

Quelques éléments de l'intervention de Frank Meymerit – Fr Civam Aquitaine

**Les enjeux de la relation directe
producteur-restaurateur
et l'encadrement des pratiques**

- L'Alimentation

En recoupant diverses études, il est avancé le chiffre suivant : 10-15% des produits aquitains sont consommés en Aquitaine.

Les termes « produits du terroir » et « produits locaux » se sont démocratisés et sont accessibles dans la consommation quotidienne mais il faut du coup être également vigilant à ce qui est proposé derrière ces termes d'appels.

L'enjeu est de remettre l'alimentation au cœur des pratiques de consommation... même dans l'offre de restauration.

- Le prix

La démarche des circuits courts s'inscrit dans une dynamique économique et un travail de structuration sur le long terme. Les débouchés commerciaux en circuits courts sont essentiellement complémentaires mais il y a un besoin d'encadrement des pratiques pour les rendre pérenne et pour leur développement. Le cœur du problème est le prix de la matière première, on sous-estime les coûts et on ne veut pas payer à un prix juste.

Une première étape pour pérenniser les pratiques peut passer par des contrats d'objectifs, des regroupements de restaurateurs.

- L'approche territoriale

De nombreuses initiatives voient le jour, ou sont redynamisées, et sont portées par des associations, des collectivités, des communes, des chambres consulaires (...). Il est donc important de se mettre d'accord sur les enjeux puis sur la stratégie et enfin sur les moyens à mettre en place.

L'approche territoriale est donc tout à fait légitime pour développer des projets dans lesquels monde agricole, professionnels du tourisme et acteurs du développement local se côtoient.

- Quelques pistes de réflexions stratégiques

Les freins logistiques (chaîne frigorifique par exemple) et sanitaires (ateliers collectifs par exemple) sont en partie écartés par l'encadrement des pratiques au niveau réglementaire mais il est important de pouvoir accompagner les différentes parties pour s'équiper.

Dans le développement des stratégies de vente directe, il y a de la place pour tout le monde en conciliant les groupements de producteurs et les producteurs individuels.

3 points clés pour développer les projets avec la restauration traditionnelle :

- cibler l'envie et les acteurs motivés
- trouver un prix juste pour les différentes parties
- s'engager collectivement et surtout durablement... d'où l'intérêt d'avoir une approche territoriale.