tout au long de la chaîne courte de proximité (consommateurs, producteurs, transformateurs).

Au regard de l'importance des circuits courts pour le développement du territoire, de l'impact écologique du transport de proximité et de la volonté politique de soutenir l'agriculture locale, le pôle Albigeois Bastides se questionne sur l'accompagnement qui peut être mis en place pour optimiser la logistique de proximité. En effet, on observe de plus en plus la création de nouveaux collectifs logistiques qui sont initiés par des acteurs publics. Ces collectifs amènent des acteurs divers à travailler ensemble autour des questions liées à la logistique, comme des producteurs, des acteurs de la commercialisation, de la logistique ou des consommateurs. Ils ont pour objectif d'organiser et de fluidifier la distribution de produits sur le territoire (Raimbert et Raton, 2021).

Ainsi, on peut se demander quel rôle peut jouer le pôle Albigeois Bastides, dans le cadre de son projet alimentaire de territoire, pour optimiser la logistique des circuits courts de proximité ?

Ici, la notion de rôle peut être définie comme le comportement attendu du PTAB dans l'action d'optimiser la logistique des circuits courts. Très vite, de la notion de rôle découle la notion de la légitimité de l'acteur public. L'optimisation de la logistique des circuits courts de proximité, elle, est une notion très large qui inclue l'ensemble des étapes logistiques présentées précédemment. Implicitement, comme nous avons vu que ce sont les producteurs qui prennent en charge ces étapes, on suppose que l'objectif recherché est de rendre les étapes logistiques moins contraignantes, moins pénibles pour les producteurs. On en vient donc à se demander quelle légitimité a le PTAB pour impulser des dynamiques d'amélioration des différentes étapes de la logistique des circuits courts afin de les rendre moins contraignantes pour les producteurs du territoire.

1.3.3 La légitimité analysée à travers le prisme des travaux de Suchman

Dans ce mémoire, nous nous appuyerons sur les travaux de Suchman en 1995 autour de la légitimité des organisations comme cadre d'analyse. Il définit la légitimité comme une « perception ou présomption généralisée selon laquelle les actions d'une entité sont souhaitables, convenables ou appropriées au sein d'un système socialement construit de normes, valeurs, croyances et définition » (Suchman, 1995). Appliqué à notre contexte, cela revient à se demander si une action de la part du PTAB autour de l'optimisation de la logistique des circuits courts est souhaitable et appropriée dans un contexte d'infrastructures, de croyances et de normes sociales déjà établi. Pour répondre à cette question, il conviendra, en premier lieu, de comprendre les normes sociales, les pratiques et croyances en lien avec la logistique des circuits courts existantes sur le territoire.

Dans ses travaux, Suchman décrit trois sources de légitimité des organisations : la légitimité pragmatique, morale et cognitive.

La légitimité pragmatique correspond à un calcul rationnel des personnes qui sont affectées par les actions de l'organisation. Ce niveau de légitimité peut se résumer à un soutien de la part des personnes concernées par l'organisation car elles considèrent que son action est bénéfique à leur intérêt personnel. Suchman considère que la poursuite d'intérêts privés fait partie intégrante de la légitimité des organisations.

La légitimité morale, elle, relève « d'une évaluation normative positive de l'organisation et de ses activités » (Suchman, 1995). Cette légitimité repose sur un système de valeurs et de normes inhérentes à la vie sociale. Elle va au-delà de la légitimité pragmatique car elle ne repose pas seulement sur une approbation en lien avec une action qui aura un impact positif sur l'évaluateur, mais « sur une approbation car l'action est la bonne chose à faire », compte tenu des normes et valeurs sociales. Elle est donc sociopolitique. Dans ce cas, pour être légitime, l'organisation doit favoriser le bien-être de la société tel que défini par un système de valeurs construit par les évaluateurs. Cela ne signifie en revanche pas que la légitimité morale est entièrement sans intérêt, puisque les normes et valeurs sont définies par un groupe social.

La troisième forme décrite par Suchman est la légitimité cognitive. Celle-ci peut être décrite comme une « légitimité de fait », de telle sorte que le fait « que les choses soient autrement est littéralement impensable ». Dans la mesure où elle est réalisable, « ce type de présomption représente à la fois la source la plus subtile et la plus puissante de légitimité identifiée à ce jour. Si les alternatives deviennent impensables, les défis deviennent impossibles, et l'entité légitimée devient inattaquable par construction ».

Finalement, la légitimité d'une organisation peut être soit une acceptation de l'organisation par les acteurs impactés par elle car son action est bénéfique pour eux (légitimité pragmatique), soit un appui affirmatif à l'organisation car son action est la bonne chose à faire selon les normes et les valeurs sociales de l'environnement de l'organisation (légitimité morale) ou bien elle peut être une légitimité de fait car on ne peut pas imaginer que les choses se passent autrement que telles qu'elles se passent avec l'organisation (légitimité cognitive). Ainsi, la légitimité d'une organisation dépend de l'acceptation, de la compréhension, de l'adhésion voire du soutien qu'elle reçoit de la part des différents acteurs concernés par le changement qu'elle représente, et devra être conforme aux normes sociales, règles et valeurs de son environnement (Buisson, 2005).

Cette réflexion autour de la légitimité en amont de la mise en place d'actions est intéressante car la légitimité de l'organisation la rendra « plus valable, (...), plus sensée, plus prévisible, et plus digne de confiance » que les organisations dont la légitimité est contestée (Suchman, 1995). Cette réflexion peut orienter l'action du PTAB car plus il sera légitime d'agir sur la logistique des circuits courts, plus son action sera valable, sensée et plus elle bénéficiera de l'engagement des partenaires, des employés, des élus, des producteurs et des habitants. Comme l'amélioration de la logistique des circuits courts suppose très souvent l'impulsion de dynamiques collectives, il est indispensable que les actions mises en place bénéficient du soutien des acteurs concernés. Ainsi, le PTAB pourrait prioriser les actions sur lesquelles il est le plus légitime d'agir. Dans un contexte où de multiples acteurs publics ou privés, comme des chambres d'agriculture, collectivités ou associations, accompagnent le développement des circuits courts et ont des actions qui peuvent parfois se superposer, comprendre et renforcer la légitimité de l'action du PTAB peut en améliorer son impact. Enfin, il faudra tenir compte

du fait que la légitimité n'est pas statique dans un monde où les normes sociales et les valeurs ne cessent d'évoluer, il revient donc aux organisations de s'adapter pour maintenir cette légitimité (Buisson, 2005).

1.4 Méthodologie de l'étude

1.4.1 Les actions mises en place lors de la mission de stage

Pour répondre à la demande du commanditaire, les actions suivantes ont été définies au début de la mission de stage et ont pu être réalisées. La chronologie de ces actions est disponible en Annexe A.

- Obtenir des retours d'expérience de chargés de mission PAT d'autres collectivités ayant mené des actions autour de la logistique afin d'orienter au mieux la mission de stage ;
- Mener des entretiens avec les partenaires du PAT pour cerner le sujet et connaître les dynamiques existantes sur le territoire (la chambre d'agriculture du Tarn, Agropoint, les communautés de communes adhérentes au PTAB, la fédération départementale des coopératives d'utilisation du matériel agricole du Tarn (FD Cuma)) ;
- Faire un rapport des solutions d'optimisation logistique des circuits courts existantes à l'aide des retours d'expériences et d'un benchmark d'initiatives ;
- Mener des entretiens avec des acteurs des circuits courts de proximité présents sur le territoire afin de connaître leur fonctionnement et leurs besoins (plateforme logistique, drive de producteurs, magasins de producteurs) ;
- Mener des entretiens avec des producteurs pour identifier leurs besoins logistiques ;
- Analyser l'ensemble des entretiens pour identifier les solutions qui doivent être renforcées ou qui pourraient être mises en place sur le territoire ;
- Organiser un atelier participatif pour continuer à récolter les besoins, prioriser les pistes d'actions et ouvrir un espace de dialogue multi acteurs.

1.4.2 Un choix méthodologique porté vers une étude exploratoire

Les différents travaux autour de la logistique alimentaire de proximité mettent en lumière sa grande complexité et sa dépendance au contexte et problématiques locales. En effet « développer les circuits courts, pour répondre aux attentes des territoires, suppose d'abord de mieux cerner ce qui existe au regard des besoins » (Chiffolleau, 2022). En tenant compte de ces enseignements, nous avons opté pour des enquêtes individuelles qualitatives. Comme nous n'avons que très peu de données locales sur ce thème, cette méthodologie nous permettait de mener une étude exploratoire et d'aborder le sujet sans a priori. Ce recueil de données était le plus approprié pour appréhender les tenants et les aboutissants de la logistique de proximité sur notre territoire. Il permettait de bien connaître les spécificités du terrain et des productions locales, les besoins et les pratiques des producteurs et des circuits de distribution de produits locaux. Nous avons donc réalisé des entretiens semi-directifs à l'aide d'une grille d'entretien.

1.4.3 Les personnes interrogées et la construction des grilles d'entretien

En étapes préalables, nous avons mené des entretiens avec :

- Quatre personnes travaillant au sein de collectivités et ayant abordé le thème de la logistique. Nous avons construit une grille d'entretien pour échanger avec eux (Annexe B) ;
- Un expert de la logistique des circuits courts alimentaires travaillant dans une start-up qui propose une solution de transport de produits locaux ;
- Cinq partenaires clés du PAT ; la chambre d'agriculture, les chargés de développement économiques de deux des communautés de communes, un responsable d'une association locale, la FD Cuma du Tarn ;
- Cinq acteurs locaux ayant un rôle important dans les circuits courts : la responsable de la plateforme logistique Produit sur son 31 à Albi, la présidente d'un magasin de producteurs, deux responsables de drive fermiers locaux et une responsable du rayon fruits et légumes d'un supermarché.

Ces étapes préliminaires nous ont permis d'ajuster la méthodologie et de construire une grille d'entretien adaptée au contexte territorial. Comme nous sommes dans un territoire rural avec une forte production, nous avons décidé de nous concentrer sur la compréhension des pratiques et des besoins des producteurs. La liste des producteurs à contacter a été construite à partir de différentes sources de données :

- Les contacts des producteurs présents sur les différents drives fermiers (Drive in Tarn, Drive fermier solidaire et Omeloko) ;
- Les contacts communiqués par les partenaires du PAT ;
- Les producteurs faisant de la vente directe et recensés sur la plateforme Apidae, qui compile un ensemble de données à destination des acteurs du tourisme ;
- La rencontre de producteurs sur le marché de Carmaux.

Cela a constitué une base de contacts de 64 producteurs et un artisan avec un taux de réponse positive à l'entretien de 49%. Nous avons donc mené 32 entretiens avec les producteurs, dont 26 par téléphone et 6 en face à face. Nous avons interrogé un panel large des filières du territoire : ovin viande, bovin viande, ovin et caprin lait avec transformation fromagère, maraîchage, volailles, porcins, cunicole, vergers, viticole, oléicole, céréales et un artisan fromager. Nous avons échangé avec des producteurs de l'ensemble des communautés de communes du territoire, avec une surreprésentation du Carmausin Ségala (figure 4).

- 7 sur la communauté de communes du Centre Tarn ;
- 6 sur la communauté de communes Cordais et Causse ;
- 4 sur la communauté de communes Monts d'Alban et Villefranchois ;
- 10 sur la communauté de communes du Carmausin Ségala ;
- 5 sur la communauté de communes Val 81.

Les entretiens se sont déroulés du 27 juin au 25 août 2022.

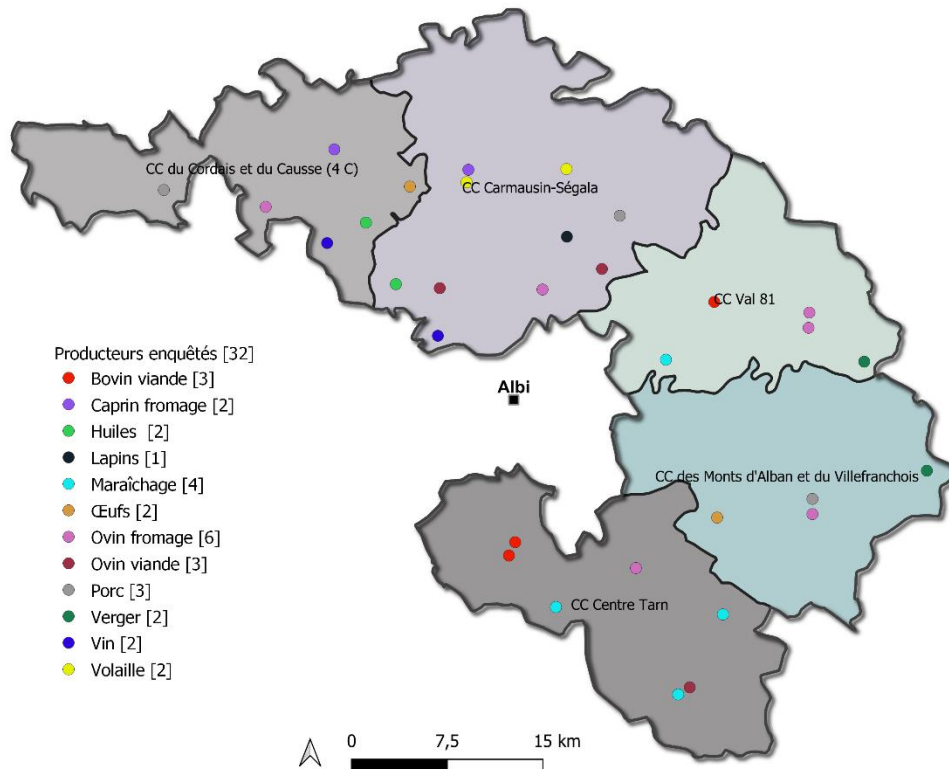


Figure 4 : Producteurs ayant répondu à l'enquête

Nous détaillons la grille utilisée avec les producteurs qui est importante pour la bonne compréhension de la suite du mémoire (Annexe C).

Les quatre premières parties de cette grille reprennent les étapes logistiques les plus importantes : la gestion des commandes et des factures, la préparation des commandes, la livraison et les permanences de vente. Sur chacune de ces parties, nous avons abordé l'organisation actuelle au sein de l'exploitation et les difficultés rencontrées. Nous avons demandé aux producteurs de donner une note de 1 à 10 selon le niveau de contrainte que représentait chaque étape afin de les prioriser. Dans la partie livraison, nous avons testé le niveau d'intérêt de trois solutions d'optimisation observées sur d'autres territoires : Un prestataire privé de transport, une ramasse organisée par la collectivité et l'organisation de cotransport entre producteurs. Dans une dernière partie, nous avons demandé quels seraient les besoins pour améliorer leur organisation et quelles étaient leurs attentes vis-à-vis des collectivités pour optimiser la logistique des circuits courts.

1.4.4 Un corpus étudié avec la méthode d'analyse de contenu thématique

Pour analyser le corpus de 32 entretiens de producteurs, nous avons utilisé la méthode d'analyse de contenu thématique. Cette méthode permet d'extraire et d'organiser le contenu de l'ensemble du corpus par grands thèmes et par sous-thèmes. Après avoir réalisé une dizaine d'entretiens, nous avons construit un plan de code (ou grille d'analyse), selon les idées émergentes de ces premiers entretiens (Annexe D). Ce plan de code est constitué de thèmes (par exemple la livraison ou la préparation des commandes), puis de sous-thèmes (par

exemple dans le thème « livraison » se trouvent les sous-thèmes « prestataire de livraison » et « mutualisation du transport »). Tous les entretiens ont ensuite été recodés dans cette grille d'analyse. Evidemment, si de nouvelles idées émergeaient des nouveaux entretiens, le plan de code pouvait être complété. Cette grille permet d'avoir une vue d'ensemble des idées du corpus. Aussi, nous avons renseigné le nombre de personne du corpus ayant évoqué une idée, ce qui permet de voir les idées qui ont été le plus souvent évoquées.

2 Diagnostic logistique de l'Albigeois et des Bastides

2.1 Le système alimentaire de l'Albigeois et des Bastides

2.1.1 Les producteurs et les productions du territoire

Le territoire de l'Albigeois et des Bastides est rural, 60% de sa superficie est consacrée à l'agriculture, avec une majorité d'élevage, notamment de l'élevage bovin (figure 5). L'élevage caprin et ovin se retrouve sur la partie Sud-Est du territoire, la polyculture-élevage et l'élevage bovin lait et allaitant sur le reste du territoire. Il y a également quelques cultures maraîchères en périphérie de l'agglomération Albigeoise (Huot, 2021a). En 2018, il y avait 1679 exploitations agricoles, soit une baisse de 8 % par rapport à 2010. La surface moyenne des exploitations est de 43,7 hectares, en hausse de 19% par rapport à 2005 (Agreste-ASP-Traitement SSP-RPG-2015, 2018).

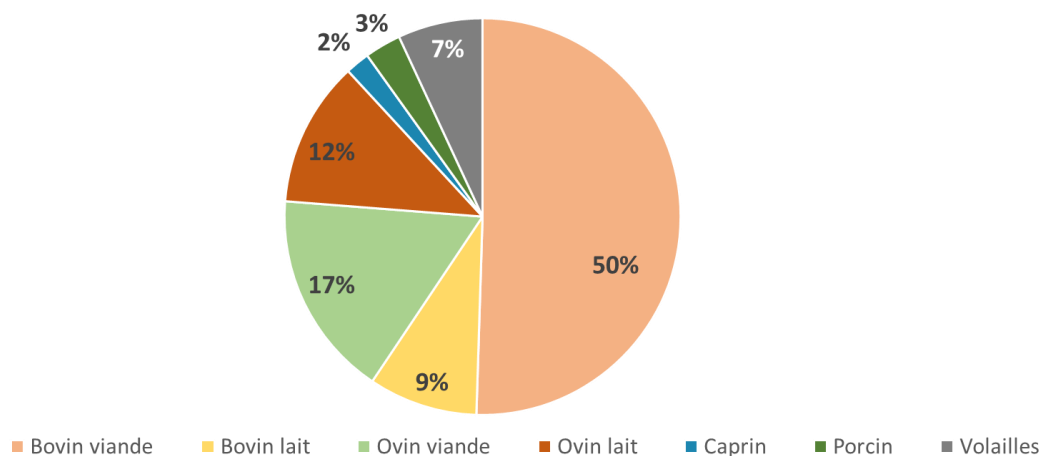


Figure 5 : Type de production animale sur le territoire en part du nombre d'exploitations
(Huot, 2021a)

L'agriculture biologique représente 6% de la surface agricole utile du territoire. Au total, 156 fermes, bio ou conventionnelle, sont recensées comme faisant de la vente directe, majoritairement sur la viande ou la charcuterie, mais aussi sur les fromages, volailles, œuf, légumes ou produits apicoles (figure 6).

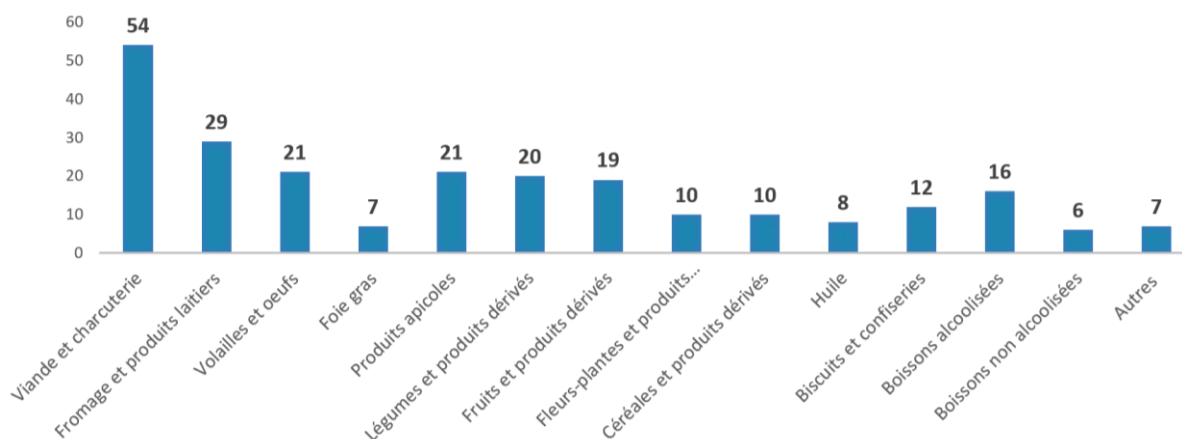


Figure 6 : Nombre de producteurs locaux en vente directe par types de produits (APIDAE, 2020)

(Un même producteur peut vendre plusieurs types de produits)

2.1.2 Les outils de transformation sur le territoire

On trouve sur l'Albigeois et les Bastides de nombreux outils de transformation, notamment en lien avec l'élevage (tableau 1). Néanmoins, la plupart des éleveurs rencontrés mentionnent des problèmes de coopération avec le seul abattoir du territoire et préfèrent travailler avec un autre, hors du territoire. La liste des outils de transformation a été constituée à l'aide de la base Sirene de l'Insee, elle n'est donc pas exhaustive et tient compte uniquement des structures qui ont renseigné la partie transformation comme activité principale.

Tableau 1 : Les outils de transformation sur le territoire de l'Albigeois et des Bastides (INSEE, base Sirene, 2022)

Filière	Type de structure	Nombre
Lait	Atelier à la ferme	9
	Fromageries	5
Volailles	Abattoir	5
	Atelier de découpe	8
Ongulés domestiques	Abattoir	1
	Atelier de découpe	12
Légumes	Conserverie	1
	Légumerie	1

2.1.3 Les points de vente

Nous avons également recensé les points de ventes sur le territoire en incluant l'agglomération d'Albi qui concentre le bassin de consommation (figure 7). Nous pouvons voir qu'il y a plusieurs structures qui vendent des produits locaux, et notamment des marchés de plein vent. Néanmoins, les points de vente majoritaires sont les hypermarchés, supermarchés et épiceries. Nous n'avons pas d'informations quant à la part de produits locaux dans ces magasins.

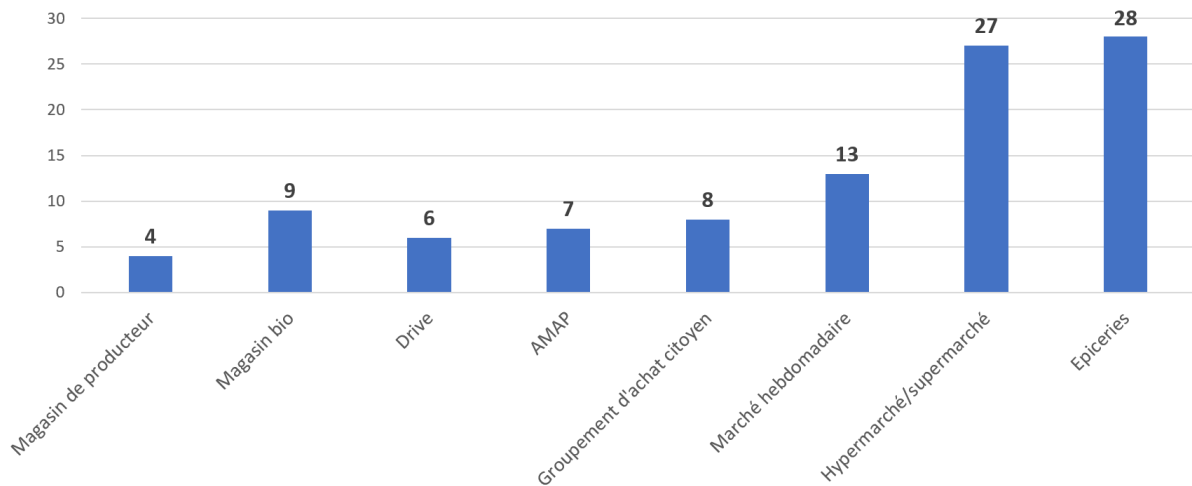


Figure 7 : Points de vente sur l'Albigeois Bastides et l'agglomération Albigeoise (INSEE, base Sirene, 2022) (Huot, 2021a)

2.1.4 Les acteurs clés des circuits courts sur le territoire

Afin de bien comprendre les problématiques autour des circuits courts de proximité sur notre territoire, il convient de faire un focus sur les initiatives existantes.

Il y a des collectifs de producteurs qui s'organisent pour vendre leurs produits localement :

- Le drive in Tarn, initié en 2014 par la chambre d'agriculture du Tarn et maintenant indépendant, dispose également de casiers connectés permettant d'acheter des produits tous les jours;
- Le drive fermier, initié pendant le confinement de 2020 pour faire face à la fermeture des marchés et accompagné par la chambre d'agriculture du Tarn, dispose également de casiers connectés ;

Il y a donc deux structures indépendantes l'une de l'autre qui proposent le même type d'offre sur le même secteur. Ceci a probablement contribué à disperser les ventes et à fragiliser les structures. Les casiers connectés des deux structures ont ouvert en même temps, au moins de juin 2022. Certains producteurs sont présents sur les deux drives, d'autre non.

- Omeloko, un collectif d'une vingtaine de producteurs qui organise un drive toutes les semaines, est situé sur la partie nord du territoire. Ce collectif existe depuis 2019. En raison de faibles ventes à Albi et Gaillac (là où il existe déjà d'autres drives de producteurs), les producteurs ont pris la décision de fermer ces points de retrait en septembre 2022 et de les remplacer par d'autres en zone rurale ;
- La Ruche qui dit Oui sur Albi regroupe à la fois des producteurs du territoire et d'autres producteurs ;
- La Sauce locale, une association de producteurs qui propose un drive hebdomadaire situé à l'est du territoire, sur la commune de Trebas.

Sur l'agglomération d'Albi, nous pouvons retrouver plusieurs AMAP et trois magasins de producteurs. Il y a également un magasin de producteur au Garric, sur la communauté de communes du Carmausin Ségala. Plusieurs marchés de plein vent sont organisés sur le territoire et notamment un marché hebdomadaire réservé aux producteurs sur Albi, le

marché du Castelviel, des marchés bio sur Albi et St Juery. Des marchés sont aussi mis en place durant l'été par exemple sur Alban, Tanus, Teillet, Trebas, Albi. Sur la communauté de communes du Centre Tarn au sud du territoire, il y a plusieurs groupements de citoyens qui s'organisent pour acheter des produits locaux.

L'association Produit sur son 31, créée en 2012, est portée par la chambre d'agriculture de la Haute Garonne et, depuis 2016, par celle du Tarn. Initialement présente à Toulouse, un local a ouvert à Albi en 2022. Cette plateforme propose un catalogue de 200 producteurs locaux à destination des magasins (épiceries et GMS), restauration collective et restaurants. Les produits sont regroupés sur une plateforme à Toulouse, puis les employés de l'association préparent les commandes et livrent les clients. Aujourd'hui, les locaux d'Albi sont utilisés comme un point relais pour les producteurs du Tarn. Les producteurs apportent leurs produits à Albi, puis ils sont acheminés sur la plateforme Toulousaine. Pour le futur, l'objectif est de développer les clients dans le Tarn afin d'avoir une vraie plateforme Albigeoise.

L'association Agropoint, portée par le conseil départemental, compte 125 adhérents ; des producteurs, des PME, des artisans, des industries et des commerçants. Elle promeut les produits Tarnais à travers la marque « Saveurs du Tarn », anime un réseau d'acteurs dans l'objectif de renforcer les relations commerciales et stimuler l'économie locale et organise des événements locaux et nationaux pour valoriser les produits du Tarn.

2.1.5 La dynamique actuelle des circuits courts sur le territoire

Cette mission de stage a été définie alors que la dynamique des circuits courts était positive, avec des perspectives d'augmentation des volumes de vente. Le contexte aujourd'hui est nettement moins favorable, avec, d'après la chambre d'agriculture, une baisse générale des ventes en circuits courts de l'ordre de 20% par rapport à l'année 2021 sur le département du Tarn.

Lors de nos enquêtes, nous avons vu que certains groupes de producteurs s'en sortent mieux que d'autres, notamment ceux qui ont des clients qu'ils connaissent depuis longtemps et qui sont très fidèles. Pour eux, les ventes sont stables en 2022. D'autres observent de fortes irrégularités de vente, ce qui rend leur travail plus difficile car plus imprévisible, comme le montre cette phrase d'un producteur « avant on savait qu'en fin de mois c'était plus difficile de vendre, mais que dès que les retraites étaient tombées ça repartait. Aujourd'hui on n'a plus de repères, c'est irrégulier ». Enfin, certains producteurs sont beaucoup plus fragiles et subissent notamment les fermetures des petits magasins et la diminution des volumes de ventes dans les drives fermiers, marchés ou magasins de producteurs. Deux exploitants contactés ont arrêté leur activité cette année en raison de problèmes économiques liés à l'augmentation des charges et à la baisse des ventes.

Dans ce contexte, les besoins identifiés par les producteurs n'étaient parfois pas liés à la logistique, mais à un besoin d'aide sur la communication, la recherche de nouveaux débouchés, l'animation des magasins de producteurs, le besoin de limiter l'augmentation des charges, etc. La suite de ce rapport se focalise sur l'identification des besoins en termes de logistique.

2.2 Présentation des quatre typologies d'exploitations

A l'aide des résultats des enquêtes, nous avons constitué quatre typologies d'exploitations qui nous ont semblées les plus pertinentes au vu des objectifs de la mission de stage. Ces quatre groupes de producteurs se différencient par leur mode de vente, leur perception des étapes logistiques (notamment sur la livraison) et leurs besoins.

2.2.1 Les producteurs qui multiplient les points de ventes

Ce groupe compte 12 exploitations. Il est composé de cinq éleveurs (brebis et chèvres) qui transforment le lait en fromage, un éleveur de lapins, deux producteurs de viande de brebis, un producteur de volailles, un producteur de viande bovine et produits apicoles, un producteur de viande bovine et porcine et un maraîcher. Il y a une ou deux personnes qui travaillent à plein temps sur ces exploitations. Ils ont en commun de multiplier les débouchés, avec en moyenne 19 points de vente. Ce sont principalement des exploitations qui font de la vente en circuit court depuis seulement quelques années. Cette phrase d'un producteur, montre bien qu'ils ont besoin de multiplier les points de vente pour vendre la totalité de leur production « On a pris tout ce qui se présentait car on avait besoin de développer le chiffre. Après il y aura une phase où on fera le tri car certaines commercialisations ne sont pas rentables ». Les volumes de vente peuvent parfois être très petits et les livraisons non rentables, mais les producteurs les approvisionnent quand même avec l'idée que, petit à petit, le volume de commandes augmentera. Cinq producteurs doivent livrer jusqu'à Toulouse, avec des tournées qui font plus de 150 kilomètres. « Si on avait réussi à tout vendre ici, on ne serait pas allés à Toulouse », explique l'un d'eux. Parmi ceux qui ne se rendent pas jusqu'en région Toulousaine, certains commercialisent tout de même leurs produits là-bas à travers du cotransport avec d'autres producteurs.

Ce groupe de producteurs multiplie donc les débouchés et commercialise des produits frais qui doivent être livrés régulièrement. Pour eux, la partie livraison est donc très contraignante et très chronophage, comme le montre cette phrase d'un producteur « on ne fait pas attention aux heures qu'on passe sur ça, on s'en rendrait compte si on devait payer quelqu'un pour le faire ». La multiplication des kilomètres implique également des charges de plus en plus importantes. A la question « Sur une échelle de 1 à 10, diriez-vous que la livraison est contraignante ? 1 signifie qu'elle n'est pas du tout contraignante et 10 signifie qu'elle est très contraignante », ils donnent une note moyenne de 7,5/10. Cette note monte jusqu'à 10 pour une exploitation qui est isolée à l'est du territoire et qui, même si elle ne va pas jusqu'à Toulouse, doit faire une tournée de 80 kilomètres pour livrer à Albi. Bien qu'ils optimisent leurs tournées en regroupant au maximum les points de ventes, en effectuant un peu de cotransport avec les producteurs voisins ou bien en combinant une livraison avec un trajet personnel, il n'y a pas de mutualisation organisée de façon formelle.

Ces producteurs sont déjà intégrés dans des collectifs d'agriculteurs. Le collectif est important pour eux et l'entraide entre pairs est un levier pour mutualiser et optimiser l'organisation de chacun. Pour ce groupe, la relation avec les clients qui se fait lors des livraisons est importante, mais elle n'est pas indispensable chaque semaine. Un des producteurs mentionne par

exemple le fait que lors des livraisons il ne s'attarde pas à discuter avec le client car il a beaucoup de magasins à livrer. Les producteurs de ce groupe, de par leur expérience dans d'autres collectifs, ont bien conscience que s'organiser à plusieurs pour mutualiser le transport prendra du temps et peut être compliqué. Enfin, la question du coût revient systématiquement dans les discussions, pour ces producteurs qui ne comptent pas leurs heures quand ils font les livraisons eux-mêmes et peuvent difficilement se permettre d'augmenter leurs charges.

Les ventes sont en baisse pour ces producteurs, notamment en raison d'une diminution de la fréquentation des marchés et de la fermeture de certaines boutiques.

2.2.2 Les producteurs qui combinent le local et les filières longues

Ce groupe est composé de quatre exploitations et un artisan fromager. Les producteurs sont dans les filières viticole (deux), oléicole et l'élevage ovin avec transformation fromagère. Entre deux et huit personnes travaillent à plein temps dans ces structures. Leur particularité est de commercialiser à la fois localement dans des boutiques, sur l'exploitation ou le domaine, sur des marchés, restaurants, mais aussi sur des filières longues via des grossistes, des distributeurs et à l'export. Ce sont des structures installées depuis de nombreuses années. Un producteur de ce groupe est en cours de modification de son système avec une forte volonté de relocaliser ses débouchés sur le département et la région Toulousaine. Il semble qu'il y ait un potentiel pour augmenter la part des produits de ce groupe vendu localement. Les producteurs font eux-mêmes les livraisons pour les débouchés très locaux (en deçà de 20 kilomètres) et passent par des prestataires de transport pour les débouchés plus lointains. Pour eux, la livraison est contraignante : ils donnent une note moyenne de 7/10 sur cette dimension. Elle est contraignante notamment car elle coûte cher en passant par un prestataire de transport.

Nous observons dans ce groupe une bonne identification des besoins et une proactivité pour chercher des solutions d'optimisation autour de la livraison. Par exemple, certaines structures ont pris contact avec une start-up proposant un service de livraison dédié aux circuits alimentaires de proximité. Une autre a imaginé le recrutement d'un livreur à travers un groupement d'employeurs qui pourrait être « une ramasse dans les fermes du territoire, avec un camion sur lequel il y aurait écrit 'les Tarnais de l'Albigeois' qui irait ensuite livrer à Toulouse ».

Malgré un besoin de mutualiser clairement identifié, les producteurs font également part de leur inquiétude à développer une solution collective dans un contexte où les producteurs sont également concurrents. Enfin, pour eux, la relation client s'entretient lors des livraisons mais pas nécessairement à toutes les livraisons, comme l'illustre cette phrase d'un producteur « la livraison ce n'est pas le seul acte de livrer, c'est bien d'autres choses » ; mais « faire toutes les livraisons, commercialement, ça ne vaut pas le coup ».

Pour ces producteurs, la dynamique de vente en 2022 est stable.

2.2.3 Les ultras locaux

Nous avons identifié neuf exploitations dans le groupe nommé « les ultra locaux ». Ce sont de petites exploitations, d'une ou deux personnes. Trois sont dans la filière porcine, une dans la filière viande bovine, deux élèvent des poules pondeuses, une produit des lentilles et des huiles végétales et les deux dernières font du maraîchage diversifié. Six exploitations sont certifiées en agriculture biologique et deux autres valorisent leur production à travers la race ancienne du porc gascon.

La particularité de ce groupe est que l'ensemble de la production est vendu dans un rayon inférieur à 35 kilomètres. En termes de débouchés, ces exploitations vont sur les marchés, dans quelques épiceries, magasins de producteurs, drives fermier, AMAP, elles font des paniers aux particuliers ou vendent sur la ferme. Deux d'entre elles livrent également la restauration collective.

Elles ne considèrent pas la livraison comme une étape contraignante et donnent des notes inférieures ou égales à 5 sur le caractère contraignant de celle-ci. Ce sont des exploitations anciennes qui ont, dès le début ou petit à petit, regroupé leurs points de vente proche de la zone de production, comme le mentionne une productrice « Au début, on allait partout parce qu'on en avait besoin, mais depuis on a arrêté certains points de vente comme La Ruche qui dit Oui à Toulouse ». En plus des livraisons, elles doivent souvent assurer des permanences de vente, notamment sur les marchés ou pour les AMAP. Les échanges avec les clients sont importants pour elles. Pour toutes ces raisons, il n'y a pas un fort intérêt à optimiser la partie livraison pour ces exploitations.

La dynamique actuelle de vente est plutôt stable pour ce groupe dont les clients sont fidèles.

2.2.4 Les aficionados de la relation client

Ce groupe est constitué de cinq exploitations. Une est dans la filière viande ovine, une produit des volailles, deux autres cultivent des vergers et la dernière est dans la filière viande bovine. Ces exploitations ont entre deux et trois personnes qui travaillent à plein temps.

Ces producteurs ont à cœur de contrôler la production, la transformation et la commercialisation de leurs produits, comme l'illustre cette phrase d'une agricultrice « un truc super important, c'est la maîtrise du produit du début à la fin ». La qualité des produits et la relation avec les clients sont au cœur de leur modèle. Ils n'ont pas de labels et ont donc besoin d'échanger avec les clients pour parler de la qualité de leurs produits. Ils font preuve d'une grande flexibilité pour répondre aux demandes spécifiques des clients, « tout ce que je peux faire je le fais » explique une productrice. Pour ces producteurs, il n'est pas envisageable de déléguer la relation avec les clients. Trois de ces exploitations vendent une majorité de leur production en vente directe, en faisant des tournées auprès de particuliers, souvent hors du département (Hérault, PACA, Île de France). Le choix des tournées se porte vers les grandes villes où les producteurs trouvent une clientèle aisée dont les commandes sont plus importantes. Grâce aux volumes de vente conséquents, les tournées vers ces zones sont plus rentables que des tournées locales. Pour les deux autres exploitations de ce groupe, les

tournées se font dans le Tarn et dans l’Aveyron. Leurs débouchés sont axés sur les supermarchés, les collectivités et la vente à la ferme. Bien que les débouchés soient différents, la relation avec le client est également primordiale pour ces deux producteurs, « le client apprécie la relation avec le producteur, c’est le plus qu’on apporte en circuit court ». Ils livrent de gros volumes et partent le camion plein. Pour tous, les livraisons sont optimisées en tournées et par secteur et sont effectuées avec un camion frigorifique personnel. Elles se révèlent un peu contraignantes en raison du nombre de kilomètres parcourus. Elles prennent du temps et coûtent de plus en plus cher. Quand on leur demande si la livraison est contraignante, les producteurs de ce groupe donnent une note moyenne de 5.

La dynamique de vente pour ce groupe est mitigée en 2022.

2.3 Présentation des besoins identifiés par les producteurs

Le tableau 2 présente les notes moyennes données par les groupes d’exploitations définis dans la partie précédente sur le caractère contraignant de chaque étape logistique. Les enquêtes montrent que la livraison est l’étape la plus difficile, notamment pour les producteurs qui multiplient les points de vente et pour ceux qui combinent le local et les filières longues. Pour ces producteurs, le besoin d’une mutualisation des livraisons, qui peut se faire sous différentes formes, a été clairement identifié.

Tableau 2 : Note moyenne des quatre typologies d’exploitations sur le caractère contraignant de la livraison

Typologies	Les producteurs qui multiplient les points de ventes 12p.	Les producteurs qui combinent le local et les filières longues 5p.	Les ultra locaux 9p.	Les aficionados de la relation client 5p.
La livraison	7,5/10	7/10	4/10	5/10
La prise de commande & facturation	3/10	3/10	2/10	3/10
La préparation des commandes	5/10	2/10	3/10	4/10
Les permanences de vente	4/10	2/10	3/10	2/10

Quelques producteurs ont également mentionné le besoin que la collectivité mette à disposition des camions frigorifiques et de mettre en place des points de massification sur le territoire pour regrouper les produits.

En dehors de la livraison, les producteurs ont largement mis en avant le besoin de limiter l’augmentation des charges qui pèse sur leur activité. Pour cela, ils sont plusieurs à avoir spontanément évoqué l’organisation de groupements d’achat pour le matériel de conditionnement, les étiquettes et le matériel de transport (glacières, palettes). Cela permettrait de diminuer le coût de ce matériel, comme l’indique cette productrice « on est

une vingtaine à proximité et je suis sûre qu'on achète les mêmes emballages, alors le carton on pourrait l'avoir à 30€ au lieu de 40€ ». Dans un contexte de baisse des ventes en circuit court, ils évoquent également le besoin d'accompagnement pour structurer une offre commerciale commune à plusieurs producteurs à destination des acheteurs en demi-gros.

2.4 Les pistes d'actions identifiées pour optimiser la logistique des circuits courts

2.4.1 Les pistes d'actions identifiées autour du transport

Mutualiser les livraisons est l'axe de travail principal pour optimiser le transport, notamment vers la région Toulousaine qui représente un bassin de consommation important. Cette mutualisation peut s'organiser de différentes manières décrites plus bas. Néanmoins, de façon transversale aux différentes solutions, l'optimisation du transport vers la région Toulousaine aurait plusieurs avantages :

- Cela permettrait à des producteurs qui ne vont pas à Toulouse pour manque de temps, d'accéder à de nouveaux débouchés. En effet, certains n'ont pas développé les ventes vers cette zone car elle est perçue comme inaccessible en raison de l'impossibilité d'y effectuer les livraisons individuellement. Dans un contexte de baisse des ventes, l'opportunité de nouveaux débouchés à travers une livraison mutualisée pourrait renforcer ces exploitations fragiles ;
- Cela permettrait de relocaliser les débouchés de producteurs qui combinent les filières longues et le local en augmentant la part de leur production vendue localement.

De la même manière, la mutualisation, quelle que soit la forme qu'elle prend, implique des points de vigilances transversaux :

- Les spécificités de transport de chaque produit devront être respectées (température, cohabitation de produits différents, etc.) ;
- La mutualisation du transport nécessite d'organiser des points de regroupement des produits sur le territoire. Les producteurs ont mentionné le fait qu'il ne peut pas y avoir un seul point de regroupement sur l'ensemble du territoire, mais un ensemble de petits pôles de regroupement par communautés de communes par exemple. Cette phrase d'un producteur montre qu'il est nécessaire que ces points de regroupement soient proches des exploitations « Si je dois faire 8-10 km pour aller à un point de regroupement, en m'organisant, ça peut valoir le coup ».

2.4.1.1 Un salarié chauffeur-livreur commun à plusieurs producteurs

Cette action consiste en la création d'un poste de chauffeur-livreur via un groupement d'employeurs composé de plusieurs producteurs. Cette solution a été mentionnée dans le cas des livraisons vers la région Toulousaine.

Les producteurs intéressés : Trois producteurs du type « ceux qui multiplient les points de vente » et un producteur du type « ceux qui combinent le local et les filières longues » ont spontanément évoqué cette solution. Nous n'avons pas spécifiquement posé la question de

l'intérêt de cette solution à l'ensemble de l'échantillon. L'analyse des échanges permet tout de même d'estimer le niveau d'intérêt :

- Les producteurs du groupe de « ceux qui multiplient les points de vente » sont susceptibles d'être intéressés car :
 - o Ils ont l'expérience des collectifs de producteurs ;
 - o Ils pourraient gagner du temps ;
 - o Ils pourraient trouver de nouveaux débouchés sans augmenter trop fortement leurs charges ;
- Les producteurs du groupe de « ceux qui combinent le local et les filières longues » seront intéressés car ils ont pour certains déjà un salarié livreur. Ainsi, mutualiser cet emploi permettrait de diminuer leurs charges ;
- Les exploitations des « ultra locaux » ne seront pas intéressées par cette solution car elles y verraient plus de contraintes (perte de la relation client, structuration du collectif, charges) que de gains car le transport est peu contraignant pour elles ;
- Les exploitations du groupe des « aficionados de la relations client » seront peu intéressées car elles veulent garder la main sur la livraison.

Points forts :

- L'intérêt de cette solution est que les producteurs pourraient être soulagés d'une partie ou de la totalité de la livraison tout en gardant la maîtrise de cette étape. Cette solution rassure les producteurs sur la qualité de la livraison et maintient la relation avec le client à travers le salarié qui n'est pas un simple livreur mais également un « ambassadeur » des produits. Ce salarié connaîtra bien les exploitations, la façon de travailler des producteurs, la qualité des produits et pourra répondre aux questions des clients ;
- Cette solution apporterait une grande flexibilité dans la livraison et offrirait la possibilité de livrer de petites quantités, de multiples clients et de s'adapter aux horaires et aux spécificités des clients.

Points de vigilance :

- Il y a de nombreux producteurs qui n'incluent pas leur temps de travail dans leurs charges. Un salarié livreur, même s'il est commun à plusieurs producteurs, entraînera des charges supplémentaires pour l'agriculteur. Il faut veiller à ce que ces charges supplémentaires soient soutenables pour l'exploitation et que tous les producteurs y trouvent leur compte (nouveaux débouchés, gain de temps) ;
- Une organisation transparente devra être définie pour calculer le prorata du salaire de cet emploi à facturer à chaque producteur, notamment quand le livreur effectue une tournée pour plusieurs agriculteurs ;
- Cet emploi doit s'inscrire dans un temps long afin de mettre en place une relation de confiance avec les clients et de limiter les erreurs de livraison.

2.4.1.2 Le cotransport entre producteurs

Cette action consiste à mutualiser les tournées de livraisons entre les producteurs : un producteur pourra transporter ses produits mais également ceux d'autres producteurs et inversement. Il peut y avoir différentes manières d'organiser ce cotransport. On peut mettre en place une rotation du producteur-livreur toutes les semaines ou cela peut être toujours le même producteur qui effectue le rôle du livreur, en échange d'un dédommagement. Cette

action peut s'organiser au sein d'un collectif de producteurs ou bien avec des producteurs deux à deux. Le cotransport est une pratique qui existe déjà sur le territoire mais qui n'est pas formalisée. Dix-sept producteurs interrogés ont déclaré faire du cotransport de temps en temps ou régulièrement.

Les producteurs intéressés : Vingt.

- Les producteurs du groupe « ceux qui multiplient les points de vente » sont très intéressés par cette solution, notamment parce qu'ils ont l'habitude des collectifs, parce qu'ils veulent gagner du temps et trouver de nouveaux débouchés.
- Les producteurs du groupe des « ultra locaux » déclarent un certain intérêt, mais il semble que le cotransport soit difficile à organiser pour ce groupe qui y verrait plus d'inconvénients (le temps pour la mise en place des relations de confiance entre les producteurs, la diminution de la relation client, l'affaiblissement du lien social, etc.), que de gains.
- Les producteurs qui « combinent le local et les filières longues » sont moyennement intéressés par cette solution car ça leur paraît difficile à organiser. Ils ne font pas les livraisons au-delà de vingt kilomètres, donc ils ne peuvent pas transporter les produits des autres producteurs.
- Les producteurs des groupes « les aficionados de la relation client » ne sont pas intéressés par cette solution car ils veulent garder la main sur la livraison de leurs produits et que leurs camions sont déjà plein lors de leurs tournées.

Points forts :

- Elle permet aux producteurs de garder la main sur la partie livraison et la relation client ;
- Elle permet de réaliser des économies de temps et d'argent par rapport à une tournée individuelle.

Points de vigilance :

- Il faudra veiller à répartir les charges liées au transport de façon équitable et transparente ;
- Il faudra définir qui a la responsabilité des produits lors du transport ;
- Cette solution nécessite une relation de confiance entre les producteurs ;
- Le cotransport entre producteurs qui sont également concurrents peut entraîner certaines difficultés ;
- Aucun producteur n'a la capacité de prendre les produits de tous ceux qui vont à Toulouse, donc le cotransport doit s'organiser par petits groupes ou bien être accompagné d'un investissement dans un véhicule plus grand ;
- Les producteurs mentionnent le besoin de maintenir une relation avec le client, mais pas forcément à toutes les livraisons.

2.4.1.3 Le prestataire de transport

Cette action consiste à ce que les producteurs passent par un prestataire de transport qui livrerait les produits. Nous avons testé l'intérêt auprès de l'ensemble de l'échantillon de deux formes de passage par un prestataire : un acteur privé avec qui les producteurs traitent directement ou bien un prestataire de transport organisé par la collectivité. Le plus souvent, ce prestataire est un transporteur qui effectue des trajets longs, sillonne le territoire et qui

pourrait compléter ses tournées avec des produits locaux. Sur l'Albigeois Bastides, les producteurs qui utilisent déjà cette solution passent par Roucayrol, Geodis, Albi Messagerie, Rivals ou bien Chronofresh. Ce prestataire peut également être un spécialiste du transport de produits alimentaires locaux en circuit court, comme Agriflux qui a été rencontré pendant la mission. Cet acteur, très présent en Midi-Pyrénées, fait office de tour de contrôle pour optimiser la livraison de produits en circuit court en les insérant sur des tournées déjà existantes de transporteurs.

Les producteurs intéressés : Dix-neuf producteurs sont intéressés dans le cas où ce prestataire serait organisé par la collectivité et treize dans le cas où il serait organisé directement avec un acteur privé.

Cette solution est plébiscitée par « ceux qui combinent le local et les filières longues ». En effet, ils ont l'habitude de passer par un prestataire de transport et mutualiser les livraisons permettrait de diminuer les coûts de la prestation. Travailler avec un prestataire expert en logistique des circuits courts permettrait une plus grande flexibilité des conditions de prise en charge des produits par le transporteur.

Les producteurs du groupe « ceux qui multiplient les points de ventes » sont intéressés et certains sont déjà en discussion avec Agriflux pour déléguer leurs tournées.

Une seule exploitation du groupe des « ultra locaux » mentionne un intérêt fort pour cette solution dans le cas où elle serait organisée par la collectivité car elle l'a déjà expérimenté pour approvisionner une cantine scolaire.

Les exploitations du groupe des « aficionados de la relation client » ne sont pas intéressés par cette solution, en raison d'un attachement très fort au lien avec les clients et d'une volonté de maîtriser l'activité de la production jusqu'à la vente.

Points forts :

- Cette solution permet de soulager complètement les producteurs de l'étape de livraison ;
- Elle permet d'avoir accès à des camions adaptés aux produits à transporter (Température dirigée, grands volumes) ;
- Elle permet aux magasins d'avoir une livraison effectuée par un professionnel.

Points de vigilance :

- On observe une grande appréhension et des craintes quant à la qualité de ce service chez les producteurs. Certains ont peur que la chaîne du froid ou les horaires de livraison ne soient pas respectés. Ils sont néanmoins rassurés dans le cas où la collectivité organiserait cette action ;
- Les producteurs ont mentionné le manque de flexibilité des prestataires de transport qui n'effectuent pas toujours la ramasse et qu'il faut livrer sur Albi ;
- Les transporteurs ont un fonctionnement qui n'est pas toujours adapté au type de produits à livrer, comme par exemple une livraison « à la palette » qui ne correspond pas à la quantité que souhaitent livrer les producteurs. Ces derniers évoquent le besoin d'une messagerie locale de produits frais adaptée aux spécificités des circuits alimentaires locaux ;
- Les producteurs mentionnent le besoin que la personne en charge de la livraison soit toujours la même pour ne pas multiplier les erreurs ;
- La perte de la relation avec les clients et le coût de cette solution peuvent être des

points bloquants.

2.4.2 Les pistes d'actions identifiées autour des autres étapes logistiques

2.4.2.1 Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement et pour la fourniture des étiquettes

Cette action consiste en la création d'un groupement d'achat de producteurs qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caisson frigorifique, etc). En effet, lors de l'enquête, nous nous sommes rendu compte que la majorité des producteurs interrogés achète ce matériel de façon individuelle.

Les producteurs intéressés : Huit producteurs ont spontanément évoqué ce besoin, nous n'avons pas évalué l'intérêt de cette solution auprès de l'ensemble de l'échantillon. Ce besoin se retrouve de façon transversale quels que soient la taille de l'exploitation, les débouchés, la filière ou les typologies définies plus haut.

Point fort : Diminution des coûts des emballages

Points de vigilance :

- Un travail devra être effectué sur le territoire pour recenser le matériel acheté par les producteurs et vérifier que plusieurs producteurs utilisent les mêmes emballages ;
- Selon le volume des emballages achetés, il faudrait un endroit pour les réceptionner et les stocker ;
- Cela demande de l'anticipation de la part des producteurs pour commander le matériel simultanément.

2.4.2.2 Accompagner la structuration d'une offre demi-gros locale

Cette action consiste en la structuration d'une offre qui regroupe plusieurs producteurs au sein d'une même plateforme numérique à destination des acheteurs en demi-gros locaux ; épiceries, supermarchés ou restauration collective.

Les producteurs intéressés : Au sein d'un collectif de producteurs qui gère un drive fermier, certains volontaires ont constitué un nouveau groupe de travail pour diversifier leur offre vers les acheteurs demi-gros. Néanmoins, ce groupe de travail est à l'arrêt en raison d'un manque de temps et d'un manque d'animation du groupe. Il y aurait un besoin d'accompagnement pour animer ce collectif, continuer les réflexions qui ont déjà été menées et structurer cette nouvelle offre. En dehors de ce groupe de travail, un producteur a également mentionné ce besoin sur le territoire. Cette action n'a pas été testée auprès de l'ensemble de l'échantillon

Points forts :

- Cette action simplifierait la prise de commande des épiceries, supermarchés ou collectivités qui sont dans une démarche d'approvisionnement local ;
- Elle inciterait de nouveaux acteurs à s'approvisionner localement en levant certaines contraintes ;
- Elle permettrait à certains acteurs qui achètent uniquement certains produits au niveau local, d'étoffer leur gamme de produits locaux.

Point de vigilance :

- Il existe déjà à Albi la plateforme Produit Sur Son 31 qui propose une offre de produits de producteurs du Tarn (et de la Haute-Garonne) à destination d'acheteurs en demi-gros. Il faudra veiller à ce que la nouvelle offre soit en cohérence avec ce qui existe déjà. Toutefois, cette plateforme ne concerne que des producteurs et non des artisans, ce qui est un problème qui a été relevé lors des enquêtes ;
- Les producteurs de cette offre peuvent être également concurrents

2.4.2.3 Organiser un partage d'expérience sur l'utilisation d'un logiciel de gestion commerciale

Cette partie n'est pas un besoin qui a été mentionné par des producteurs, bien que certains aient évoqué le fait que la partie administrative était très contraignante. Les factures se font souvent à la main, ce qui est chronophage, source d'erreur et retarde les paiements. Ainsi, trois producteurs ont spontanément fait un retour d'expérience très positif sur l'utilisation d'un logiciel de gestion commerciale adapté à leurs besoins. Une productrice a déclaré avoir gagné une demi-journée de travail par semaine en utilisant cet outil. Ça lui permet également de faire des économies sur sa comptabilité et d'éviter les erreurs qui pouvaient lui faire perdre de l'argent. Un des producteurs explique ainsi que « la partie administrative, c'est quasiment 50% de la vente directe, donc c'est important d'avoir des logiciels qui optimisent ». Il serait donc intéressant de communiquer auprès des producteurs sur ces outils ou d'organiser une journée de partage d'expérience avec ceux qui travaillent déjà avec ces logiciels.

Point fort : Un retour d'expérience de pairs qui aurait du poids auprès des autres producteurs
Points de vigilance :

- C'est une solution qui ne peut pas être optimale pour tous les producteurs, comme l'illustre bien cette phrase d'une productrice « je devrais optimiser avec un outil informatique mais je ne sais pas m'en servir et je suis trop vieille pour me former » ;
- Il faut parvenir à mobiliser les producteurs qui ont des emplois du temps très remplis ;
- Une productrice en difficulté à cause de la baisse des ventes a dû arrêter son abonnement à cet outil.

Plus largement, il pourrait être intéressant d'organiser des retours d'expériences de producteurs sur différentes thématiques logistiques.

2.4.2.4 Organiser des ateliers pour calculer les coûts des activités logistiques

Les coûts des activités logistiques incluent les différentes charges, comme celles liées au transport, au matériel, mais aussi le temps de travail. Quatorze exploitations interrogées n'ont pas de connaissance précise des coûts inhérents aux activités logistiques. Parmi celles qui disent en avoir connaissance, certaines précisent qu'avec l'inflation, il faudrait recalculer ce coût qui a évolué. Une productrice explique par exemple « je sais qu'il faut que j'augmente les prix de mes produits mais je ne connais pas la juste augmentation qu'il faudrait appliquer ». Ainsi, cette action consiste à proposer une formation au logiciel Logicoût qui permet de calculer l'ensemble des coûts liés aux activités logistiques.

Les producteurs intéressés : Sept exploitations sont intéressées par ces ateliers. Seuls les producteurs du groupe de « ceux qui combinent le local et les filières longues » ne le sont pas car ils connaissent déjà ce coût.

Point fort : Connaître les coûts logistiques est un outil d'aide à la décision pour les producteurs

afin de regrouper les débouchés sur un même secteur ou de réduire la fréquence de livraison.
Points de vigilance :

- Certains ne souhaitent pas calculer ce coût car « si on calculait (le coût logistique), ça ferait peur » ;
- Il faut parvenir à mobiliser les producteurs qui ont des emplois du temps très remplis.

2.4.3 Synthèse des pistes d'actions identifiées

Le niveau d'intérêt de chaque solution, notamment celles autour du transport, varie fortement selon les types d'exploitations. Le tableau 3 montre le niveau d'intérêt de chaque typologie pour chaque piste d'action. Pour les actions de livraison par un prestataire de transport, système de ramasse organisé par la collectivité et cotransport, la question du niveau d'intérêt a été spécifiquement posée à l'ensemble de l'échantillon lors des enquêtes. Pour les autres solutions, le niveau d'intérêt a été évalué selon l'analyse faite des échanges avec les producteurs.

Tableau 3 : Intérêt des 4 typologies d'exploitation pour chaque solution

PISTES D'ACTION	Les ultra locaux	Les aficionados de la relation client	Les producteurs qui combinent le local et les filières longues	Les producteurs qui multiplient les points de ventes
Structurer un groupement d'employeur avec un salarié livreur	Fort	Fort	Très fort	Très fort
Livraison par un prestataire de transport privé*	Fort	Fort	Très fort	Moyen
Livraison par un prestataire de transport organisé par la collectivité*	Moyen	Fort	Moyen	Très fort
Développer le cotransport entre producteurs*	Moyen	Fort	Moyen	Très fort
Structurer un groupement d'achat de producteurs pour le matériel de conditionnement / transport / étiquette	Très fort	Très fort	Très fort	Très fort
Structurer une offre demi-gros locale	Moyen	Fort	Très fort	Très fort
Organiser un retour d'expérience sur l'utilisation d'un outil de gestion commercial	Très fort	Moyen	Fort	Moyen
Organiser des ateliers de calcul des coûts logistique	Moyen	Moyen	Fort	Moyen

*Niveau d'intérêt spécifiquement posé à l'ensemble de l'échantillon. Pour les autres actions, le niveau d'intérêt indiqué correspond à l'analyse faite des échanges.

Légende : Niveau d'intérêt

Très fort	Fort	Moyen	Faible
-----------	------	-------	--------

Le tableau 4 présente, pour chaque piste d'action identifiée, l'étape logistique concernée. Ainsi, nous pouvons voir qu'à date, aucune action n'a été identifiée sur l'étape de logistique inverse, qui consiste à récupérer les invendus et emballages. Les autres étapes logistiques sont concernées par au moins une action. Le tableau présente également le type de solution selon celles décrites dans les travaux sur la logistique des circuits courts de proximité présentés en première partie ; les solutions techniques, technologiques et organisationnelle. Enfin, il présente le niveau de coopération entre acteurs que nécessite la solution envisagée.

Tableau 4 : Synthèse des pistes d'action identifiées

PISTES D'ACTION	Etape logistique concernée	Type de solution	Niveau de coopération entre acteurs
Structurer un groupement d'employeur avec un salarié livreur	Distribution	Organisationnelle	Fort
Livraison par un prestataire de transport	Distribution	Technique	Faible
Développer le cotransport entre producteurs	Distribution	Organisationnelle	Fort
Structurer un groupement d'achat de producteurs pour le matériel de conditionnement / transport / étiquette	Production / transformation	Organisationnelle	Moyen
Structurer une offre demi-gros locale	Planification amont	Organisationnelle	Fort
Organiser un retour d'expérience sur l'utilisation d'un outil de gestion commercial	Planification amont & facturation	Technologique	Moyen
Organiser des ateliers de calcul des coûts logistique	Toutes les étapes	Technique	Faible

3 Quelle légitimité pour le PTAB à s'emparer du sujet de la logistique des circuits courts de proximité ?

En inscrivant les circuits courts alimentaires comme axe majeur de travail des PAT, nous avons mis en avant « la dimension territoriale de ces circuits mais aussi les acteurs qui, depuis longtemps, œuvrent et innovent pour le développement local en cherchant à reconnecter agriculture et alimentation » (Chiffolleau, 2022). Ainsi, les collectivités ont un rôle important à jouer dans la structuration de ces circuits qui valorisent les ressources naturelles et humaines du territoire. Ces circuits sont également un moyen de privilégier la « coopération entre les producteurs et les acteurs des territoires (artisans, consommateurs, restaurateurs, élus...) pour, à la fois, contribuer au développement local et faciliter l'accès à une alimentation de qualité ». (Chiffolleau, 2022). Aujourd'hui, les exemples d'actions de collectivités favorisant les circuits courts ne manquent pas, comme la structuration de filières locale ou l'approvisionnement local de la restauration collective. Mais ce qui est plus récent, c'est la considération du frein logistique qui empêche le changement d'échelle des circuits courts. De plus en plus, la logistique de proximité est traitée par les collectivités, via la mise en place de plateformes territorialisées ou la structuration de collectifs qui proposent une offre et une livraison communes. Ainsi, des collectivités de différentes échelles territoriales se sont octroyées la légitimité d'optimiser la logistique alimentaire de proximité dans l'objectif de développer les circuits courts.

Lors de nos enquêtes auprès de chargés de mission PAT ayant travaillé sur le sujet, nous avons compris que les territoires qui ont abordé ce sujet sont principalement urbains (Marseille, Lorient, l'île d'Oléron...). Dans ces secteurs, les problématiques logistiques sont tout à fait différentes des nôtres et se focalisent sur l'enjeu des derniers kilomètres. Sur l'Albigeois et les Bastides, en tant que territoire rural, les contraintes sont principalement liées à la ramasse des produits car les exploitations sont éloignées les unes des autres. Ainsi, il est plus difficile de bénéficier de retours d'expériences de collectivités rurales qui ont mené des actions

d'optimisation logistique et donc d'appuyer la légitimité d'un territoire rural à s'emparer de cette question. Le pôle Albigeois Bastides travaille sur le thème de l'alimentation locale depuis longtemps. Cette ancienneté a permis de travailler sur de nombreuses problématiques et d'acquérir de l'expérience. Il serait donc intéressant qu'il s'empare d'une nouvelle problématique qui est encore peu traitée dans les collectivités rurales.

3.1 *Légitimité du pôle à accompagner les actions identifiées*

3.1.1 Le pôle est légitime à structurer des collectifs multi acteurs

Transversalement aux différentes actions identifiées, la légitimité du pôle repose principalement sur l'accompagnement à la structuration de collectifs. En effet, il dispose de compétences en animation de collectifs, il a une vision territoriale et peut mettre en relation différents types d'acteurs. Il peut faire office de tierce personne pour rassurer, intégrer les membres du nouveau collectif et agir comme médiateur en cas de conflit. D'après les travaux de Raimbert et Raton sur les collectifs logistiques, lorsqu'il y a la présence d'acteurs de territoire dans la structuration de collectifs, « l'interconnaissance n'est plus un pré-requis et les liens sociaux entre membres du collectif sont, généralement, plus distendus » (Raimbert et Raton, 2021). Ceci permet de faciliter la structuration de nouveaux collectifs logistiques, notamment lorsqu'ils intègrent des acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble ou ne se connaissent pas.

Le pôle peut également jouer un rôle dans la recherche de financements publics. En effet, il dispose de contrats territoriaux avec la région Occitanie et le département du Tarn, et d'un contrat de ruralité avec l'état. Ces derniers lui permettent de mobiliser des financements pour soutenir des projets de développement du territoire. Ces financements permettraient de minimiser l'investissement initial d'un collectif et ainsi faciliter la démarche commune.

3.1.2 La légitimité du pôle à agir en faveur d'une mutualisation du transport dépend de la forme que cette dernière peut prendre

Pour l'ensemble des actions de mutualisation de la livraison, le pôle est légitime à agir pour plusieurs raisons :

- Les communautés de communes et donc le PTAB, ont la compétence du développement économique du territoire. Il est donc légitime d'agir en faveur d'une mutualisation des livraisons car cela permettrait de renforcer des exploitations fragiles qui auront accès à de nouveaux débouchés ;
- La mutualisation de la livraison permettrait de relocaliser les débouchés de producteurs qui vendent à la fois en local et en filières longues. C'est un des axes stratégiques du projet alimentaire de territoire mis en œuvre par le PTAB après concertation des acteurs. La mutualisation de la livraison participerait à garder la valeur ajoutée créée par les producteurs au sein du territoire ;
- La mutualisation des livraisons permettrait de réduire les émissions liées au transport, ce qui participe pleinement à la mission principale du PTAB qui est d'agir pour la transition écologique et énergétique.

De façon plus spécifique, le pôle est légitime pour accompagner la création d'un collectif de producteurs ayant un salarié-livreur en commun car cette démarche d'action collective permettrait de renforcer la coopération entre producteurs. Cela pourrait découler sur l'échange de bonnes pratiques, l'entraide et la mutualisation autour d'autres sujets, ce qui serait bénéfique pour les producteurs et pour le territoire. La mise en place de ce collectif innovant nécessite un fort niveau d'investissement personnel de la part des producteurs car ils devront mettre en commun des ressources et des informations sur leur clientèle. La présence d'une tierce personne en qui les producteurs ont confiance pour initier et animer ce collectif sera essentielle et la collectivité pourrait remplir ce rôle. La création d'un nouvel emploi via la solution du salarié-livreur commun participe au développement économique du territoire et donc légitime le rôle du pôle.

Pour le cotransport, la légitimité du pôle dépend de la forme que pourrait prendre cette action. Si l'action consiste à créer un collectif de producteurs qui organiserait le cotransport, le pôle est légitime à accompagner sa mise en œuvre. Si cela consiste à mettre en relation les producteurs deux à deux pour favoriser le cotransport, la légitimité du pôle est plus faible et d'autres acteurs privés ou des organisations professionnelles agricoles peuvent également accompagner cette action.

Pour le passage par un prestataire externe de transport, la légitimité du pôle dépend également de la forme que cette action pourrait prendre.

Dans le cas d'une ramasse organisée par la collectivité, il semble que l'échelle du pôle soit trop restreinte pour que cette solution soit viable économiquement. Or, il est important que cette ramasse puisse être indépendante économiquement pour être pérenne. Dans ce cas, le département est un acteur plus pertinent.

Dans le cas d'une livraison effectuée par un prestataire privé de transport et organisée par les producteurs eux-mêmes, le pôle, grâce à sa vision territoriale peut recenser les transporteurs et organiser des rencontres entre ces derniers et les producteurs. En effet, c'est ce rôle de mise en relation qui a été évoqué par le directeur d'Agriflux, entreprise qui organise le transport des produits alimentaires locaux, lors de notre rencontre.

Néanmoins, le pôle ne sera pas forcément légitime à aller plus loin dans la collaboration entre deux acteurs privés : producteurs et transporteurs.

La légitimité du pôle à mettre en place la livraison par un prestataire de transport pourrait être renforcée dans le cas d'un approvisionnement de la restauration collective du territoire.

3.1.3 La présence du pôle permettrait d'intégrer largement les producteurs dans la structuration d'un groupement d'achat

La présence d'une collectivité pour créer un groupement d'achat de matériel de conditionnement permettrait d'intégrer largement des producteurs et pas seulement ceux qui se connaissent déjà. Ceci peut être intéressant car plus il y aura de producteurs qui intégreront ce collectif, plus la marge de manœuvre pour diminuer les coûts du matériel sera grande. Aussi, ce n'est pas un collectif qui demande une forte coopération entre acteurs.

Ce groupement d'achat peut également être un levier d'action pour faire évoluer les pratiques

de producteurs qui utilisent des emballages jetables en les incitant à acheter du matériel réutilisable. Dans ce cas, la légitimité du pôle est renforcée par sa mission principale de transition écologique et énergétique. De plus, certains producteurs achètent leur matériel de conditionnement chez Apiculture-Remuaux, un fournisseur situé à St Juery (agglomération Albigeoise). Accompagner un groupe de producteurs à relocaliser l'achat de leurs emballages participerait au développement économique du territoire.

En revanche, ce groupement d'achat étant constitué uniquement de producteur avec un niveau de coopération limitée, la vision territoriale dont dispose le pôle est alors moins intéressante que dans la structuration de collectifs multi-acteurs. Ainsi, les organisations professionnelles agricoles sont également légitimes à mettre en place cette action.

3.1.4 Intégrer la restauration collective et les épiceries dans un collectif qui propose une offre demi-gros locale renforcerait la légitimité du pôle

Comme pour la mutualisation de la livraison, la légitimité du pôle repose sur la structuration d'un collectif et sur les impacts positifs pour le territoire d'une nouvelle coopération forte entre acteurs. La présence du pôle pour initier ce collectif est intéressante car elle permettrait de mettre en confiance les producteurs qui devront échanger des informations stratégiques. Aussi, ce collectif pourrait intégrer certains clients de cette offre, comme la restauration collective ou des épiceries. Alors, la présence du pôle prend tout son sens grâce à sa vision territoriale et sa connaissance des acteurs de la restauration collective et des épiceries avec qui il travaille depuis 2017 dans le cadre du PAT. Cela simplifierait l'approvisionnement local de la restauration collective ou des épiceries, mission clé du pôle. Enfin, apporter de nouveaux débouchés aux producteurs locaux participe au développement économique du territoire, renforçant ainsi la légitimité du pôle.

Un collectif de producteurs a déjà initié une réflexion sur cette nouvelle offre, mais est aujourd'hui à l'arrêt. L'introduction du pôle dans ce collectif pourrait donner un second souffle à cette démarche, mais il faudra veiller à ce que le pôle trouve sa place et que les producteurs ne se sentent pas délaissés de leur projet. D'après les retours d'expériences de chargés de mission PAT ayant travaillé sur la logistique au sein d'autres territoires, il est très important de s'appuyer sur des structures ou des collectifs déjà existants et de les renforcer. Ainsi, s'appuyer sur ce collectif pour développer cette offre sera plus facile et efficace. Néanmoins, la question d'intégrer de nouveaux producteurs pourrait se poser, en veillant à ne pas déstabiliser le collectif existant.

3.1.5 La légitimité du pôle à organiser des ateliers pour les producteurs est faible

Le pôle, seul, ne semble pas être l'acteur privilégié pour organiser des ateliers à destination des producteurs, comme le partage d'expérience autour d'un outil de gestion commercial ou la formation au calcul des coûts logistiques. En effet, les organisations professionnelles agricoles sont plus connues par les agriculteurs, disposent de l'ensemble des contacts des producteurs du territoire et sont donc plus à même de mobiliser un panel large d'agriculteurs. L'avantage du pôle par rapport aux OPA est sa neutralité syndicale, qui permettrait d'être plus

inclusive. Il pourrait donc être intéressant que le pôle soit co-organisateur de cet événement.

3.1.6 Bilan du niveau de légitimité du pôle à mettre en place les actions d'optimisation logistique

Le tableau 5 montre une vue d'ensemble du niveau de légitimité du pôle à mettre en place chaque action préalablement identifiées.

Tableau 5 : Légitimité du pôle à mettre en place les actions identifiées

PISTES D'ACTION	Légitimité du pôle à mettre en place l'action
Structurer un groupement d'employeur avec un salarié livreur	Forte
Livraison par un prestataire de transport privé	Faible
Livraison par un prestataire de transport organisé par la collectivité	Faible
Développer le cotransport entre producteurs à travers un collectif de producteur	Forte
Développer le cotransport entre producteurs deux à deux	Faible
Structurer un groupement d'achat de producteurs pour le matériel de conditionnement / transport / étiquette	Moyenne
Structurer une offre demi-gros locale	Forte
Organiser un retour d'expérience sur l'utilisation d'un outil de gestion commercial	Faible
Organiser des ateliers de calcul des coûts logistique	Faible

3.2 Sur le territoire de l'Albigeois et des Bastides, la légitimité du pôle à se saisir de la logistique est encore à construire

3.2.1 Un manque de notoriété du pôle et de ses actions

Alors que le PTAB travaille depuis plus de cinq ans à fédérer des acteurs autour d'une alimentation locale et à structurer un projet alimentaire de territoire, il manque de notoriété, notamment auprès des agriculteurs. En effet, lors des enquêtes, certains producteurs ne connaissaient pas le pôle, ni ses actions autour des circuits courts. Ce manque de notoriété est un frein à la construction d'une légitimité forte du PTAB à travailler sur la question large du développement des circuits courts, et plus encore sur celle de la logistique. De plus, les producteurs qui connaissent le pôle et ses actions en font un retour très positif, « j'ai confiance dans le pôle, ce qu'ils font c'est chouette » explique une productrice. Ces producteurs sont alors beaucoup plus favorables à l'idée de s'investir dans un projet collectif animé par le PTAB. Renforcer la visibilité des actions du pôle sera donc d'autant plus utile. Ce manque de connaissance des actions du PAT a déjà été identifié lors du bilan de la première phase du projet, et des actions sont actuellement mises en place pour incarner le PAT sur le territoire et le faire connaître auprès des habitants, des agriculteurs, des artisans, des élus, etc. Le travail sur la logistique peut également être une « vitrine » pour faire connaître le PTAB et qu'il soit vu comme un acteur clé de la structuration des circuits courts sur le territoire.

3.2.2 Collectivités et logistique, une association qui dérouté les producteurs

Lors des enquêtes, nous avons spécifiquement demandé aux producteurs quelles étaient leurs attentes vis-à-vis des collectivités locales ou des acteurs institutionnels pour optimiser la logistique des circuits courts. La majorité des personnes interrogées est déroutée par cette question, ce qui montre que la présence de ces acteurs sur cette thématique n'est pas évidente pour les producteurs. De plus, les pistes d'optimisation évoquées portent sur une organisation entre producteurs, ou entre les producteurs et leurs clients. En revanche, les acteurs de territoire ont été très peu mentionnés de façon spontanée par les producteurs pour agir sur la logistique. Les collectivités ont été citées pour aider les producteurs à trouver de nouveaux débouchés, faire de la communication ou pour organiser un approvisionnement local de la restauration collective. Pour les producteurs, cette partie logistique reste donc principalement une affaire de producteurs et il leur est difficile d'imaginer d'autres acteurs prenant en charge cette activité.

Comme nous l'avons montré précédemment, l'action du PTAB à accompagner la mutualisation de la livraison, la structuration de groupement d'achat ou d'une offre demi-gros locale est souhaitable car elle aura un impact positif pour les personnes concernées par ces actions. A travers le prisme des travaux de Suchman, on peut alors penser que le PTAB bénéficiera d'une légitimité pragmatique à agir en faveur d'une optimisation de la logistique des circuits courts, légitimité qui correspond à un calcul rationnel des personnes qui sont affectées par les actions de l'organisation (Suchman 1995).

Néanmoins, afin de renforcer la légitimité d'action du PTAB vers la légitimité morale décrite par Suchman, un travail sera nécessaire pour faire évoluer les normes sociales autour de la logistique des circuits courts. En effet, ces dernières n'intègrent pas, aujourd'hui, la présence d'acteurs de territoire. Il faudra montrer en quoi ces acteurs peuvent et doivent prendre en charge ces questions sur leur territoire et que cela s'ancre petit à petit comme une nouvelle norme sociale. Ainsi, plus l'action d'une collectivité paraîtra évidente aux yeux des acteurs des circuits courts, plus elle sera facile à mettre en place et plus elle pourra avoir d'impact positif sur le territoire.

3.2.3 Les atouts et les difficultés de l'échelle d'action du pôle

La logistique des circuits courts peut s'envisager à différentes échelles : elle peut très locale, comme dans le cas d'Omeloko, le drive fermier organisé par les producteurs situé sur la partie nord du territoire. Certains producteurs ont également mentionné l'intérêt d'avoir des outils logistiques très locaux, comme des points de regroupement sur plusieurs zones de notre territoire. En effet, pour eux, ces points de regroupement n'ont plus d'intérêt s'ils ont trop de kilomètres à parcourir pour les rejoindre. Dans ces cas-là, la logistique peut être pensée de façon très locale et l'échelle du PTAB semble pertinente, en articulant ses actions avec les communautés de communes par exemple.

Néanmoins, pour d'autres acteurs, dès que l'on veut massifier, augmenter les flux et mettre en place des infrastructures qui soient viables économiquement, l'échelle du département voir interdépartementale semble être plus pertinente. En effet, la plateforme logistique Produit sur son 31, rayonne sur l'échelle des départements de la Haute-Garonne et du Tarn et

Agriflux préconise l'échelle départementale pour une solution de transport efficace et pérenne. Dans ces cas-là, il faudra articuler l'action du pôle avec celle du département ou de la région.

Enfin, les frontières administratives peuvent poser problème aux collectivités lors de la mise en place d'actions d'optimisation logistique. En effet, les organisations des acteurs des circuits courts ne dépendent pas de ces frontières, alors que les élus des collectivités seront réticents à mettre en place des actions pour des territoires en dehors de leur collectivité. D'autres structures comme les chambres d'agriculture ou associations ne sont pas concernées par ce problème de limites administratives.

3.3 Retour sur les hypothèses et sur la méthodologie

3.3.1 Retour sur les hypothèses émises au début de la mission

Au début de cette mission quatre hypothèses ont été émises pour répondre à la question générale. Après avoir réalisé l'ensemble des étapes de la mission, nous pouvons revenir sur ces hypothèses.

Le PAT du pôle est intégré dans le réseau national des PAT au sein duquel il peut y avoir des échanges de bonnes pratiques. En effet, il a été facile d'échanger avec des chargés de mission PAT d'autres territoires pour obtenir des retours d'expériences, bien que nous ne les connaissions pas. En revanche, il n'existe pas d'annuaire de contact des responsables PAT selon les thématiques abordées. Le réseau national des PAT publie bien une carte interactive présentant l'ensemble des PAT selon le type de porteur, la reconnaissance ministérielle, la taille du territoire concerné, mais on ne peut pas filtrer par thématique traitée au sein du projet. Ainsi, la recherche des personnes qui ont travaillé sur la logistique a pris du temps et n'a été possible que parce que les structures ont publié des articles sur leurs actions. On peut également retrouver sur le RMT Alimentation locale, des comptes rendus sur la logistique des circuits courts produites par un groupe de travail dédié à ce thème. Tout cela permet au pôle d'initier une réflexion sur son rôle, sur la méthode à mettre en place et de s'inspirer d'exemples concrets.

Le PAT bénéficie d'un réseau de partenaires qui peuvent être mobilisés pour identifier les acteurs des circuits courts du territoire et les organisations logistiques. En effet, au tout début de la mission, les partenaires ont été sollicités pour partager les informations qu'ils avaient sur la logistique. Cela a permis d'avoir des contacts de porteurs de projets et d'acteurs des circuits courts. En dehors de la logistique, ça a également permis d'avoir des informations d'ordre général sur le territoire et les difficultés rencontrées. Néanmoins, les partenaires n'avaient pas travaillé sur la logistique alimentaire de proximité et donc n'avaient pas ou peu d'information sur ce sujet à nous communiquer.

Le PTAB bénéficie d'un ancrage territorial lui permettant d'échanger avec les acteurs des circuits courts pour récolter leurs besoins et avoir une vision territoriale. Cette hypothèse ne peut pas être validée en l'état. En effet, le manque de notoriété évoqué dans la partie

précédente a pu freiner les échanges avec certains acteurs. Il est possible que des producteurs n'aient pas souhaité répondre à l'enquête car ils ne connaissaient pas le pôle. En revanche, la mission a pu être présentée aux élus lors d'un bureau du pôle, ce qui a permis de sensibiliser ce public aux enjeux liés à la logistique des circuits courts. Nous n'avons pas interrogé l'ensemble des acteurs des circuits courts sur le territoire, donc la mission ne permet pas de répondre si les épiceries, restaurateurs, collectivités, habitants ou transporteurs auraient été plus à même de répondre à notre enquête car ils connaissent mieux le pôle.

Le PTAB peut accompagner des initiatives collectives du territoire via de l'ingénierie, la compétence en animation de collectif ou en sollicitant ses partenaires. Nous avons montré dans la partie précédente que, pour plusieurs raisons, le pôle est un acteur intéressant pour structurer des collectifs logistiques. Il peut impulser une dynamique collective via l'ouverture d'un espace de dialogue lors de l'atelier de restitution de l'étude logistique. En effet, nous avons organisé une session multi acteurs pour présenter les résultats de l'étude et travailler sur les pistes d'action identifiées. Nous avons invité des agriculteurs (ceux de l'enquête et plus largement), des partenaires techniques du PAT et des élus. Malheureusement, aucun élu n'a pu assister à cette session. Néanmoins, il y avait 16 personnes ; la chambre d'agriculture, le département, le centre permanent d'initiatives pour l'environnement (CPIE), le groupement des agriculteurs biologiques, l'association locale Terre Citoyennes, les communautés de communes, 7 agriculteurs et une représentante d'un drive fermier. Après la présentation des résultats, les personnes présentes ont pu choisir les actions qu'elles souhaitaient prioriser et les compléter. Cela a permis de former deux groupes de travail et a favorisé les échanges entre les acteurs autour de l'action du salarié-livreur commun à plusieurs exploitations et de la structuration d'un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement (Annexe E). L'absence des élus montre que le pôle a un rôle important à jouer pour les sensibiliser à cette thématique et faire remonter le travail effectué pour qu'il soit soutenu par une volonté politique forte. Cela peut être fait par exemple lors d'un bureau du pôle. La mise en œuvre d'actions concrètes à la suite de cette mission permettra de renforcer cette hypothèse.

3.3.2 Retour critique sur la méthode utilisée

Le parti pris de la méthode nous a permis de balayer les différentes étapes de la logistique, d'interroger plusieurs filières et de comprendre le contexte de terrain des producteurs. Elle nous a permis de comprendre les tenants et les aboutissants d'un sujet sur lequel il n'y avait aucune donnée auparavant.

En revanche, comme nous nous sommes focalisés sur l'écoute des besoins des producteurs, la méthodologie de l'étude ne nous permet pas de comprendre les problèmes rencontrés par les acteurs de la vente lorsqu'ils souhaitent s'approvisionner localement, comme les supermarchés, magasins bio, épicerie, les restaurants, etc. Elle ne nous permet pas de comprendre comment les consommateurs perçoivent la situation. Cette méthode qualitative ne permet pas de quantifier les besoins, ni de cartographier les flux de produits (volumes, fréquences, répartition dans l'année, etc). Ainsi, selon les solutions qui vont être mises en place, elle pourra être complétée par d'autres données quantitatives.

Aussi, l'échantillon incluait uniquement des producteurs situés dans les limites géographiques de l'Albigeois et des Bastides. Pour autant, l'organisation des producteurs ne tient pas compte

de ces frontières institutionnelles. Il y a sûrement des producteurs en dehors du territoire, situés à quelques kilomètres de ceux qui ont été interrogés, qui rencontrent les mêmes besoins et qui n'ont pas été intégrés à l'étude. Ainsi, lors de la mise en place d'actions, il sera intéressant d'inclure ces producteurs. Enfin, nous avons uniquement contacté des producteurs qui vendent déjà une partie ou la totalité de leur production en circuit court. Nous aurions pu échanger avec des producteurs qui font exclusivement des filières longues pour comprendre leurs freins à vendre leurs produits localement.

Conclusion

Cette étude confirme que le manque de mutualisation logistique, notamment sur le transport, est un frein au développement des circuits courts sur le territoire. Ainsi, le transport est l'étape la plus contraignante pour les producteurs, particulièrement pour ceux qui multiplient les points de vente car elle est chronophage. Elle est également une contrainte pour les producteurs qui passent par un prestataire de transport pour effectuer les livraisons au-delà de 20 kilomètres car elle coûte cher. Pour autant, pour d'autres producteurs, bien qu'elle soit chronophage et coûteuse, la livraison est une étape indispensable car elle permet de maintenir la relation avec leurs clients, qui est au cœur de leur modèle. Enfin, pour les producteurs qui sont parvenus à regrouper leurs points de vente très proche du lieu de production, la livraison n'est pas tellement problématique. En dehors de la livraison, les producteurs ont besoin de limiter l'augmentation des charges qui pèsent sur leur activité en circuit court, notamment celles liées aux emballages et ils ont besoin de trouver de nouveaux débouchés, comme des acheteurs demi-gros.

L'étude a également mis en lumière que des solutions collectives peuvent être mises en place et doivent être soutenues par une volonté politique forte. En effet, les producteurs ont imaginé des solutions telles qu'un salarié-livreur commun à plusieurs exploitations, le développement du cotransport, le passage par un prestataire de transport organisé par la collectivité, la structuration d'un groupement d'achat du matériel de conditionnement, ou la mise en place d'une offre commerciale de produits locaux à destination des acheteurs demi-gros. Lors de l'étude, nous nous sommes rendu compte que des groupes de producteurs qui ont initié des réflexions sur l'offre demi-gros locale ou sur le salarié-livreur commun sont actuellement à l'arrêt en raison d'un manque d'animation et de leadership. L'intervention d'acteurs extérieurs et d'un soutien politique pour impulser et animer ces collectifs est donc nécessaire.

Enfin, nous avons montré que le pôle territorial Albigeois Bastides est légitime à mettre en place des actions d'optimisation de la logistique lorsqu'elles consistent en la création de collectifs. En effet, il peut faire office de tierce personne, de médiateur en cas de conflit et la présence d'un acteur de territoire permet de structurer des collectifs avec des acteurs qui ne se connaissent pas, facilitant ainsi la démarche. Aussi, une nouvelle coopération entre acteurs peut avoir des effets bénéfiques pour le territoire en dehors du champ d'action du collectif. Il est alors intéressant de se poser la question de la posture que le pôle doit adopter lors de la mise en place de ces collectifs. Il peut impulser une nouvelle dynamique et avoir un rôle d'intermédiaire sans allonger le circuit. Il peut coordonner le réseau d'acteurs, ouvrir un espace de dialogue sans essayer de le contrôler et d'en être l'acteur pivot. Il peut veiller à ce qu'il n'y ait pas d'appropriation individuelle des ressources du collectif et montrer aux acteurs quels sont les gains potentiels à collaborer entre eux.

Aussi, les intercommunalités sont légitimes à se saisir de ce sujet car la logistique est un levier pour renforcer des exploitations fragiles, trouver des nouveaux débouchés, relocaliser l'alimentation et mettre à disposition des habitants une alimentation de qualité. Enfin, parce qu'un transport de proximité non optimisé peut avoir un impact écologique élevé, le pôle, car il œuvre à une transition écologique du territoire, a un rôle à jouer.

Nous avons vu également certaines limites dans la légitimité d'action du pôle. La première est la frontière administrative du territoire, qui peut poser problème pour mettre en place des actions. Ensuite, l'échelle d'action du pôle peut être trop restreinte pour mettre en place des actions de massification des flux qui soit viables économiquement. Pour renforcer sa légitimité, le pôle devra améliorer sa notoriété et celle du PAT, notamment auprès des producteurs. Il faudra également effectuer un travail d'acculturation pour que la prise en charge de la logistique par une collectivité soit moins déroutante pour les agriculteurs.

Au regard des enjeux sociaux, environnementaux et économiques liés à la mise en place d'une logistique de proximité, il est étonnant que ce sujet ne soit pas plus souvent pris en compte dans les politiques agricoles et alimentaires, notamment en zone rurale. Il serait intéressant d'intégrer la logistique et notamment le transport lors de la phase de diagnostic préalable à la mise en place d'un PAT car elle est un levier intéressant pour structurer un système alimentaire territorialisé. Enfin, parce qu'elle impacte les débouchés et les conditions de travail des agriculteurs, la question de la logistique de proximité devra être prise en compte pour faciliter l'installation de nouveaux agriculteurs. Elle favoriserait ainsi le renouvellement des générations, enjeu majeur pour les collectivités.

Les circuits courts représentent un modèle de consommation alternatif aux multiples avantages (environnementaux, sociaux, développement local) par rapport au modèle agro-industriel dominant. Le contexte actuel d'inflation lié aux coûts de l'énergie et les tensions sur les denrées alimentaires mettent en évidence à la fois la fragilité et la nécessité de ces circuits. En effet, l'inflation a contraint certains ménages à changer leurs habitudes alimentaires et à abandonner les circuits locaux pour diminuer leurs dépenses alimentaires. La fragilité de ce modèle alternatif est d'autant plus importante qu'il est de moins en moins rentable pour les agriculteurs de vendre localement par rapport aux filières longues, notamment dans l'élevage. Les prix de vente en filière longue pour les ovins et les bovins ont augmenté alors que les charges liées à l'abattoir et à la transformation, étapes nécessaires pour faire de la vente directe ont aussi augmenté, réduisant ainsi la marge de la vente directe. Certains éleveurs continuent de faire de la vente locale uniquement par conviction ou par passion. D'un autre côté, ces produits locaux, et notamment les produits bio qui utilisent peu d'intrants, sont moins dépendants des cours des prix internationaux et leurs prix ont moins augmenté que les produits agroindustriels ces derniers mois. De plus, le maintien d'une agriculture locale est indispensable pour faire face aux crises internationales et aux tensions sur les denrées alimentaires qu'on a pu observer cette année 2022. Tout cela milite pour dire que ce modèle alternatif a besoin d'être soutenu par les pouvoirs publics pour continuer de coexister. Mettre en place une logistique de proximité adaptée aux besoins locaux est une brique supplémentaire pour structurer ces circuits de consommation.

Références bibliographiques

- AKERMAN G., BRIT A-C., CHIFFOLEAU Y., DARROT C., REOCHE Y., GUENNOG D., MARECHAL G., PETITZON L., UGAGLIA A., WALLET F. 2022. Circuits courts : des déceptions mais pas de déclin général. *Communiqué de presse du 21/06/2022*. RMT Alimentation Locale
- BUISSON M-L. 2005. La gestion de la légitimité organisationnelle : un outil pour faire face à la complexification de l'environnement ? *Management & Avenir*, 6, p. 147-164.
- BOUCHEZ P., RATON G., VAILLANT L., SUZANNE S. 2018. Le projet OLICO-Seine : Résultats et perspectives. Présenté à : *Délégué interministériel au développement de la vallée de la Seine*, à Paris.
- CHAFFOTE L., CHIFFOLEAU Y. 2007. Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie. *Les cahiers de l'observatoire CROC*, n°1. INRA, 8p.
- CHIFFOLEAU Y. 2022. Les parcs naturels régionaux, acteurs clés des systèmes alimentaires territorialisés. Innover pour développer les circuits courts alimentaires. *Pour*, 243, p-263-268
- CODE GENERAL DES COLLECTIVITES TERRITORIALES, Article n°L5741-1 modifié par la LOI n°2019-809 du 1^{er} août 2019 – art.4 (V). 2020. Disponible sur : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000038891362/ (consulté le 09 mai 2022)
- CODE RURAL ET DE LA PECHE MARITIME, Article n°L111-2-2 modifié par la LOI n°2021-1104 du 22 août 2021 – art. 266(V). Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000043960265/> (consulté le 12 juin 2022)
- GENTILHOMME T. 2014. *Arrêté préfectoral du 20/11/2014 portant création du pôle d'équilibre territorial et rural de l'Albigeois et des Bastides, par transformation de l'association du Pays Albigeois et Bastides*. Disponible sur : https://www.pays-albigeois-bastides.fr/sites/pays-albigeois-bastides.fr/www.pays-albigeois-bastides.fr/files/fichiers/doc-public/arrete_creation_20nov2014.pdf (consulté le 03 Mai 2022)
- HUOT A. 2021a. *Projet alimentaire territorial Albigeois Bastides : Bilan 2017-2020*. Pôle territorial Albigeois Bastides, 13p.
- HUOT A. 2021b. *Projet alimentaire territorial Albigeois Bastides : 2021-2026*. Pôle territorial Albigeois Bastides, 12p.
- MUNDLER P., LAUGHREA S. 2016. Les bénéfiques des circuits alimentaires de proximité. Dans : MUNDLER P., ROUCHIER J. *Alimentations et proximités : Jeux d'acteurs et territoires*. Educagri éditions p. 27-58
- RAIMBERT C., RATON G., DELABRE M., TELLIER C., VAILLANT L. 2019. *Concevoir des organisations logistiques collectives et intelligentes pour les circuits courts alimentaires* :

Méthodes et mise en pratique, Projet Colcicca. Le CEREMA, l'IFSTTAR et la chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais, 40p.

RAIMBERT C., RATON G. 2021. Collectifs logistiques et territoires dans les circuits courts alimentaires de proximité : la robustesse de la coopération analysée au prisme des communs. *Développement durable et territoire*, 12, 23p.

RATON G., GONÇALVES A., GALLARD L., WALLET F. 2019. *Logistique des circuits alimentaires courts de proximité : état des lieux, nouveaux enjeux & pistes d'évolution*. Rapport pour la Fondation Daniel et Nina Carasso et le RMT Alimentation Locale. 69p.

SUCHMAN M., 1995. Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20, p-571-610.

WALLET F., PIGNAL A-C. 2017. *La logistique dans les chaînes alimentaires courtes de proximité : enjeux et leviers d'optimisation*. Rapport pour le RMT Alimentation Locale, 8p

Table des Annexes

Annexe A : Planning des missions de stage.....	43
Annexe B : Grille d’entretien chargés de mission PAT autres territoires	44
Annexe C : Grille d’entretien producteurs	45
Annexe D : Extrait du plan de code – Partie Logistique	47
Annexe E : Compte rendu de l’atelier de restitution	48

Annexe A : Planning des missions de stage

		Mai				Juin				Juillet				Août				Septembre				Oct		
		S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40
Etape 1 : Lancement du projet	RETOUR D'EXPERIENCES DE DEMARCHES MISES EN PLACE EN DEHORS DU TERRITOIRE Objectif: Tirer des enseignements pour bien orienter la méthodologie de stage Méthodologie: Recherche bibliographique + entretiens PAT (2-3)																							
	ENTRETIENS AVEC LES PARTENAIRES DU PAT Objectif: Cerner le sujet, connaître le territoire et les dynamiques autour des circuits courts. Impliquer les partenaires																							
	RAPPORT DES SOLUTIONS DE LOGISTIQUE DES CC MISES EN PLACE AILLEURS Objectif: Regrouper les solutions inspirantes Méthodologie : Analyse d'entretiens, benchmark d'initiatives innovantes																							
	PRESENTER LA MISSION AUX ELUS Objectif: Impliquer les élus et donner une dimension politique à la mission Méthodologie: Lors du bureau PTAB / Copil PAT																							
Etape 2 : Diagnostic logistique / recueil des données	IDENTIFIER ET RENCONTRER LES ACTEURS DES CIRCUITS COURTS ET DE LA LOGISTIQUE SUR LE TERRITOIRE (plateforme logistique, drive de producteurs, magasins de producteurs) Objectif: Comprendre les problématiques rencontrées au sein du territoire, connaître les acteurs et les collectifs existants																							
	IDENTIFIER LES BESOINS LOGISTIQUES DES PRODUCTEURS EN CIRCUITS COURTS Objectif: Comprendre les besoins des producteurs pour bien orienter les solutions Méthodologie: Entretiens individuels avec des producteurs (30)																							
Etape 3: Analyse des données et présentation des résultats	FAIRE UN BILAN ET IDENTIFIER LES PISTES D'ACTIONS QUI POURRAIENT ÊTRE MISES EN PLACE Objectif: Synthétiser et proposer des solutions Méthodologie: Analyse des données recueillies pendant le stage																							
	ORGANISER UN ATELIER SUR LA LOGISTIQUE DES CIRCUITS COURTS Objectif: s'assurer que les résultats correspondent bien au ressenti des acteurs, ouvrir un espace de dialogue, enrichir les pistes d'actions et impulser une dynamique collective Méthodologie: Atelier participatif: 1ère partie de présentation des résultats clés de l'étude et une 2ème partie en groupe de travail pour enrichir et prioriser les actions. Participants: Elus, techniciens, acteurs des circuits courts, producteurs																							
	RÉDIGER DES FICHES ACTIONS POUR LA MISE EN PLACE DE SOLUTIONS LOGISTIQUE Objectif : Sélectionner les actions pertinentes, leurs avantages et points de vigilance																							

Annexe B : Grille d'entretien chargés de mission PAT autres territoires

A- La façon dont la logistique a été abordée dans le cadre du PAT

- Pourquoi / contexte ?
- Où est-ce qu'ils en sont maintenant et quels enseignements ils en tirent ?
- Quels étaient les freins identifiés ?
- Quelles étapes et quels acteurs de la logistique ont été pris en compte ?
- Approche centrée sur les producteurs ou sur les distributeurs ?
- Quel rôle / quelle posture pour le PAT ?
- Quelles solutions d'optimisation sont aujourd'hui envisagées ? Comment les mettre en place ?

B- Quelle méthodologie ?

- Comment réaliser un diagnostic logistique du territoire ?
- Entretiens qualitatif, questionnaires quantitatifs ?
- Avec quels partenaires du PAT avez-vous abordé ces questions ?
- Avez-vous d'abord fait une 1^{ère} étape de sensibilisation aux enjeux logistiques auprès des acteurs du territoire ?
- Comment intégrer les solutions exogènes au territoire de type la Charrette ?
- Comment renforcer les solutions endogènes au territoire ?
- Demander les doc / rapport de stage / questionnaire

C- Retour d'expérience

- Quel accueil de la part des agriculteurs ? Comment les intégrer dans la réflexion ?
- Quel accueil de la part des acteurs de la logistique ? Comment les intégrer dans la réflexion ?
- Quelles erreurs à ne pas commettre pour un PAT ? Quels conseils ?

Annexe C : Grille d'entretien producteurs

Infos générales	<p>Nom :</p> <p>Raison sociale :</p> <p>Adresse :</p> <p>Email :</p> <p>Production et type d'activité :</p> <p>Nb d'exploitants :</p> <p>Quels sont vos principaux débouchés ? Volume ou proportion</p>
Gestion des commandes & facturation	<p>Par quels moyens les informations circulent sur la disponibilité des stocks, la prise de commande, la planification de la livraison, la facturation ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mails - Plateformes internet (lesquelles) : - Téléphone - Autre : Oral pendant la livraison <p>Combien de temps passez-vous à effectuer ces tâches par semaine ? Qui s'en charge ?</p> <p>Sur une échelle de 1 à 10, diriez-vous que la gestion de vos commandes est contraignante ? 1 signifie qu'elle n'est pas du tout contraignante, 10 signifie qu'elle est très contraignante</p> <p>Si la note est supérieure à 5 : « Pouvez-vous préciser en quoi la gestion des commandes est contraignante ? »</p> <p>Avez-vous déjà réorganisé la gestion de vos commandes pour qu'elle soit moins contraignante ? De quelle manière ?</p>
Préparation des commandes	<p>Comment les commandes sont-elles préparées ? Où est-ce que cela se fait et avec qui ?</p> <p>Comment se fait l'achat du matériel de conditionnement (caisse, glacières, emballages, etc.) ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ils sont fournis par la structure de vente des produits 2. Via un groupement d'achat 3. De façon individuelle 4. Autre <p>Combien de temps passez-vous à effectuer cette tâche par semaine ? Qui s'en charge ?</p> <p>Sur une échelle de 1 à 10, diriez-vous que la préparation des commandes est contraignante ? 1 signifie qu'elle n'est pas du tout contraignante, 10 signifie qu'elle est très contraignante</p> <p>Si la note est supérieure à 5 : « Pouvez-vous préciser en quoi la préparation des commandes est contraignante ? »</p> <p>Avez-vous déjà réorganisé la préparation des commandes pour qu'elle soit moins contraignante ? De quelle manière ?</p>
Livraison	<p>Merci de remplir le tableau des livraisons</p> <p>Quelle est la saisonnalité des volumes des produits que vous livrez ?</p> <p>Quelle est la part des livraisons régulières vs sporadiques ?</p> <p>Est-ce que vous imposez un minimum de commande pour livrer ?</p> <p>Quelles sont les spécificités à respecter lors de la livraison de vos produits ?</p> <p>Sur une échelle de 1 à 10, diriez-vous que cette partie de livraison des produits est contraignante ? 1 signifie qu'elle n'est pas du tout contraignante, 10 signifie qu'elle est très contraignante</p> <p>Si la note est supérieure à 5 : « Pouvez-vous préciser en quoi cette partie est contraignante ? »</p> <p>Avez-vous déjà réorganisé les livraisons des produits pour qu'elles soient moins contraignantes ? De quelle manière ?</p> <p>Seriez-vous intéressé pour travailler avec un prestataire de transport qui livrerait vos produits sur le territoire ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oui, je suis très intéressé 2. Pourquoi pas, cela peut m'intéresser 3. Je ne suis pas très intéressé ☒ Pourquoi ? _____ 4. Non, je ne suis pas du tout intéressé ☒ Pourquoi ? _____ <p>Seriez-vous intéressé par un système payant de ramasse des produits organisé par la collectivité ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oui, je suis très intéressé 2. Pourquoi pas, cela peut m'intéresser 3. Je ne suis pas très intéressé ☒ Pourquoi ? _____ 4. Non, je ne suis pas du tout intéressé ☒ Pourquoi ? _____ <p>Seriez-vous intéressé pour faire du co-transport avec d'autres producteurs du territoire ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oui, je suis très intéressé 2. Pourquoi pas, cela peut m'intéresser 3. Je ne suis pas très intéressé ☒ Pourquoi ? _____ 4. Non, je ne suis pas du tout intéressé ☒ Pourquoi ? _____
Vente	<p>En dehors des marchés, quelles permanences de vente ou de retrait des colis faites-vous ?</p> <p>Combien de temps passez-vous à effectuer cette tâche ? Qui s'en charge ?</p> <p>Sur une échelle de 1 à 10, diriez-vous que cette partie de vente/retrait de colis est contraignante ? 1 signifie qu'elle n'est</p>

	<p>pas du tout contraignante, 10 signifie qu'elle est très contraignante Si la note est supérieure à 5 : « Pouvez-vous préciser en quoi cette partie est contraignante ? » Avez-vous déjà réorganisé les permanences de vente pour qu'elle soit moins contraignante ?</p>
Autres	<p>Voici une liste de freins potentiels au développement de la vente de produits en circuit court. Pouvez-vous classer les freins selon leur niveau d'importance pour votre situation :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Je ne trouve plus de débouchés _ / 2. Je n'ai pas assez de production _ / 3. Cela me prend trop de temps de préparer les commandes _ / 4. Cela me prend trop de temps de livrer les produits _ / 5. Autre _____ <p>Pourquoi ? En considérant l'ensemble de votre organisation logistique (gestion des commandes et facturation, préparation des commandes, livraison, vente), quels seraient vos besoins pour améliorer cette organisation ? Relancer sur l'échelle de temps (futur proche ou lointain) Quelles sont vos attentes vis-à-vis des collectivités locales ou des acteurs institutionnels pour optimiser la logistique des circuits courts ? Seriez-vous intéressé pour travailler avec un collectif de producteur pour réfléchir à l'optimisation de la logistique des circuits courts de proximité (gestion et préparation des commandes, livraison, vente) ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oui, je suis très intéressé ☑ Pour quelle étape ? Fonctionnement ? 2. Pourquoi pas, cela peut m'intéresser ☑ Pour quelle étape 3. Je ne suis pas très intéressé ☑ Pourquoi ? _____ 4. Non, je ne suis pas du tout intéressé ☑ Pourquoi ? _____ <p>Connaissez-vous le coût réel de vos activités de logistique pour les circuits courts ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non ☑ Seriez-vous intéressé par un atelier pour connaître le coût réel de la logistique ? <ol style="list-style-type: none"> a. Oui, je suis très intéressé b. Pourquoi pas, cela peut m'intéresser c. Je ne suis pas très intéressé d. Non, je ne suis pas du tout intéressé






TABLEAU DES TRAJETS EN TOURNEES ET EN TRACES DIRECTES REGULIERES

N° de trajet	Jour	Fréquence	Semaines / an de livraison	Nb de points de livraison	Nom des points de livraison / Secteur de livraison	Conducteur	Véhicule :	Temps du trajet
1								
2								
3								

Annexe D : Extrait du plan de code – Partie Logistique

LOGISTIQUE	Livraison	Prestataire
		Mutualisation / organisation collective
		Besoin de ramasse
		Optimisations individuelles
		Pas d'intérêt pour optimiser la livraison car doit faire les permanences
		Location camion
		Temps pour organiser les livraisons doit être dédié chaque semaine car pas de livraison régulière.
		A arrêté les livraisons aux particuliers
		Demande aux clients de venir chercher à l'exploitation
		A embaucher un chauffeur, ça lui a permis de nouveaux débouchés
		Véhicule (électrique) frigo prêté par la collectivité
	Point de regroupement des produits	Besoin d'un point de massification
	Permanence de vente	Préfère payer que faire permanence de vente
		Préfère faire les permanences pour perdre moins d'argent.
		Mag prod: ont été obligés de faire des permanences, auraient aimé rester en achat revente
		Rotation avec autres prod permanence marché 1semaine / 4 (stand commun)
	Commande conditionnement	Souhaite une plateforme de commande groupée de matériel
		Mise en bouteille se fait via une CUMA
		Il veut utiliser – de cartons donc il va passer sur des caisses en plastique pour les cantines
	Gestion administrative & facturation	Besoin de simplifier l'administratif
Logiciel de gestion commerciale est un gain de temps et de frais comptabilité		
	Devrait optimiser avec un outil info mais ne sait pas s'en servir	
Gestion des commandes	Ils étaient sur cagette avant mais cagette a demandé de payer un abonnement donc ils sont passés sur court circuit	
	Besoin d'un site où il mettrait ses légumes dispo et qui permettrait un groupement des commandes	
	La plateforme numérique ne correspondait pas aux clients qui ont besoin du sms hebdomadaires pour se rappeler qu'il faut commander	
	Voulaient tout regrouper sur cagette mais comme certains clients ne l'utilisent pas c'est pas possible de rentrer leurs commandes ensuite	

Annexe E : Compte rendu de l'atelier de restitution

STRUCTURER UN GROUPEMENT D'ACHAT POUR LE MATÉRIEL DE CONDITIONNEMENT ET DE TRANSPORT		Priorisation à l'aide de 3 gommettes/personne 15 gommettes
 <p>DESCRIPTION DE L'ACTION: Création d'un groupement d'achat de producteurs qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caisson frigorifique). Ca peut être mis en place également pour le matériel nécessaire aux marchés et la petite restauration. Fort intérêt pour ceux qui sont en conserverie et ceux qui utilisent des pots de yaourts.</p>		
 <p>COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifier les besoins des producteurs Besoin d'une personne qui se charge de la coordination Définir une échelle d'action Quel moyen de paiement: de l'achat / revente ou un regroupement des commandes ? 	 <p>QUELS ACTEURS ASSOCIER?</p> <p>CUMA Certains acteurs proposent déjà des emballages floqués à leurs adhérents: Saveur du Tarn & Bienvenue à la ferme</p>	
 <p>QUELS AVANTAGES?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diminution des coûts des emballages ✓ Constituer un stock disponible sur le territoire 	 <p>QUELS POINTS DE VIGILANCE?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recenser et vérifier que plusieurs producteurs utilisent les mêmes emballages ✓ Besoin d'un endroit pour réceptionner et stocker ce matériel → Attention à l'hygiène / sécurité ✓ Anticipation des producteurs pour commander le matériel simultanément ✓ Difficile à mettre en place pour les emballages floqués avec différentes étiquettes ✓ Temporalité ✓ Balance temps passé / gain d'argent 	

Légende: Informations pré-remplie à l'aide des enquêtes / Informations ajoutées pendant l'atelier logistique

DÉVELOPPER LE COTRANSPORT ENTRE PRODUCTEURS

Priorisation à l'aide de 3 gommettes/personne

7 gommettes



DESCRIPTION DE L'ACTION: Un producteur pourra transporter ses produits mais également ceux d'autres producteurs et inversement. On peut mettre en place une rotation du producteur-livreur toutes les semaines ou ça peut être toujours le même producteur qui effectue le rôle du livreur, en échange d'un dédommagement. Cette action peut s'organiser au sein d'un collectif de producteurs ou bien avec des producteurs deux à deux.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



QUELS AVANTAGES?

- ✓ Les producteurs gardent la main sur la partie livraison et la **relation client**
- ✓ Économies de **temps et d'argent** par rapport à une tournée individuelle
- ✓ Accès à de **nouveaux débouchés / relocalisation** des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ Répartir les charges de façon **équitable et transparente**
- ✓ Définir qui a la **responsabilité** des produits
- ✓ Nécessite une relation de **confiance** entre les producteurs (également concurrents)
- ✓ Doit s'organiser par **petits groupes** ou bien être accompagné d'un **investissement dans un véhicule** plus grand
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport

Légende: Informations pré-remplie à l'aide des enquêtes / Informations ajoutées pendant l'atelier logistique

PASSER PAR UN PRESTATAIRE DE TRANSPORT

Priorisation à l'aide de 3 gommettes/personne

0 gomme



DESCRIPTION DE L'ACTION: Les producteurs passent par un prestataire de transport qui livrerait leurs produits. Ce prestataire peut être un acteur privé avec qui les producteurs traitent directement ou bien être organisé par la collectivité. Ce prestataire peut être un transporteur classique ou un spécialiste du transport de produits alimentaires locaux en circuit court, comme Agriflux.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



QUELS AVANTAGES?

- ✓ **Gain de temps**
- ✓ Accès à des **camions adaptés** aux produits à transporter (T° dirigée, grands volumes)
- ✓ Livraison effectuée par un **professionnel**
- ✓ Accès à de **nouveaux débouchés / relocalisation** des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ **Appréhension** sur la qualité de la livraison
- ✓ **Manque de flexibilité** des prestataires de transport
- ✓ Un fonctionnement qui n'est **pas toujours adapté** au type de produits à livrer (des colis vs des palettes)
- ✓ La personne en charge de la livraison doit être toujours la même pour ne pas multiplier les erreurs
- ✓ **Perte de la relation client**
- ✓ **Coût**
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport

Légende: Informations pré-remplie à l'aide des enquêtes / Informations ajoutées pendant l'atelier logistique

STRUCTURER UN GROUPEMENT D'EMPLOYEUR POUR UN SALARIÉ LIVREUR COMMUN À PLUSIEURS EXPLOITATIONS

Priorisation à l'aide de 3
gommettes/personne

14 gommettes



DESCRIPTION DE L'ACTION: Création d'un poste de chauffeur-livreur via un groupement d'employeurs composé de plusieurs producteurs. Cette solution a été mentionnée dans le cas des livraisons vers la région Toulousaine.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?

Définir les secteurs / l'échelle d'action pour mutualiser le poste
 Achat (via subventions?) d'un véhicule frigo → En CUMA?
 Définir le rôle du salarié: Livreur + ambassadeur + commercial / technicien?
 Intégrer des producteurs de différentes filières
 Coopération et entraide entre producteurs des mêmes types de produits (vs concurrence)



QUELS ACTEURS ASSOCIER?

CUMA
 Groupement d'employeur
 Banques
 Collectivités



QUELS AVANTAGES?

- ✓ Gain de temps
- ✓ Rassure les producteurs sur la qualité de la livraison
- ✓ Maintient la relation avec le client à travers le salarié qui n'est pas un simple livreur mais également un « ambassadeur » des produits
- ✓ Flexibilité de la livraison (quantité, spécificités & horaires des clients)
- ✓ Accès à de nouveaux débouchés / relocalisation des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ Charges supplémentaires pour les producteurs
- ✓ Une organisation transparente devra être définie pour calculer le prorata du salaire de cet emploi à facturer à chaque producteur
- ✓ Cet emploi doit s'inscrire dans un temps long
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport
- ✓ Retours des consignes qui peuvent représenter de gros volumes
- ✓ Gérer les spécificités de chaque client (horaire de livraison, type de conditionnement etc)
- ✓ Neutralité du salarié vis-à-vis des producteurs
- ✓ Il faut du volume pour que ce soit viable
- ✓ Les producteurs ont différents types de matériel de transport et ne s'organisent pas tous de la même manière

Légende: Informations pré-remplies à l'aide des enquêtes / Informations ajoutées pendant l'atelier logistique

STRUCTURER UNE OFFRE DEMI GROS LOCALE

Priorisation à l'aide de 3
gommettes/personne

6 gommettes



DESCRIPTION DE L'ACTION: Création d'un groupement d'achat de producteurs qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caisson frigorifique).



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



QUELS AVANTAGES?

- ✓ Simplifie la prise de commande des épiceries, supermarchés ou collectivités
- ✓ Incite de nouveaux acteurs à s'approvisionner localement en levant certaines contraintes
- ✓ Permet à ceux qui achètent localement uniquement certains produits d'étoffer leur gamme de produits locaux
- ✓ Accès à de nouveaux débouchés / relocalisation des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ Producteurs également concurrents
- ✓ Offre en cohérence avec ce qui existe déjà (PSS31)

Légende: Informations pré-remplies à l'aide des enquêtes / Informations ajoutées pendant l'atelier logistique

Résumé

Ce mémoire a pour objet de rendre compte des besoins logistiques des producteurs de l'Albigeois et des Bastides qui vendent en circuits courts. Il présente leurs difficultés selon leur mode de vente, qu'ils soient obligés de multiplier les points de ventes dans le département ou au-delà, qu'ils aient choisi de vendre seulement une partie de leur production localement, qu'ils aient axé leur modèle sur la vente directe et une forte relation avec leurs clients ou qu'ils vendent toute leur production à moins de trente cinq kilomètres de leur ferme. Il expose les pistes d'actions qui ont été imaginées par les agriculteurs pour fluidifier cette logistique alimentaire de proximité, comme le salarié-livreur commun à plusieurs exploitations, le développement du cotransport, la structuration d'un groupement d'achat du matériel de conditionnement ou la mise en place d'une offre commerciale locale à destination des acheteurs demi-gros.

Ce mémoire explore également le rôle et la légitimité que peut avoir une collectivité et dans le cas présent un pôle territorial d'équilibre rural pour mettre en place ces actions. Il montre que les acteurs de territoire sont légitimes à structurer des collectifs logistiques car ils facilitent leur mise en place en ouvrant un espace de dialogue, en simplifiant les conditions d'accès au groupe et en jouant le rôle d'intermédiaire sans allonger le circuit. En outre, il montre qu'il faudra renforcer cette légitimité en améliorant la notoriété du pôle et de ses actions, et que le chemin est encore long pour ancrer le rôle des collectivités sur la logistique alimentaire de proximité comme une nouvelle norme sociale.

Ce mémoire est un retour d'expérience d'un territoire rural qui a cherché à comprendre les tenants et les aboutissants de la logistique des circuits courts à travers le regard de ses producteurs. J'espère qu'il pourra aider d'autres collectivités qui souhaitent s'emparer de ce sujet.

Mots clés : Collectifs logistiques, légitimité, collectivités, circuits courts, transport, développement territorial

Pour citer cet ouvrage : Coureau, Charlotte, 2022. Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : Quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides ? Mémoire de mission professionnelle, Mastère spécialisé® Innovations et politiques pour une alimentation durable, Montpellier SupAgro. 47p.

L'Institut national d'enseignement supérieur pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement au titre de son école interne Montpellier SupAgro, 2 place Pierre Viala, 34060 Montpellier cedex 02.
<http://www.supagro.fr>

Ce diplôme de Mastère spécialisé® est une formation labellisée par la Chaire Unesco Alimentations du monde



l'institut Agro
agriculture • alimentation • environnement

Montpellier
SupAgro

cirad

Formation accréditée par la Conférence des Grandes Ecoles (CGE)

MS MASTÈRE SPÉCIALISÉ

Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : Le cas du territoire de l'Albigeois et des Bastides



LE TERRITOIRE RURAL DE L'ALBIGOIS ET DES BASTIDES

- 5 communautés de communes et **59 000 habitants**
- 60% du territoire est consacré à l'agriculture**, en majorité de l'élevage : caprin et ovin au sud-est, polyculture-élevage et élevage bovin lait ou allaitant sur le reste du territoire. Il y a également quelques maraîchers en périphérie d'Albi.
- Cela représente **15% des emplois** et 1 679 fermes
- Des circuits courts organisés** avec des drives fermiers, marchés et magasins de producteurs à destination des particuliers



QUELLES SONT LES SPÉCIFICITÉS DE LA LOGISTIQUE DES CIRCUITS COURTS ?

- Des flux fragmentés
- Des produits et contenants diversifiés
- De nombreux outils informatiques
- Des activités qui créent du lien social
- Elle n'est pas réalisée par des professionnels
- Des contraintes spécifiques à chaque territoire (rural vs urbain)
- Principalement une logistique du premier et du dernier kilomètre

QUELS SONT LES ENJEUX ?

UNE LOGISTIQUE QUI EST TRÈS MAJORITAIREMENT PRISE EN CHARGE PAR LES AGRICULTEURS, CE QUI IMPLIQUE...

- Des **coûts supplémentaires** pour les agriculteurs (prix carburants)
- Des **investissements nécessaires** dans du matériel (camions froids)
- Des **compétences** à acquérir (la réglementation du transport de produits pour autrui, organisation des tournées)
- Une **détérioration des conditions de travail** (augmentation de la pénibilité et du temps de travail)
- Un **impact écologique élevé** si elle n'est pas optimisée (faible taux de remplissage des camions, multiplication des kilomètres, etc)

PROJET OLICO-SEINE*

En moyenne, les producteurs passent **8h / semaine** sur des activités logistiques et livrent 16 points de vente

Le coût logistique représente **20 à 30% du chiffre d'affaires**

60% des producteurs n'intègrent pas ce coût au prix de vente

*Enquêtes auprès de 180 agriculteurs en Normandie 2016-2018

TRAVAILLER SUR LA LOGISTIQUE EST UNE OPPORTUNITÉ POUR...

Initier de nouvelles **coopérations** entre les **collectivités**

Favoriser les dynamiques **collectives** entre les **producteurs**

Favoriser les **coopérations multi acteurs** (consommateur, producteur, opérateur logistique)

Participer au **développement économique** du territoire

UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE POUR COMPRENDRE LES BESOINS DES PRODUCTEURS

ETAPE 1 : Connaître le territoire et les enjeux logistiques

- Revue de littérature
- Retours d'expériences d'autres territoires
- Entretiens avec les partenaires du projet alimentaire de territoire

ETAPE 2 : Identifier les besoins des producteurs

- Entretiens avec les producteurs et autres acteurs clés des circuits courts de l'Albigeois Bastides

ETAPE 3 : Identifier des pistes d'actions pertinentes et ouvrir un espace de dialogue multi acteurs

- Analyse du corpus d'entretiens
- Organisation d'un atelier multi acteurs

Atelier logistique : **16 participants** (agriculteurs et partenaires)
Présentation des résultats de l'étude
Priorisation de 2 pistes d'actions qui ont été complétées en groupe de travail

Des **entretiens semi-directifs** avec

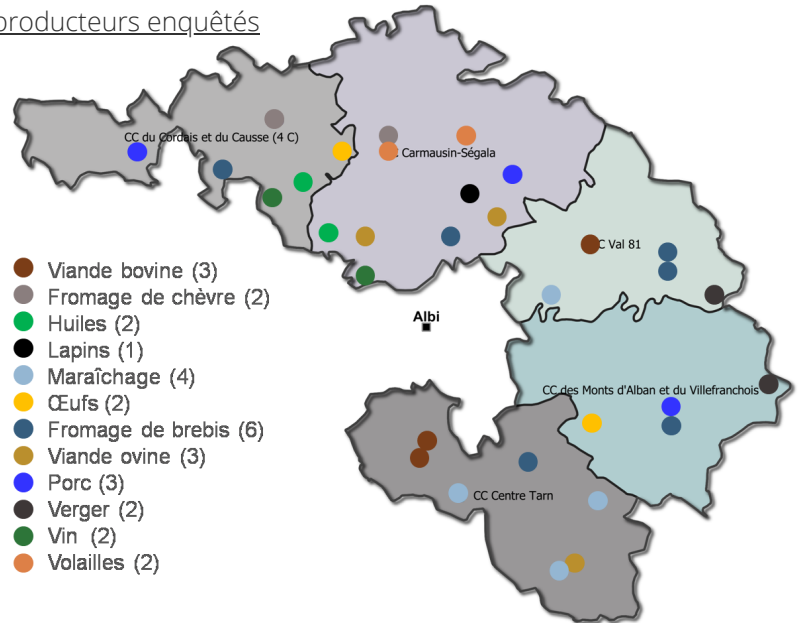
32

producteurs (multi-filières)

& **5**

acteurs clés des circuits courts (drives fermiers, l'association Produit sur son 31, un magasin de producteurs, la SARL Miladiou)

Carte des producteurs enquêtés



PRÉSENTATION DES 4 TYPOLOGIES D'EXPLOITATIONS

L'analyse thématique du corpus a permis de distinguer quatre typologies d'exploitations au regard de leurs modes de vente et des problématiques rencontrées

LES PRODUCTEURS QUI MULTIPLIENT LES POINTS DE VENTE

- 1 ou 2 personnes sur l'exploitation (éleveurs avec transformation fromagère, producteurs de viande, maraîchage)
- 19 points de vente** en moyenne
- Des **petits volumes** et des **livraisons fréquentes**
- Des tournées de plus de 150 kilomètres
- Intégrés dans des **collectifs** de producteurs
- Économiquement fragiles
- Des livraisons **chronophages**

“On ne fait pas attention aux heures qu'on passe sur ça [la livraison], on s'en rendrait compte si on devait payer quelqu'un pour le faire”

LES PRODUCTEURS QUI FONT DES CIRCUITS COURTS ET DES FILIÈRES LONGUES

- Entre 2 et 8 personnes sur l'exploitation (producteurs de vin, d'huile d'olive et de fromage)
- Ils font eux-même les livraisons **à moins de 20 kilomètres** et passent par un **transporteur** pour les autres
- Commercialisation en **local** (boutiques, restaurants, marchés, à la ferme) et en **filière longue** (grossistes, export)
- Des livraisons **coûteuses**

“La livraison ce n'est pas le seul acte de livrer, c'est bien d'autres choses mais faire toutes les livraisons, commercialement, ça ne vaut pas le coup”

LES ULTRA LOCAUX

- Entre 1 et 3 personnes sur l'exploitation (viandes porcine et bovine, poules pondeuses, céréales et légumineuses, maraîchage)
- Installations **anciennes** (>10 ans)
- Signes de **qualité** (AB, races anciennes)
- L'ensemble de la production est vendu dans un **rayon de 35 km** de la ferme
- La livraison est suivie d'une **permanence** de vente
- Des livraisons **peu contraignantes**

“ Au début, on allait partout parce qu'on en avait besoin, mais depuis on a arrêté certains points de vente comme La Ruche qui dit Oui à Toulouse ”

LES AFICIONADOS DE LA RELATION CLIENT

- Entre 2 et 3 personnes sur l'exploitation (viandes ovine et bovine, volailles, vergers)
- **La relation client** est au cœur de leur modèle
- Ils veulent **garder la main** de la production à la commercialisation
- Tournées optimisées avec de **gros volumes**
- Livraisons un peu contraignantes en raison du nombre de kilomètres mais **indispensables**

“ Un truc super important, c'est la maîtrise du produit du début à la fin ”

[Verbatims extraits des enquêtes]

5 PISTES D'ACTIONS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS IDENTIFIÉS

BESOIN N° 1 : MUTUALISER LES LIVRAISONS



Quelle que soit la piste d'action envisagée :

- Mutualiser les livraisons permettrait d'accéder à de nouveaux débouchés et/ou de relocaliser les ventes
- Les conditions de transport de chaque produit et les spécificités de chaque client devront être respectées

1 Structurer un groupement d'employeur pour un salarié-livreur*

*Option choisie et enrichie lors de l'atelier logistique

Création d'un poste de livreur via un groupement d'employeurs composé de plusieurs producteurs.

AVANTAGES

- Gain de temps
- Rassure les producteurs sur la qualité de la livraison
- Maintient la relation client à travers le salarié qui peut également être un ambassadeur des produits
- Souplesse des conditions de livraison (quantité, conditionnement, horaires des clients)

POINTS DE VIGILANCE

- Charges supplémentaires
- Une organisation transparente devra être définie pour calculer les charges à facturer à chaque producteur
- Cet emploi doit s'inscrire sur le long terme
- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents et une neutralité du salarié
- Le retour des consignes doit être assuré
- Il faut du volume pour que ce soit viable

2 Développer le cotransport entre producteurs

Un producteur transporte les produits de plusieurs agriculteurs, via une rotation ou non du producteur-livreur. Cela peut s'organiser au sein d'un collectif ou bien avec des producteurs deux à deux.

AVANTAGES

- Gain de temps et d'argent par rapport à une tournée individuelle
- Les producteurs gardent la main sur la livraison et la relation client

POINTS DE VIGILANCE

- Répartition équitable et transparente des charges et dédommagements
- Il faut définir qui a la responsabilité des produits lors du transport
- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents
- Doit s'organiser par petits groupes ou bien être accompagné de l'achat d'un véhicule plus grand
- Le retour des consignes doit être assuré

3 Passer par un prestataire de transport

Les producteurs passent en direct avec un prestataire de transport ou cela peut être organisé par la collectivité. Ce prestataire peut être un transporteur classique ou un spécialiste du transport de produits alimentaires locaux en circuit court.

AVANTAGES

- Gain de temps
- Accès à des camions adaptés aux produits à transporter (T° dirigée, gros volumes)
- Livraison effectuée par un professionnel

POINTS DE VIGILANCE

- Appréhension sur la qualité de la livraison et perte de la relation client
- Manque de flexibilité des prestataires de transport
- Un fonctionnement qui n'est pas toujours adapté au type de produits à livrer (des colis vs des palettes)
- Multiplication des erreurs si le livreur n'est pas toujours le même
- Charges supplémentaires

BESOIN N° 2 : DIMINUER LES CHARGES DE L'EXPLOITATION



4 Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement*

*Option choisie et enrichie lors de l'atelier logistique

Création d'un groupement d'achat de producteurs qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caissons frigorifiques).

AVANTAGES

- Diminution des coûts des emballages et du matériel de transport
- Constitution d'un stock disponible sur le territoire

POINTS DE VIGILANCE

- Recenser et vérifier que plusieurs producteurs utilisent le même matériel
- Définir un endroit pour réceptionner et stocker ce matériel
- Anticipation des producteurs pour commander le matériel simultanément
- Respect de l'hygiène et de la sécurité des emballages
- Difficile à mettre en place pour les emballages floqués
- Balance temps passé / gain d'argent
- Logistique à mettre en place pour redistribuer ce matériel

BESOIN N° 3 : ACCÉDER À DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS



5 Structurer une offre demi-gros locale

Structuration d'une offre qui regroupe les produits de plusieurs agriculteurs au sein d'une même plateforme numérique à destination des acheteurs en demi-gros locaux ; épicerie, supermarchés ou restauration collective.

AVANTAGES

- Simplifie la prise de commande des acheteurs demi gros
- Incite de nouveaux acteurs à s'approvisionner localement en levant certaines contraintes
- Permet à ceux qui achètent uniquement certains produits au niveau local, d'étoffer leur gamme
- Permet aux producteurs d'accéder à de nouveaux débouchés

POINTS DE VIGILANCE

- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents
- L'offre doit être en cohérence avec ce qui existe déjà (PSS31, Agrilocal)

INTÉRÊT DES PRODUCTEURS POUR LES PISTES D'ACTION

Niveau d'intérêt pour chaque piste d'action



Les producteurs qui multiplient les points de vente

Les producteurs qui font des circuits courts et des filières longues

Les ultra locaux

Les aficionados de la relation client

BESOIN 1 Structurer un groupement d'employeur pour un salarié-livreur



Développer le cotransport entre producteurs



Passer par un prestataire de transport



BESOIN 2 Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement



BESOIN 3 Structurer une offre demi-gros locale



Quel rôle pour le pôle territorial Albigeois Bastides?

Il peut accompagner la structuration de collectifs logistiques car il dispose de compétences en animation de réseaux, d'une vision territoriale et peut mettre en relation différents types d'acteurs. Il peut ouvrir un espace de dialogue et impulser une dynamique autour de la logistique. Il peut aider dans la recherche de financements publics pour faciliter la démarche commune. Une fois le collectif créé, le pôle peut avoir un rôle de tierce personne et veiller à ce qu'il n'y ait pas d'appropriation individuelle des ressources. Pour appuyer sa légitimité, il devra renforcer la notoriété de ses actions auprès des producteurs et communiquer pour que la prise en charge de la logistique par une collectivité soit moins déroutante pour les acteurs locaux.

Quels apports de cette étude ?

Sur le territoire rural de l'Albigeois Bastides, le manque de mutualisation logistique est un frein au développement des circuits courts pour certaines exploitations, notamment les plus fragiles. La livraison est l'étape la plus contraignante. Les solutions imaginées par les producteurs sont principalement collectives. Elles doivent être accompagnées et soutenues par une volonté politique forte. En effet, certaines initiatives sont aujourd'hui à l'arrêt en raison d'un manque d'animation du groupe. Ces actions de mutualisation peuvent avoir plusieurs effets positifs : l'accès à de nouveaux débouchés, la relocalisation des ventes, une nouvelle coopération entre acteurs, etc. Parce qu'elle impacte les débouchés et les conditions de travail, la question de la logistique de proximité devra être prise en compte pour faciliter l'installation de nouveaux agriculteurs.