



**SITUATION ET PERSPECTIVES  
POUR LA COMMERCIALISATION  
DES PRODUITS DE LA MER ET DES LAGUNES  
SUR LE TERRITOIRE DU GALPA  
« THAU ET SON LITTORAL »**

**2023**

**Béatrice PARY - SMBT**



# Table des matières

<b>Préambule.....</b>	<b>5</b>
Un périmètre de projet étendu à 36 communes.....	6
Un territoire résolument maritime.....	7
Une méthodologie axée sur l'échange.....	8
<b>1. Commercialisation des produits de la pêche.....</b>	<b>9</b>
1.1 Organisation de la commercialisation en Occitanie.....	9
1.2 Débarquements sous les criées de Sète et du Grau d'Agde.....	10
Evolution des débarquements sous les criées de Sète et du Grau d'Agde.....	10
Principales espèces débarquées.....	12
Prix et indices de valorisation des principales espèces.....	14
1.3 Principaux acheteurs sous les criées.....	16
Typologies des acheteurs.....	16
Répartition des espèces par type d'acheteurs.....	17
Criée du Grau d'Agde.....	18
1.4 Stratégies des organisations de producteurs et coopératives.....	19
OP SATHOAN.....	19
OP du Sud.....	21
1.5 Circuits de vente directe pour les pêcheurs individuels.....	22
Les circuits courts organisés localement (« Paniers de Thau »).....	22
Une filière de paniers organisée au niveau national : « Poiscaille ».....	23
La vente directe sur les lieux de production.....	24
La vente directe sur des lieux touristiques.....	25
Les marchés des producteurs de pays, une opportunité ?.....	26
<b>2. Consommation des produits de la mer.....</b>	<b>27</b>
2.1 Consommation de produits de la mer à domicile.....	27
Approche qualitative de la consommation des ménages français en produits de la mer.....	27
Consommation vue par les organismes représentant les poissonneries.....	28
Quelques données sur la consommation de produits de la mer frais au niveau européen.....	30
Consommation des ménages français en produits de la mer.....	31
2.2 La consommation de produits de la mer hors foyer.....	32
La restauration hors foyer en quelques chiffres.....	32
La restauration hors foyer plébiscitée par l'ANSES.....	33
Les produits de la mer dans la restauration hors foyer en quelques chiffres.....	34
<b>3. Restauration collective et produits de la mer.....</b>	<b>36</b>
3.1 Définitions et poids économique de la restauration collective.....	36
3.1.1 Les acteurs de la restauration collective :.....	36
3.1.2. Restauration collective et « cuisine centrale ».....	37
3.1.3. La restauration collective en France en quelques chiffres.....	37
3.1.4. Les modes de gestion.....	37

3.2	Contexte réglementaire.....	38
3.2.1.	Principales règlementations en termes d’approvisionnement.....	39
3.2.2.	Les critères retenus pour des produits « durables et de qualité » .....	39
3.2.3.	Les principes de la commande publique.....	40
3.2.4.	Déclinaisons pour les produits de la mer : le label pêche durable .....	41
3.2.5.	Les recommandations et exigences du GEM-RCN concernant le poisson .....	44
3.3	Les principaux prestataires de la restauration collective en France et sur le territoire du Galpa .....	45
3.4	Les stratégies d’achat de produits de la mer en restauration collective .....	47
3.4.1.	Les dynamiques d’approvisionnement en poisson en 2021 .....	47
3.4.2.	Les principales espèces achetées par la restauration collective en 2022 .....	48
3.4.3.	Fonctionnement et stratégie d’une cuisine centrale en régie : SIVOM de Frontignan.....	49
3.4.4.	Fonctionnement et stratégie d’un lycée en autogestion (lycée de la Condamine, Pézenas) .....	51
3.4.5.	Les exigences en termes de transformation et de conditionnement de produits de la mer.....	52
3.4.6.	Produits de la mer en restauration collective : une question de prix ? .....	53
<b>4.</b>	<b>Le territoire du Galpa « Thau et son littoral », terrain d’expérimentation potentiel .....</b>	<b>54</b>
4.1	Une mobilisation conjointe entre le PAT « Sète Agde Méditerranée » et le Galpa « Thau et son littoral » .....	54
	Des périmètres proches .....	54
	Des thématiques communes autour du lien terre-mer .....	54
4.2	Des sources d’inspiration dans les collaborations entre acteurs des produits de la mer et restauration collective.....	56
4.2.1.	Ateliers de découverte et test d’approvisionnement en poisson local, une initiative du Comité départemental des pêches maritimes de Gironde (CDPMEM 33).....	56
4.2.2.	Manger bio et local 64, initiative du Conseil Départemental des Pyrénées-Atlantiques (CD64).....	58
4.2.3.	Mobiliser le tandem DLAL – PAT autour de l’approvisionnement en produits de la mer dans les cantines scolaires.....	59
4.3	Le projet « SAS Brise de Terre » : insertion par l’activité économique et circuits courts, Hérault ....	62
4.3.1.	La SAS « Brise de terre », une entreprise d’insertion .....	62
4.3.2.	Les actions engagées.....	62
4.3.3.	Résultats obtenus .....	64
4.3.4.	Conclusions : .....	66
4.4	Les résultats du diagnostic « restauration collective » .....	67
<b>5.</b>	<b>Perspectives et propositions .....</b>	<b>69</b>
5.1	Informier –sensibiliser les différents publics .....	69
5.2	Rapprocher les producteurs de l’aval des filières et construire des réseaux .....	71
5.3	Proposer de nouveaux produits.....	72
5.2.1.	Maintenir vivants des poissons et des coquillages .....	73
5.2.2.	Organiser la transformation.....	74
5.4	Contractualiser avec la restauration collective publique.....	76
5.5	Les cantines scolaires, une cible prioritaire .....	78
	Des partenaires au niveau national .....	78
	Une expérience dans les collèges de Dordogne .....	78
	Proposition : vers un projet territorial autour des cantines scolaires .....	79

## Table des figures

Figure 1 : carte du territoire du Galpa « Thau et son littoral » sur la programmation 2022-2027 .....	6
Figure 2 : infographie sur les activités de pêche et de cultures marines sur le territoire du Galpa « Thau et son littoral » en 2022 .....	7
Figure 3 : organisation de la filière des produits de la pêche en Occitanie (B.P. 2022).....	9
Figure 4 : Evolution des débarquements dans les ports de Sète et Agde .....	10
Figure 5 : Evolution 2014-2022 des tonnages vendus sous les criées de Sète et d'Agde (source FranceAgriMer)11	
Figure 6 : Evolution 2014-2022 du prix moyen sous les criées de Sète et d'Agde (source FranceAgriMer) .....	11
Figure 7 : Infographie sur la saisonnalité des poissons et des coquillages. Source : consultation des OP et criées pour la réalisation du journal des territoires (2022) .....	13
Figure 8 : Typologie des acheteurs sous la criée du Grau d'Agde 2022 .....	18
Figure 9 : Principales destinations des achats sous la criée d'Agde - Source : Criée du Grau d'Agde 2022 .....	18
Figure 10 : perception des produits de la mer par les consommateurs (source : Mesnildrey et al. 2009) .....	27
Figure 11 : intentions d'achats et achats réels source : Mesnildrey et al. 2009.....	27
Figure 12 : comportements d'achat en produits de la mer selon les lieux de vente (source : Mesnildrey et al. 2009) .....	28
Figure 13 : exemples de fiches recettes éditées par la SCAPP pour promouvoir des espèces méconnues (projet DLAL FEAMP – Galpa Thau) .....	29
Figure 14 : Poids respectifs des acteurs de la restauration hors foyer, France 2018 (source GiradFood pour FranceAgrimer) .....	32
Figure 15 : Marché de la restauration hors foyer par nature d'opérateurs, France 2018 (source GiradFood pour FranceAgrimer) .....	33
Figure 16 : Répartition des achats en volumes par types de produits et par acteur de la restauration Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService .....	34
Figure 17 : Répartition des achats par les restaurations en % de volume de produits entiers / transformés Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService .....	34
Figure 18 : Achats de produits de la mer par la restauration hors foyer en M€ et par catégories Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService .....	35
Figure 19 : Répartition des achats de produits de la mer en M€ par les restaurations .....	35
Figure 20 : postes de dépenses dans le cout global d'un repas en restauration scolaire .....	53
Figure 21 : profils des acheteurs en 2021 (source SAS Brise de Terre) .....	64
Figure 22 : Périmètre de l'enquête conduite auprès des 34 communes de SAM et CAHM (enquête UnPlusBio / SMBT 2022) .....	67
Figure 23 : Classement des communes par nombre de repas servis par jour (enquête UnPlusBio / SMBT 2022) .....	67
Figure 24 : Classement des communes par type de gestion (enquête UnPlusBio /SMBT 2022) .....	68
Figure 25 : Résultat d'un atelier du PAT Sète Agde Méditerranée autour de la transformation des produits.....	75

## Table des tableaux

Tableau 1 : Evolution des flottes de pêche dans les ports de Sète et Agde .....	10
Tableau 2 : Les principales espèces commercialisées sous la criée d'Agde .....	12
Tableau 3 : Les 10 premières espèces en valeurs et quantités des produits en 2006 pour la criée d'Agde	12
Tableau 4 : Données de vente déclarées en halles à marée en 2022, FranceAgriMer .....	14
Tableau 5 : Indices de valorisation des principales espèces débarquées (2020) .....	15
Tableau 6 : Importance relative des acheteurs présents sous les criées de Sète et du Grau d'Agde en % des tonnages et des valeurs (source : données des criées, PREPP 2009 (REPAL), enquêtes 2021) .....	16
Tableau 7 : Préférences en termes d'espèces des principaux acheteurs sous la criée de Sète (en % de tonnage)	17
Tableau 8 : Répartition des ventes par nationalité des acheteurs sous la criée d'Agde (en % de valeur) .....	17
Tableau 9 : Intérêts et difficultés pour des paniers intégrant du poisson .....	22
Tableau 10 : Les ventes à quai sur le périmètre du Galpa .....	24
Tableau 11 : Répartition par commune du nombre de campings et hôtels de plein air - .....	25
Tableau 12 : Résultats d'entretien avec des représentants des poissonneries SCAPP et de l'OPEF .....	29
Tableau 13 : Consommation et dépenses des ménages européens pour les produits de la pêche et de l'aquaculture frais . .....	30
Tableau 14 : Principales espèces commerciales de produits de la pêche et de l'aquaculture frais consommés par les ménages en Europe .....	30
Tableau 15 : Evolution de la consommation des ménages français en produits de la mer .....	31
Tableau 16 : Détail des achats par les ménages français de produits de la mer frais, en tonnages et valeurs, pour leur consommation à domicile en 2021 Source : FranceAgriMer 2022, d'après Kantar Worldpanel .....	31
Tableau 17 : Répartition du nombre de repas en fonction du type de convives de la restauration collective (hors restaurants d'entreprises privées) en France en 2021. ....	36
Tableau 18 : Le programme national pour l'alimentation 2019-2023 en bref.....	38
Tableau 19 : Principales réglementations liées à l'approvisionnement de la restauration collective .....	39
Tableau 20 : Principaux résultats des évaluations de stocks au travers de groupes de travaux européens (STECF) et méditerranées (GFCM) - MARBEC-LHM- appui à la politique publique 2022 pour 20 espèces constituant (hors thon rouge) 70 % des volumes débarqués dans le Golfe du Lion .....	42
Tableau 21 : Principaux opérateurs de la restauration collective en France en 2020 .....	45
Tableau 22 : Caractéristiques des principaux opérateurs de la restauration collective en France en 2021 .....	45
Tableau 23 : Principales espèces proposées et fourchettes de prix pratiqués au 1 <sup>er</sup> juin 2022 pour les produits de la mer dans une cuisine centrale en régie (Thau restauration / SIVOM de Frontignan) .....	48
Tableau 24 : Les principales espèces de poissons proposés en 2022 par Sodexo.....	48
Tableau 25 : Modes de préparation des poissons et conditionnement demandé par la restauration collective..	52
Tableau 26 : difficultés rencontrées dans la stratégie commerciale de la SAS et réactions de l'entreprise .....	65

# Préambule

Plus de 100 espèces sont régulièrement débarquées sous les criées de Sète et d'Agde, mais 11 espèces représentent environ 70 % des débarquements.

Certains produits sont peu connus et donc peu plébiscités tant par les habitants des communes – en particulier de l'arrière-pays - que par les touristes, malgré leur fraîcheur et leurs qualités à la fois gustatives et nutritionnelles.

En parallèle, les filières « pêche » et « cultures marines » sont fortement contraintes et confrontées :

- en termes de ressources, à des stocks halieutiques pleinement exploités et à des réglementations très contraignantes, en particulier sur les segments des chalutiers et de certains petits métiers (pêchant l'anguille ou le thon rouge), conduisant à une stabilité voire à une diminution des tonnages débarqués. A noter que, pour le thon rouge, cette gestion a conduit à une forte augmentation des prix.
- en termes économiques et de marché à :
  - une forte dépendance vis-à-vis du contexte international en particulier pour le coût du carburant,
  - une forte exportation des produits de la pêche méditerranéenne vers l'Italie et l'Espagne limitant les volumes pouvant être mis en vente localement, mais avec des prix souvent très attractifs sur ces marchés porteurs,
  - une consommation nationale qui porte sur un nombre réduit d'espèces, issues majoritairement de l'élevage ou importées,
  - une faible transformation locale des produits, en lien avec la taille souvent modeste de certains poissons débarqués,
  - des consommateurs de plus en plus sensibles d'une part aux enjeux de développement durable et au respect de comportements "responsables" vis-à-vis des produits de la mer et d'autre part aux arguments de santé et d'apports nutritionnels propres aux produits de la mer, même si ces tendances peuvent ne pas se retrouver systématiquement dans les actes d'achat,
  - une consommation de produits de la mer en France en hausse mais une diminution de la consommation de produits frais au profit d'autres segments,

En parallèle, l'accueil de public résident ou touristique sur les zones conchylicoles ou autour des criées se développe et des opportunités nouvelles sont peut-être à saisir auprès de certains secteurs touristiques encore peu prospectés.

Compte tenu de ces constats, s'est avéré nécessaire un diagnostic précis des modes de commercialisation - actuels et potentiels - des produits de la mer issus de la pêche et de la conchyliculture, sur le territoire du Galpa « Thau et son littoral ».

Ce rapport propose une analyse des modes de commercialisation actuels et dresse un panorama nécessairement non exhaustif de pistes nouvelles permettant de sécuriser les débouchés en coordonnant plusieurs approches : les pistes de la stabulation de produits vivants et de la transformation sont envisagées et un zoom est effectué spécifiquement sur la demande en produits de la mer de la restauration collective.

A la suite de ce diagnostic, des perspectives et des opportunités d'actions sont identifiées. Elles seront présentées aux membres du Galpa « Thau et son littoral » afin de mobiliser des partenaires locaux autour de projets de valorisation potentiellement finançables dans le cadre du DLAL FEAMPA 2021-2027.

## Un périmètre de projet étendu à 36 communes

Ce diagnostic porte sur le nouveau périmètre du Galpa, récemment étendu aux communes de l'arrière-pays, qui compte 36 communes :

- 14 communes de Sète Agglopôle Méditerranée
- 20 communes de la Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée
- 2 communes de la Communauté d'Agglomération Béziers Méditerranée (Sérignan et Valras).

Il est alimenté par la dynamique du **Projet alimentaire de territoire (PAT Sète-Agde-Méditerranée)** lauréat en avril 2021 de l'appel à projet du Programme National de l'Alimentation et coordonné par le SMBT. Ce PAT vise à favoriser et promouvoir une alimentation locale, de qualité et accessible à tous, sur un périmètre englobant des communes de Sète Agglopôle Méditerranée et de la Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée. Il s'articule autour de trois enjeux : générer une solidarité alimentaire de territoire, augmenter la résilience face au changement climatique et **renforcer le lien entre terre et mer**.

Ce PAT sera édité fin 2023 après avoir associé à cette démarche, lors de nombreux ateliers, les producteurs, transformateurs, distributeurs, citoyens, collectivités territoriales, instituts de recherche, acteurs de l'économie sociale et solidaire ainsi que représentants de la société civile autour de 4 axes thématiques :

- Axe 1 : renforcer le patrimoine alimentaire en préservant les espaces de production,
- Axe 2 : structurer la chaîne alimentaire de territoire, de la production au consommateur final, en intégrant la restauration collective (développement des circuits courts, de moyens logistiques pour la transformation et la distribution des produits, etc.).
- Axe 3 : prôner une gestion environnementale ambitieuse intégrant agroécologie, valorisation des déchets alimentaires et accès raisonné à la ressource en eau,
- Axe 4 : réduire la précarité alimentaire et rendre les produits de qualité accessibles à tous

Une partie des réflexions émane des groupes de travail organisés dans le cadre de l'axe 2 « structurer la chaîne alimentaire de territoire ».



Figure 1 : carte du territoire du Galpa « Thau et son littoral » sur la programmation 2022-2027

## Un territoire résolument maritime



Le périmètre du GALPA « Thau et son littoral » accueille plus de 50 % des activités de pêche et cultures marines d'Occitanie avec

- 2 criées :
- sur Sète (EPR Sud de France)
  - sur le Grau d'Agde (SAEML créée aux poissons du Grau d'Agde société anonyme d'économie mixte locale)

2 organisations de producteurs au sens de l'OCM, basées sur le territoire mais disposant d'adhérents sur tout le littoral méditerranéen (Occitanie et Région Sud) :

OP Sathoan et OP du Sud

des organisations professionnelles régionales :

- CRPMEMo : Comité régional des pêches maritimes et des élevages marins d'Occitanie
- CRCM : Comité régional conchylicole de Méditerranée

et locales :

prud'homies de Valras, Agde, Marsellaan, Mèze, Bouzigues, Sète étang et Sète mer, Frontignan

le centre technique régional : CEPALMAR  
le lycée de la mer Paul Bousquet  
le centre de recherche Ifremer-IRD et ses UMR

Figure 2 : infographie sur les activités de pêche et de cultures marines sur le territoire du Galpa « Thau et son littoral » en 2022

## Une méthodologie axée sur l'échange

Ce document a été élaboré suite à :

1. **un recueil de données chiffrées** auprès des criées de Sète et du Grau d'Agde
2. **une analyse bibliographique** autour :
  - de textes règlementaires
  - de rapports disponibles auprès de FranceAgriMer
  - de l'analyse des initiatives d'autres territoires
  - de rapports élaborés localement par d'autres territoires et Galpa.
3. **des entretiens individuels**
  - des entretiens « amont » avec les criées, les organisations de producteurs, des prud'homies,
  - des entretiens « aval » :
    - avec les responsables de la SCAPP (Société coopérative artisanale de poissonniers professionnels) et de l'OPEF (Organisation des poissonniers écaillers de France),
    - avec des opérateurs de la restauration collective : Sodexo, API, SIVOM de Frontignan, cuisinier d'un lycée agricole
    - avec des entreprises de transformation : Label d'Occitanie, Olaya, SAS Brise de Terre.
4. **des ateliers et groupes de travail**
  - ateliers « structuration de filière », l'un des 4 axes de travail du PAT Sète-Agde-Méditerranée : 3 séries d'ateliers organisés,
  - groupe de travail MIN de Montpellier (structuration de filière et transformation) et Label d'Occitanie,
  - Groupes de travail « restauration collective » PAT-DLAL avec les Galpas français disposant d'un PAT sur leur périmètre d'action :
    - Lannion Trégor-Communauté
    - AQTA Pays d'Auray
    - Toulon métropole
    - Dinan Agglomération
    - PETR Vidourle Camargue

# 1. Commercialisation des produits de la pêche

## 1.1 Organisation de la commercialisation en Occitanie

Le schéma ci-dessous présente l'organisation de la filière « pêche » :

- le rôle central en termes de commercialisation revient aux criées, qui effectuent la 1<sup>ère</sup> mise en marché des produits de la mer débarqués par les pêcheurs professionnels,
- les organisations de producteurs (au sens du règlement UE n°1379/2013 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2013 portant organisation commune des marchés dans le secteur des produits de la pêche et de l'aquaculture) servent d'intermédiaire auprès des transformateurs,
- les mareyeurs ont joué un rôle majeur lorsque les chalutiers régionaux débarquaient de grandes quantités de petits pélagiques (sardines et anchois) ; si, depuis la crise de 2008, leur activité s'est considérablement modifiée et leur nombre a chuté, ils demeurent un maillon essentiel de la filière.

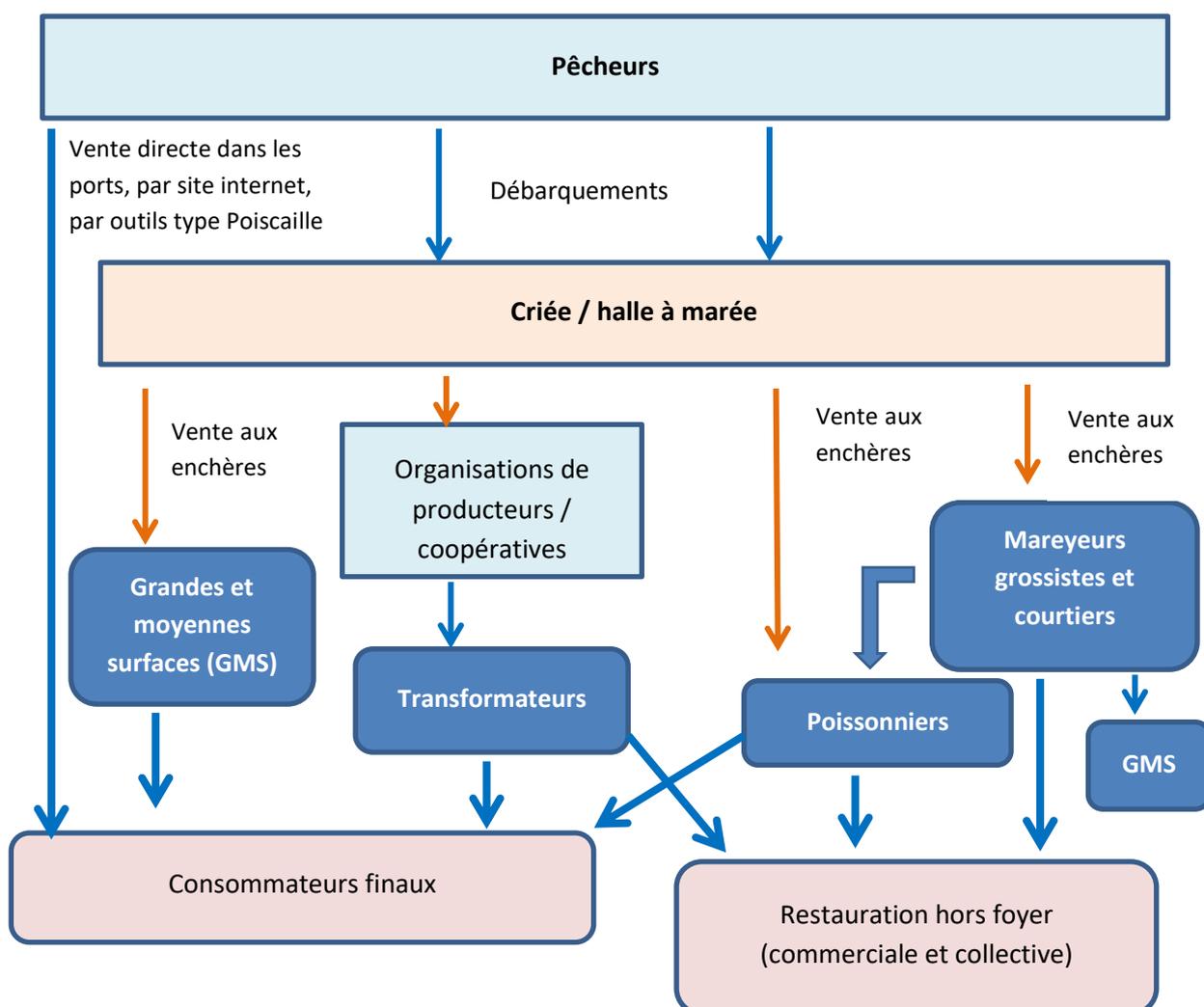


Figure 3 : organisation de la filière des produits de la pêche en Occitanie (B.P. 2022)

## 1.2 Débarquements sous les criées de Sète et du Grau d'Agde

### Evolution des débarquements sous les criées de Sète et du Grau d'Agde

Plusieurs évènements ont marqué l'évolution des débarquements sous les criées de Sète et d'Agde. Les données récentes ont été fournies par le CRPMEMO<sup>1</sup>, les données historiques sont issues des rapports suivants :

- « 1990-2005- une période de mutation pour la pêche en Languedoc-Roussillon » (B. Pary – 2005)
- « Diagnostic analyse, identification des améliorations de la 1ere mise en marché des produits de la pêche dans le Golfe du Lion » (AMOP, 2007)
- « Plan régional d'équipement des ports de pêche en Région Languedoc-Roussillon », 2008 (REPAL)

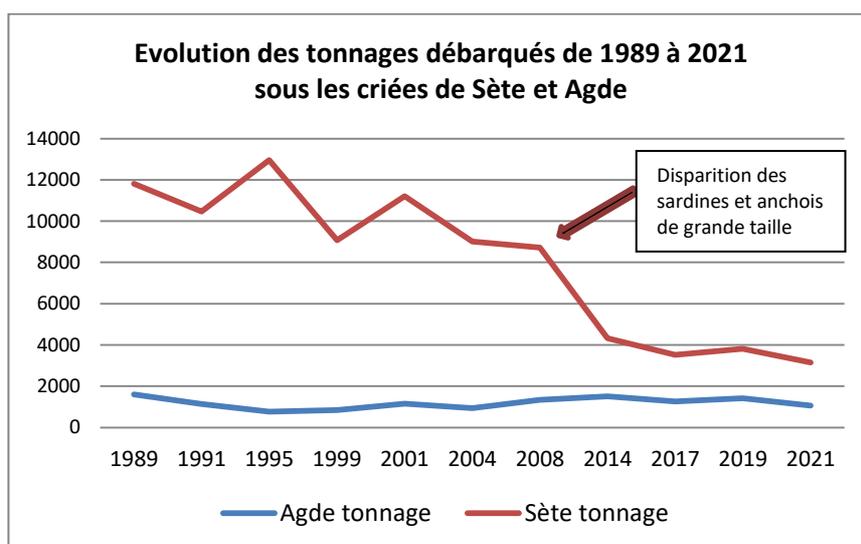


Figure 4 : Evolution des débarquements dans les ports de Sète et Agde

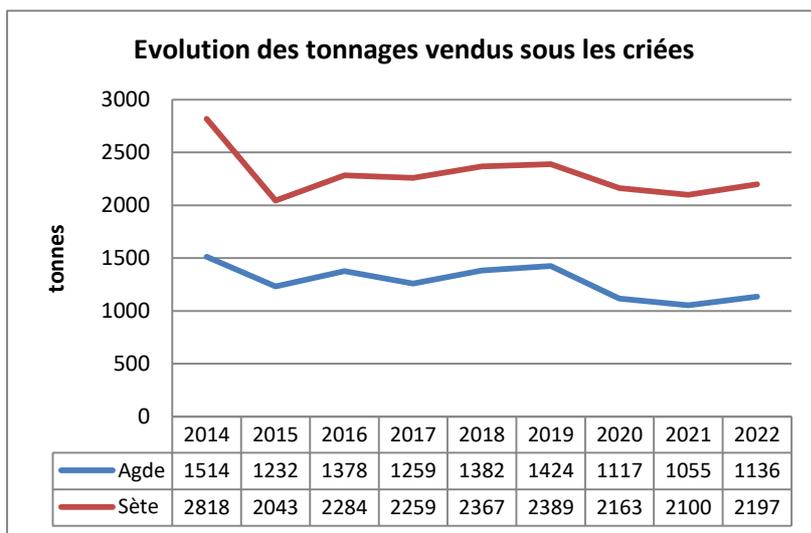
La majorité des débarquements est assuré par les chalutiers, dont le nombre diminue depuis 30 ans en Méditerranée française ainsi qu'en témoigne le tableau ci-dessous :

Années	1990	1995	2005	2022	2023
Nombre de chalutiers	134	119	102	57	43

	2004	2008	2019	2022
<b>Agde</b>	10 chalutiers	9 chalutiers, 4 thoniers 35 petits métiers mer	11 chalutiers, 2 thoniers, 38 petits métiers mer	10 chalutiers, 2 thoniers, 38 petits métiers mer
<b>Sète</b>	36 chalutiers	27 chalutiers, 17 thoniers 18 petits métiers mer	17 chalutiers, 17 thoniers, 25 petits métiers mer	10 chalutiers, 17 thoniers, 25 petits métiers mer

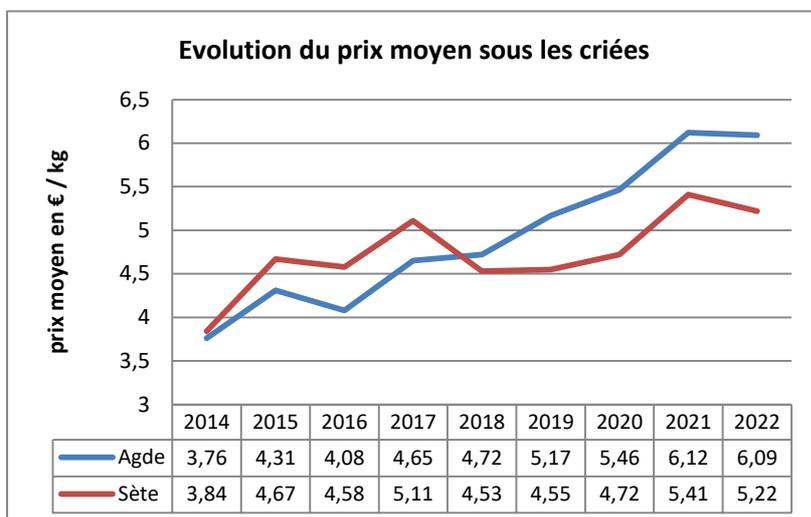
Tableau 1 : Evolution des flottes de pêche dans les ports de Sète et Agde

<sup>1</sup> Comité régional des pêches maritimes et des élevages marins d'Occitanie



Après une baisse sensible des débarquements en 2015 liée notamment aux sorties de flotte pour le port de Sète, et une inflexion en 2020 liée notamment aux périodes de confinement, se dessine une relative stabilité des quantités vendues sous les criées.

Figure 5 : Evolution 2014-2022 des tonnages vendus sous les criées de Sète et d'Agde (source FranceAgriMer)



Une progression régulière du prix moyen depuis 2016 pour la criée d'Agde et depuis 2018 pour la criée de Sète, qui plafonne en 2021, dans un contexte de crise marqué par l'inflation et l'augmentation du prix du gazole, des denrées alimentaires, du transport international.

Figure 6 : Evolution 2014-2022 du prix moyen sous les criées de Sète et d'Agde (source FranceAgriMer)

A titre d'illustration de **l'augmentation du prix du gazole** : les frais de transport de produits de la mer (au niveau des criées et des mareyeurs) sont composés d'un forfait et d'un pourcentage au prorata des tonnages lié au prix du gazole. Ce pourcentage, qui oscillait dans les dernières années entre 6 et 11 % est passé fin 2022, à 38 % faisant réellement exploser les couts de transport.

#### En résumé

La disparition du poisson bleu depuis fin 2008 et les sorties de flotte de nombreux chalutiers dans les 20 dernières années ont considérablement fragilisé la filière pêche et les criées.

Face à la diminution des débarquements, la valorisation des espèces est plus que jamais un enjeu fort pour stabiliser les revenus des pêcheurs et des organisations professionnelles

## Principales espèces débarquées

Les poulpes blancs et de roc sont les 2 espèces les plus importantes en tonnages et valeurs. A noter qu'en 2006, 8 espèces représentaient déjà 75 % de la valeur totale : l'encornet, la sole, le **poulpe roc**, le pointu, la daurade, le bar, le **merlu** et la **baudroie** (en **gras** les espèces communes aux années 2006 et 2021).

En % de la valeur	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Poulpe blanc</b>	<b>11%</b>	9%	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>
<b>Poulpe roc</b>	<b>12%</b>	<b>13%</b>	9%	<b>11%</b>	<b>12%</b>	8%	<b>11%</b>
Grondin rouge	8%	7%	6%	7%	7%	8%	7%
Rouget barbet	4%	3%	3%	3%	2%	6%	5%
Baudroie	5%	5%	3%	4%	4%	5%	5%
Maquereau	7%	7%	6%	8%	9%	7%	5%
<b>Merlu</b>	<b>13%</b>	<b>10%</b>	6%	6%	8%	4%	5%
Capelan	6%	7%	5%	5%	7%	5%	5%
Daurade	5%	3%	3%	6%	4%	5%	4%
Mulet, muge	2%	1%	2%	2%	2%	2%	4%
Chinchard	2%	3%	2%	2%	2%	4%	2%
	<b>75%</b>	<b>68%</b>	<b>55%</b>	<b>65%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>	<b>68%</b>

Tableau 2 : Les principales espèces commercialisées sous la criée d'Agde (en % de la valeur)

Espèces	Valeur (k€)	%	Espèces	Poids (t)	%
Encornet	559,2	11,40%	Poulpe roc	217,1	17,70%
Sole	550,7	11,20%	Maquereau	90,6	7,40%
<b>Poulpe roc</b>	<b>495,2</b>	<b>10,10%</b>	Grondin rouge	82,8	6,80%
Pointu	415,7	8,50%	Merlu	72,4	5,90%
<b>Daurade</b>	<b>414,7</b>	<b>8,40%</b>	Capelan	69,7	5,70%
Bar / loup	380,9	7,80%	Encornet	68,9	5,60%
<b>Merlu</b>	<b>366,6</b>	<b>7,50%</b>	Poulpe eledone	54,9	4,50%
Baudroie	338,8	6,90%	Daurade	48,2	3,90%
<b>Rouget Barbet</b>	<b>175,4</b>	<b>3,60%</b>	Baudroie	47,6	3,90%
Pageot	139,6	2,80%	Congre	42	3,40%
	<b>3 836,80</b>	<b>78,20%</b>		<b>794,2</b>	<b>64,80%</b>

Tableau 3 : Les 10 premières espèces en valeurs et quantités en **2006** pour la criée d'Agde (source : diagnostic, analyse, identification des améliorations de la 1<sup>ère</sup> mise en marché des produits de la pêche dans le golfe du Lion - programme d'action AMOP 2007)

# LES SAISONS DES POISSONS ET DES COQUILLAGES

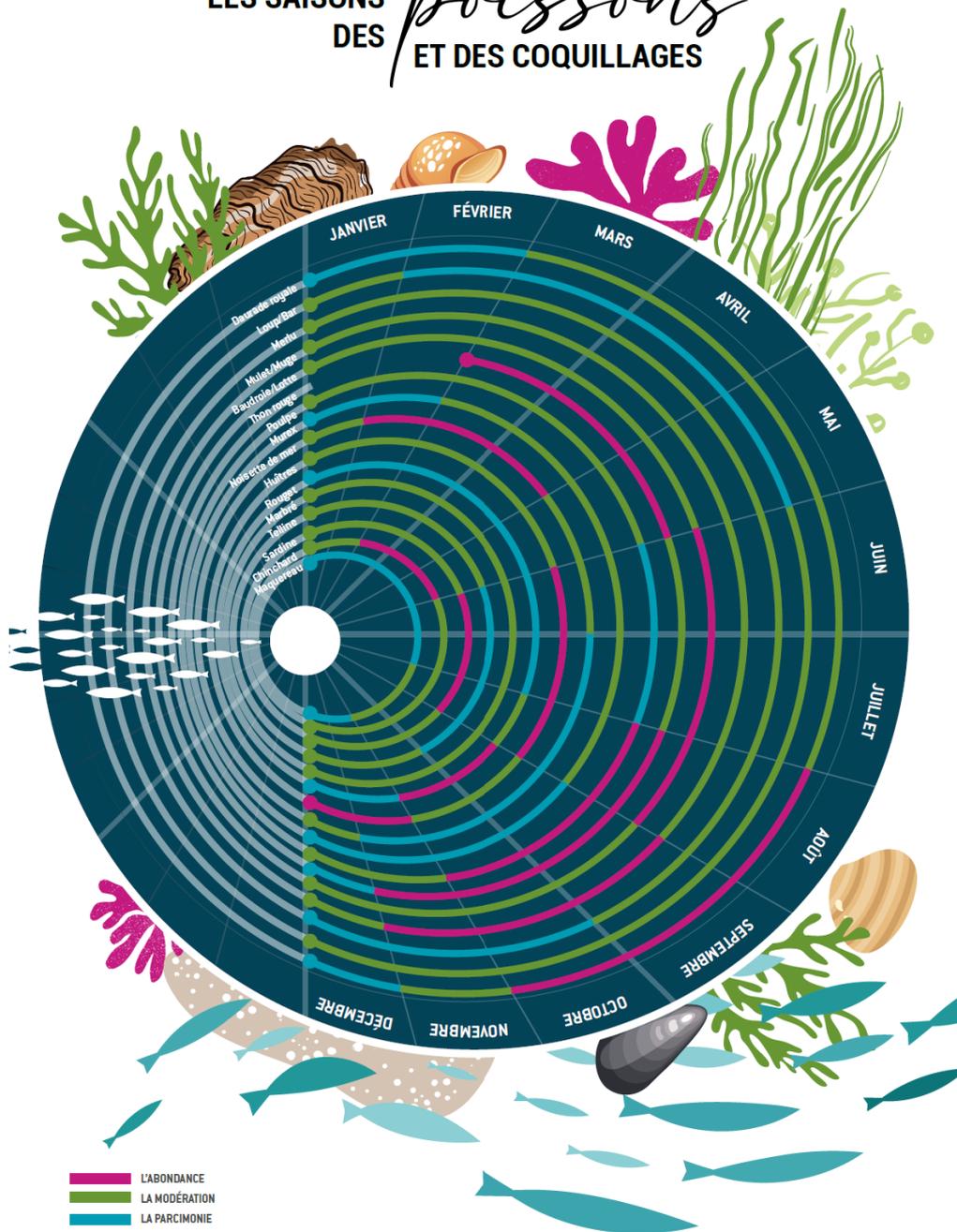


Figure 7 : Infographie sur la saisonnalité des poissons et des coquillages. Source : consultation des OP et criées pour la réalisation du journal des territoires (2022)

## En résumé

Sur plus de 80 espèces débarquées sous les criées de Sète et du Grau d'Agde, 11 espèces représentent environ 70 % des débarquements :

poulpe blanc, poulpe roc, grondin rouge, rouget barbet, baudroie, maquereau, merlu, capelan, dorade, mullet, chinchard, avec des saisonnalités marquées pour certaines d'entre elles

## Prix et indices de valorisation des principales espèces

La comparaison des prix entre les données nationales et les données locales fait apparaître des disparités entre les espèces :

- certaines sont mieux valorisées localement : baudroie, raie, pieuvre (poulpe), maquereau,
- d'autres présentent des prix moindres, en lien notamment avec la taille notoirement plus faible en Méditerranée que sur les autres façades maritimes françaises.

données 2022	Niveau national		Sète		Agde	
espèce	quantités vendues (t)	prix moyen national (€/kg)	quantités vendues	prix moyen	quantités vendues	prix moyen
<b>Baudroie</b>	10 381	5,7	152	<b>7,84</b>		
<b>Divers raies</b>	884	2,41	18	<b>3,42</b>		
<b>Dorade royale</b>	736	11,96	131	7,97	55	11,06
<b>Gronchin rouge</b>	2 231	1,12			75	2,8
<b>Maquereau</b>	6 469	1,85	153	<b>1,91</b>	75	<b>2</b>
<b>Merlu</b>	11 770	3,56	221	4,83		
<b>Pieuvre</b>	2 284	7,5	124	<b>9,17</b>	136	<b>9,37</b>
<b>Rouget barbet</b>	1 678	6,37			50	4,99

Tableau 4 : Données de vente déclarées en halles à marée en 2022, Source : FranceAgriMer

La comparaison entre le poids respectif des différentes espèces en valeur et en tonnage donne un indice de valorisation (% valeur / % tonnage) qui permet d'identifier les marges de progrès sur la commercialisation des espèces débarquées.

### Espèces bien valorisées

	% tonnage	% valeur	Indice de valorisation
Sole	1	5	5,00
Loup-Bar	2	6	3,00
Daurade	5	10	2,00
Thon rouge	4	8	2,00
Baudroie	5	8	1,60
Poulpe roc	12	18	1,50
Pointu	3	4	1,33
Merlu	6	7	1,17
	<b>38</b>	<b>66</b>	

Les espèces les mieux valorisées sont celles qui sont les plus familières du grand public : sole, loup, daurade, thon rouge ... et qui se retrouvent régulièrement sur les étals des poissonniers et les menus des restaurateurs.

Ce sont également celles qui répondent aux besoins spécifiques de marchés voisins : ainsi le poulpe à destination des marchés italiens.

## Espèces peu valorisées

	% tonnage	% valeur	Indice de valorisation
Mulet	5	1	0,20
Chinchard	2	0,6	0,30
Capelan	6	2	0,33
Grondin rouge	8	3	0,38
Maquereau	6	3	0,50
Poulpe blanc	17	10	0,59
Rouget barbet	6	5	0,83
	<b>50</b>	<b>24,6</b>	

Certaines espèces sont notoirement insuffisamment valorisées (indice de valorisation < 1), en particulier par méconnaissance du produit mais également en raison de la petite taille de certaines espèces.

Le mulet ou muge fait notamment les frais d'une image négative liée à la confusion entre les différentes espèces de muges.

*Tableau 5 : Indices de valorisation des principales espèces débarquées (2020)*

*Source : criée aux poissons du Grau d'Agde*

Un effort particulier est donc à engager vis-à-vis de ces espèces, en particulier mulet, chinchard, capelan, grondin rouge et maquereau :

- en termes d'apport d'information, de mobilisation d'outils de communication et de promotion de ces espèces,
- en termes de valorisation : proposition de filets ou de produits transformés à partir de ces espèces, si leur taille le permet.

A noter toutefois que le prix est un compromis entre d'une part la renommée du produit – liée à son image mais aussi à sa qualité gustative – et d'autre part l'offre nationale disponible sur les autres façades maritimes nationales.

### En résumé

Il existe un potentiel d'amélioration pour la commercialisation de certaines espèces de poissons : mulet, chinchard, capelan, grondin rouge, maquereau, et de céphalopodes : poulpes blancs

### 1.3 Principaux acheteurs sous les criées

#### Typologies des acheteurs

Les acheteurs sous les criées d'Agde et de Sète sont principalement des mareyeurs.

La valeur de leurs achats est toutefois relativement différente entre les criées de Sète et du Grau d'Agde ainsi que le montrent les tableaux ci-dessous.

	Criée d'Agde 2021 en % du tonnage des achats	Criée d'Agde 2021 en % de la valeur des achats	Nb d'acheteur <sup>2</sup> s 2021	Nb d'acheteurs 2008 : 67
Mareyeurs espagnols	25,77	23,8 %	20	5
Mareyeurs italiens	25,84	34,1 %	19	3
Mareyeurs français	23,26	15,9%	10	20
<b>Total mareyeurs</b>	<b>75,87 %</b>	<b>73,8%</b>	<b>49</b>	<b>28</b>
Poissonniers	15,7	19,6 %	41	31
GMS	6,26	6,6%	9	8

	Criée de Sète 2021 en % du tonnage des achats	Criée de Sète 2021 en % de la valeur des achats	Nb d'acheteurs 2021	Nb d'acheteurs 2008 : 86
Mareyeurs espagnols	9,5 %	10,24%	5	0
Mareyeurs italiens	2,36 %	5,29 %	4	2
Mareyeurs français	39,33 %	36,91 %	15	16
<b>Total mareyeurs</b>	<b>51,2 %</b>	<b>52,44 %</b>	<b>24</b>	<b>18</b>
Poissonniers y compris ambulants	36,1 %	35,12 %	104	68
OP Sathoan	6,49 %	6,30 %	1	
Négociants	5,63 %	5,63 %	3	
Restaurateurs	0,32 %	0,25 %	17	
GMS	0,27 %	0,26 %	1	

Tableau 6 : Importance relative des acheteurs présents sous les criées de Sète et du Grau d'Agde en % des tonnages et des valeurs (source : données des criées, PREPP 2009 (REPAL), enquêtes 2021)

Au niveau national, 187 entreprises de mareyage sont recensées en 2020, pour un chiffre d'affaires de 5 604 M€ de CA et 2850 emplois.

En Méditerranée, le poids du mareyage est estimé à 12 % des entreprises (soit 22 entreprises), 8% du CA, 7% des effectifs. Ce nombre de mareyeurs ne cesse de décroître et ses modes de travail ont considérablement évolué durant ces dernières années, en lien notamment avec la disparition des débarquements de petits pélagiques (sardines et anchois) qui étaient expédiées en Espagne et Italie par camions entiers. Cette profession n'est pas structurée à l'échelle de la façade méditerranéenne et ne dispose pas de représentant. Elle reste toutefois un maillon central de la filière.

On assiste par ailleurs depuis quelques années à un développement de **l'achat à distance** par mareyeurs étrangers, principalement italiens et espagnols : en moyenne 25-30 mareyeurs connectés à chaque vente sous la criée du Grau d'Agde en 2022.

<sup>2</sup> nombre d'opérateurs ayant effectué au cours d'une année, au moins un achat sous la criée

## Répartition des espèces par type d'acheteurs

En % des tonnages	Criée de Sète 2021	Principales espèces achetées
Mareyeurs espagnols (présentiel et à distance)	9,5%	Merlu, chinchard, capelan, crevette rose du large, baudroie, grondin, rouget, poulpe (blanc et roc)
Mareyeurs italiens	2,36%	Poulpe (blanc et roc), baudroie, maquereau commun, encornets rouges, dorade royale
Mareyeurs français (présentiel et à distance)	39,33%	Poulpe (blanc et roc), capelan, baudroie, dorade royale, encornet rouge, maquereau commun, merlu, rouget de vase, chinchard commun, grondins, mullet
<b>Total mareyeurs</b>	<b>51,2 %</b>	
OP Sathoan (y compris invendus OP)	6,49%	Grondin, chinchard, bogue, capelan, maquereau commun, mullet
Négociants	5,63%	Merlu, capelan, rougets, grondin, poulpe blanc
Poissonniers (y compris ambulants)	36,10%	Chinchard, baudroie, rouget de vase, dorade royale, maquereau commun, merlu, capelan, encornet rouge, crevette rose du large, mullet
Restaurateurs	0,32	Mulet, dorade royale, maquereau commun, baudroie
GMS	0,26%	Baudroie, dorade royale, rouget, maquereau commun, murex, merlu,
<b>Total autres acheteurs</b>	<b>48,8%</b>	

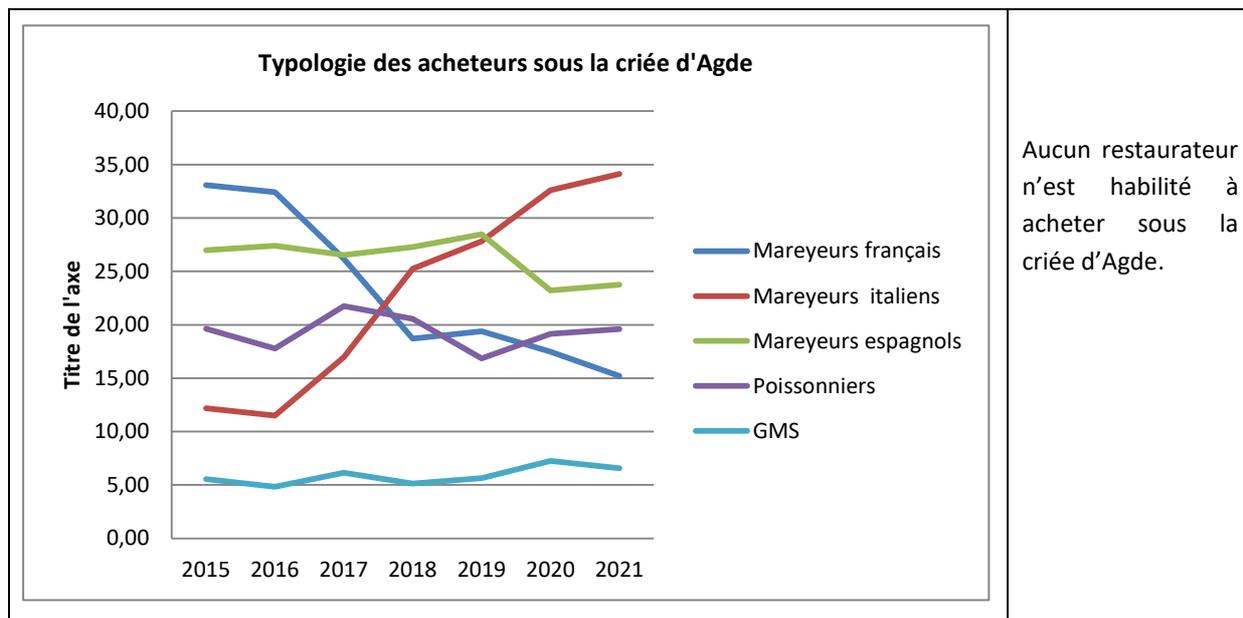
Tableau 7 : préférences en termes d'espèces des principaux acheteurs sous la criée de Sète (en % de tonnage)

En % de la valeur	Criée d'Agde 2021	Principales espèces achetées
Mareyeurs espagnols	34,1 %	10 espèces représentent plus de 70 % de la valeur des achats : merlu, capelan, poulpe blanc, poulpe roc, rouget, grondin rouge, murex (pointu), congre, baudroie, chinchard
Mareyeurs italiens	23,8 %	8 espèces représentent plus de 75 % de la valeur des achats : poulpe roc, poulpe blanc, maquereau, baudroie, capelan, merlu, encornet rouge, dorade
Acheteurs français : mareyeurs, poissonniers, GMS	42 %	10 espèces représentent plus de 60 % de la valeur des achats : poulpe blanc, grondin rouge, poulpe roc, muge, rouget, maquereau, dorade, thon rouge, baudroie, chinchard

Tableau 8 : répartition des ventes par nationalité des acheteurs sous la criée d'Agde (en % de valeur)

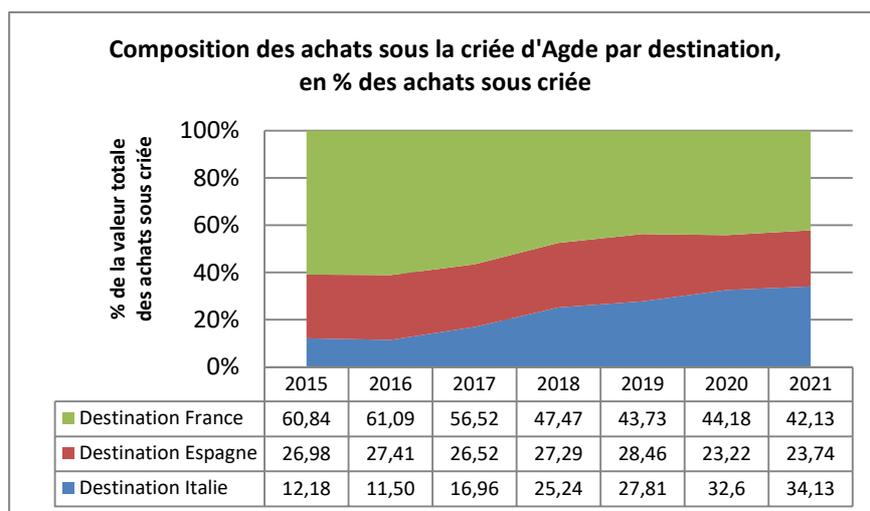
## Criée du Grau d'Agde

### Typologie des acheteurs



Aucun restaurateur n'est habilité à acheter sous la criée d'Agde.

Figure 8 : Typologie des acheteurs sous la criée du Grau d'Agde 2022



Les acheteurs français représentent moins de la moitié des achats sous la criée d'Agde et ne cesse de décroître pour atteindre 42 % en 2021.

Près de 60 % des captures sont exportées vers l'Italie et l'Espagne.

La part des acheteurs italiens ne cesse de croître et atteint 1/3 de la valeur des achats en 2021, tandis que l'Espagne reste stable à environ ¼ de la valeur totale des achats.

Figure 9 : Principales destinations des achats sous la criée d'Agde - Source : Criée du Grau d'Agde 2022

#### En résumé

Des stratégies différentes en fonction des criées :

- l'achat par des mareyeurs représente 52,4 % des achats à Sète contre 73,8 % au Grau d'Agde
- l'achat par des mareyeurs français représente 36,9 % des achats à Sète et 15,9 % au Grau d'Agde
- l'achat par des poissonniers représente 35 % des achats à Sète et 19,6 % au Grau d'Agde

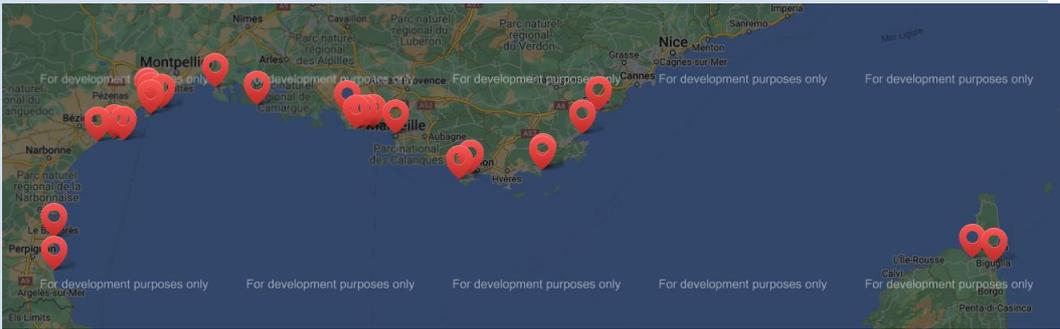
Une exportation de produits vers l'Espagne et l'Italie représentant 58 % de la valeur sous la criée d'Agde

## 1.4 Stratégies des organisations de producteurs et coopératives

Les OP ont principalement deux grandes missions, la gestion de droits de pêche et l'organisation du marché. Elles veillent notamment à améliorer la rentabilité économique, la condition de mise sur le marché des produits, la stabilité des marchés. Elles présentent régulièrement des « plans de production et de commercialisation » (PPC) et bénéficient pour la mise en œuvre des actions prévues dans ces PPC du soutien communautaire du FEAMP(A).

Deux organisations de producteurs sont présentes sur le territoire du Galpa et sont dotées de stratégies différentes. Ainsi, l'OP du Sud ne vend pas de produits puisque ce sont les coopératives adhérentes (coopérative d'Agde, SOCOMAP et Graulenne au Grau du Roi) qui gèrent les débarquements de leurs adhérents, alors que l'OP Sathoan commercialise certains produits de ses navires adhérents.

### OP SATHOAN

<b>Date de création de la structure</b>	Reconnaissance en tant qu'OP en 1991	
<b>Nombre d'adhérents et localisation</b>	<p>En 2021 : 95 navires adhérents, de la frontière espagnole à la Corse, 63 petits métiers, 18 chalutiers (mais sortie de flotte de 9 chalutiers en 2022), 14 thoniers senneurs et en 2023 : 95 petits métiers, 9 chalutiers, 14 thoniers senneurs</p> 	
<b>Principales espèces à enjeux commerciaux</b>	Thon rouge de ligne, Toutes espèces	
<b>Disponibilité des produits</b>	<p>Produits achetés sous la criée de Sète avec des ordres d'achats automatiques de la part de l'OP pour réaliser une soupe « label rouge »</p> <p>Nb : une diminution régulière des quantités d'invendus sous la criée de Sète</p>	
<b>Transformation des produits</b>	<p><b>Soupe</b> label rouge réalisée par 2 conserveurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terre et Mer Production, entreprise localisée à Frontignan et commercialisant la soupe sous plusieurs marques : dont Marie-Amélie et Le Marmiton</li> <li>- Marius Bernard entreprise localisée à Saint Chamas, commercialisant la soupe sous plusieurs marques : dont Pêcheurs des calanques, Panier des pêcheurs ; Marius Bernard</li> </ul> <p><b>Conserves</b> destinées à l'épicerie fine : poisson acheté sous la criée de Sète, congelé et transformé par</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les bocaux d'Amélie (Villeneuve les Béziers) jusqu'en 2022</li> <li>- Label d'Occitanie (Montpellier, groupe Epicure depuis 2022)</li> </ul>	
<b>Projets de valorisation</b>	Etude de marché conduite en 2022 identifiant les opportunités de partenariats avec des opérateurs de la transformation, afin d'élaborer une gamme à destination des restaurants, épicerie fines, poissonniers traiteurs	

<b>Cibles visées</b>	Grand public Restaurateurs : un projet financé dans le cadre du DLAL FEAMPA visant à étendre la marque « Méditerranée sauvage » aux restaurateurs, qui s'est heurté à des difficultés pour contrôler les approvisionnements et à un temps trop important passé en animation
<b>Outil</b>	VALPEM : association pour la valorisation de la pêche en Méditerranée, créée en 2011 avec une section « Organisme de Gestion » (OdG) <a href="https://www.valpem.fr/">https://www.valpem.fr/</a>
<b>Signes officiels de qualité</b>	Label rouge soupe de poissons Ecolabel Public des Pêches Maritimes (EPPM) : « pêche durable » sur la pêcherie « thon rouge de ligne, pêche artisanale »
<b>Marques collectives</b>	Thon rouge de ligne pêche artisanale, Espadon de ligne pêche artisanale, Méditerranée Sauvage, pour les produits de la pêche artisanale, marque disponible pour tous les opérateurs de la filière adhérents de VALPEM
<b>Zoom sur le thon rouge</b>	En 2022 : 14 senneurs, 60 petits métiers (canneurs, ligneurs, palangriers, 4160 tonnes de quota en 2023), 62 % des débarquements de l'OP Sathoan Ecolabels « pêche durable » et « MSC » pour les navires adhérents à la démarche « thon rouge de ligne pêche artisanale » En cours dossier Bluered, label rouge sur le thon entier et les longes de thon
<b>Evènements</b>	Présence sur les salons : SIA, REGAL + stand commercial, Escalade à Sète, ... Concours photos : en lien avec GMS et France Filière Pêche
<b>Perspectives</b>	Partenariat autour d'un projet de transformation de produits de la mer (conserves, charcuterie de poisson ...) à destination de la restauration commerciale

L'association VALPEM, adossée à l'OP Sathoan est une association pour la valorisation des produits de la pêche en Méditerranée rassemblant producteurs (pêcheurs professionnels, coopératives et organisations de Producteurs du secteur de la pêche), transformateurs et autres opérateurs de l'aval ayant une action directe sur le produit. Elle a pour objectifs :

- aider, accompagner et fédérer les démarches de filières du secteur de la pêche et des produits transformés à base de produits de la mer, souhaitant s'engager dans une démarche collective de reconnaissance de la qualité notamment via d'un Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO),
- accompagner la mise en place de signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), en tant qu'organisme de défense et de gestion (ODG),
- remplir les missions de valorisation et de gestion liées à la mise en valeur des produits.

Pour en savoir plus : <https://sathoan.fr/>

<https://www.valpem.fr/>

<https://mediterranee-sauvage.fr/>

<https://www.thonrougedeligne.com/>

<https://lecomptoirdelecusson.com/pages/les-bocaux-demilie-conservation>

<https://labeldoccitanie.fr/qui-sommes-nous/>

## OP du Sud

<b>Date de création de la structure</b>	Reconnaissance en tant qu'OP en 2012
<b>Nombre d'adhérents</b>	3 coopératives regroupant 146 navires adhérents, de Port Vendres à Marseille (principaux ports : Grau du Roi, Agde, Port la Nouvelle)
<b>Principales espèces à enjeux commerciaux</b>	Nasse changeante et murex Capelan, maquereau, mullet
<b>Principales missions</b>	Aide au stockage, demandes d'intervention, communication
<b>Disponibilité des produits</b>	Produits débarqués par les adhérents des coopératives
<b>Transformation des produits</b>	Tests de mise en bocaux de nasses changeantes non poursuivis
<b>Projets de valorisation</b>	
<b>Cibles visées</b>	
	<b>Communication, marques</b>
<b>Outil</b>	Plan de communication / sensibilisation auprès des scolaires, identifié dans le plan de production et de commercialisation (PPC) en partenariat avec le Belvédère de la Criée d'Agde
<b>Marque collective</b>	Eco-labellisation pour la pêche de thon rouge à l'hameçon (en 2023)
<b>Zoom sur le thon rouge</b>	36 AEP thon rouge pour 91 t de quota (en 2022)
<b>Participation à des événements</b>	Fête de la noisette (Agde) Présence sur les salons (Regal, SIA)
<b>Projets phares</b>	Projet NAMUR : stockage en viviers de nasses et de murex (2020-2022) Projet SCRABBLEU : étude sur la valorisation du crabe bleu (2021)

## 1.5 Circuits de vente directe pour les pêcheurs individuels

### Les circuits courts organisés localement (« Paniers de Thau »)

Impulsé en 2008 par le CPIE du bassin de Thau, le « Panier Poissons Coquillages » a été financé sur les fonds de l'axe 4 du Fonds Européen pour la Pêche afin de favoriser la commercialisation des produits de la mer et de la lagune. Une fois la dynamique lancée, le mode de commercialisation a été étendu à d'autres produits pour devenir « les Paniers de Thau ».

« Paniers de Thau » s'appuie sur un réseau de citoyens bénévoles (les consommateurs-relais) qui, accompagnés par le CPIE Bassin de Thau, organisent les livraisons, se chargent de rentrer les produits sur le site internet, organisent des visites chez les producteurs ainsi que des événements autour de l'alimentation locale. Les commandes s'effectuent sur le site <https://www.paniersdethau.fr/> et la livraison se fait une fois par semaine sur des lieux et des horaires fixes sur les communes de Poussan, Frontignan, Balaruc-le-vieux, Montbazin et Agde.

Coté produits de la mer participant : un pêcheur de l'étang de Thau (poisson), un conchyliculteur de Thau (huitres et moules), une entreprise de fumaison et plus récemment un poissonnier.

Ce qui fonctionne	Points de vigilance / difficultés
Poissons écaillés et vidés	Besoin d'un agrément spécifique pour les pêcheurs réalisant cette opération
Paniers de 1 kg	Temps long pour réaliser des paniers de 1 kg Vigilance pour associer des poissons ayant le même mode de cuisson
Poissons stockés en chambre froide avant livraison	Chaîne du froid préservée, mais besoin de glace et d'un lieu de stockage adéquat
Prix fixe à l'année (17 € /kg en 2022)	Permet de vendre l'ensemble de la production, en alternant des périodes où le panier contient des produits « nobles » (loup, daurade, sole, rouget) et d'autres où le panier contient plutôt du muge ou des anguilles
Livraison en fin d'après-midi, temps de séjour sur place de 45 mn env.	Stockage au froid dans le moyen de transport (besoin de glace) Déplacements dans les villes accueillant les paniers : des frais et du temps de trajet
Discussions avec les clients	Principe même des paniers, qui vise à faire se rencontrer les producteurs et les acheteurs Les producteurs informent sur les produits, leur mode de cuisson ou de préparation mais aussi les techniques de capture

Tableau 9 : Intérêts et difficultés pour des paniers intégrant du poisson (Source : entretien avec la personne fournissant le poisson depuis 2014 aux Paniers de Thau.)



## Une filière de paniers organisée au niveau national : « Poiscaille »

Poiscaille est un outil de vente en ligne lancé en 2015 qui offre des poissons sauvages vidés, des coquillages de pêche et d'élevage et des crustacés.

Basé à Montreuil en région parisienne avec un entrepôt à Wissous (sud de Paris), Poiscaille achète des produits de la mer auprès de 240 pêcheurs partout en France, à un prix plus élevé de 20 à 30% en moyenne par rapport au prix sous criée dans une démarche de circuit court. Sur le territoire du Galpa, font partie du réseau Poiscaille 2 pêcheurs de Valras (fileyeur-palangrier et pêcheur à pied). L'objectif affiché par l'entreprise est de promouvoir une exploitation durable : mieux rémunérés, 30 % des pêcheurs qui travaillent pour Poiscaille déclarent pêcher en moindre quantité

Depuis 2019, l'entreprise a multiplié par 7 le nombre de ses abonnés pour en compter 21 000 en 2022 et enregistre 45 000 commandes par mois. Le système d'abonnement est largement inspiré de celui des Amap<sup>3</sup> avec 3 formules d'abonnement (hebdomadaire pour 19 €, à la quinzaine pour 22,90€ ou au mois pour 24,90€). 95% des abonnés viennent retirer leurs « casiers » dans un des 1600 points relais partenaires : épicerie bio (notamment les Biocoop) et magasins de producteurs qui n'ont pas développé une offre de produits de la mer..



En 2022, ce poissonnier « éthique et en ligne » a opéré sa deuxième levée de fonds pour un montant de 8 M€. Il affiche un chiffre d'affaires de 14 M€ et emploie 80 personnes. Avec ses nouveaux moyens financiers, l'objectif affiché est de recruter 80 000 abonnés d'ici à 2026 et soutenir 800 bateaux.

Une nouvelle stratégie de Poiscaille est de proposer dorénavant des achats sous certaines criées françaises.

Sur ce marché des produits de la mer en circuit court, ses principaux concurrents sont « Luximer », « O'Poisson » et « Pour de bon ».

### En résumé

Des paniers de la mer disponibles, souvent distribués par l'intermédiaire des Biocoop

Une relation à structurer avec les criées  
avec potentiellement un agrément de Poiscaille pour l'achat sous criée

<sup>3</sup> Association pour le maintien de l'agriculture paysanne

## La vente directe sur les lieux de production

Site de débarquement	Vente directe à quai (nb de pêcheurs)	Equipements actuels et à venir	Halles communales avec produits de la mer
Frontignan	4	Projet de la commune et du port de plaisance : des étals individuels et une machine à glace (projet DLAL envisagé)	
Sète – Barrou	2	Métiers : filets Aménagements collectifs envisagés par le CD34 autour des passerelles et de l'accès de navires de promenades	
Sète – quai de la consigne	3	Métiers : filets, pots à poulpes Aménagements personnels sur le quai	
Sète – halles municipales			7 poissonniers, 7 conchyliculteurs
Mèze			1 pêcheur / conchyliculteur 1 poissonnier
Cap d'Agde (Vieux Port)	15	Métiers : filets pots à poulpes, palangres Etals individuels	
Agde ?			
Valras plage pontons des pêcheurs	2	Métiers : filets	
Valras –halles	10	Métiers : filets, pots à poulpes, chalutier	Etal de la prud'homie des pêcheurs + étal du chalutier

Tableau 10 : Les ventes à quai sur le périmètre du Galpa

Ces ventes à quai sont particulièrement dynamiques en période estivale. Le reste de l'année, la majorité des professionnels débarque sous les criées d'Agde et de Sète.



Un étal sur le quai de la Consigne, à Sète

## La vente directe sur des lieux touristiques

### Relations avec l'hôtellerie de plein air

#### CO-HPA, Confédération Occitanie Hôtellerie de Plein Air : un interlocuteur privilégié

Les Fédérations de l'HPA Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées ont créé une nouvelle entité, la Confédération Occitanie de l'Hôtellerie de Plein Air (CO-HPA) pour répondre aux besoins de représentativité et de défense de la profession au sein de la région. Tout en conservant le fonctionnement actuel des deux fédérations, la CO-HPA se positionne en complément sur des actions de communication, de mise en réseau et sur l'accompagnement de projets de formation. Elle s'attache ainsi à maintenir ses valeurs et renforcer la solidarité interprofessionnelle en Occitanie.

En chiffres : La CO-HPA rassemble plus de 900 campings. En Occitanie, les campings totalisent près de 60% des nuitées marchandes avec 26 millions en 2019 (Source Insee : Nuitées touristiques par type d'hébergement lors de la saison d'été 2019 (avril à septembre)). L'HPA Occitanie se place au 1er rang national pour son nombre de campings et au 2ème rang pour ses nuitées, derrière la Nouvelle Aquitaine. Rappelons que le tourisme représente plus de 10% du PIB en Occitanie.

#### Une importance significative de campings sur le territoire du GALPA « Thau et son littoral »

Le nouveau périmètre du Galpa « Thau et sa bande côtière » compte dorénavant 36 communes, dont Vias et Sérignan, qui accueillent de nombreux campings : environ 70 sur les communes de la CAHM, 45 sur les communes de SAM, et 23 sur les 2 communes de Béziers Méditerranée. Les principales communes concernées sont : Agde, Marseillan et Vias.

	Commune	Nombre d'établissements		Commune	Nombre d'établissements
CAHM	Vias	20	SAM	Marseillan	21
CAHM	Agde (et Cap)	28	SAM	Frontignan	8
CAHM	Grau d'Agde	7	SAM	Mèze	2
CAHM	Castelnau de Guers	2	SAM	Loupian	1
CAHM	Portiragnes	4	SAM	Balaruc les Bains	4
CAHM	Pézenas	3	SAM	Vic la Gardiole	4
CAHM	Pinet	2	SAM	Bouzigues	1
CAHM	Pomerols	1	SAM	Gigean	1
CAHM	Florensac	1	SAM	Poussan	1
CAHM	Saint Thibéry	1	SAM	Sète	1
CAHM	Montagnac	1	SAM	Villeveyrac	1
BM	Sérignan	17			
BM	Valras	6			

Tableau 11 : répartition par commune du nombre de campings et hôtels de plein air Source : <https://www.campings-herault.com/liste/france-herault.htm> -

#### Les propositions construites avec la COP-PHA

- Identifier les producteurs (conchyliculteurs ou pêcheurs) souhaitant fournir des prestations chaque semaine dans des campings : dégustation, vente de produits sur place
- Recenser les prestations potentielles des pêcheurs / conchyliculteurs : visites de criées, visites et dégustations dans les mas, pouvant éventuellement intégrer du transport (bus et/ou bateau)
  - Structurer une offre spécifique à destination des publics étrangers (anglais, allemands) avec traduction des présentations des conchyliculteurs

## Relations avec les ports de plaisance

La création d'un point de vente sur les quais de Port – Camargue, plus grand port de plaisance d'Europe a résulté d'échanges entre le comité local des pêches du Grau-du-Roi et la régie autonome Port-Camargue. L'objectif est de développer des complémentarités entre la pêche artisanale et les activités touristiques du port de plaisance, en particulier entre les pêcheurs professionnels, les plaisanciers, les riverains et les visiteurs.

L'étal est situé près de la capitainerie de Port-Camargue et est ouvert en saison 3 matinées par semaine, lundi, mercredi et samedi à partir de 8h30, et pour le reste de l'année seulement le samedi.

Sur le territoire du Galpa « Thau et son littoral », une réflexion est engagée par la commune et le port de Frontignan-Plage, pour réaliser un étal de vente directe pour les 6 pêcheurs professionnels du port.

### Propositions

Engager une réflexion avec les ports de plaisance du territoire et les communes ne disposant pas de halles commerciales, pour structurer une vente directe à proximité des capitaineries.

## Les marchés des producteurs de pays, une opportunité ?

La gestion de ces marchés est assurée par la Chambre d'agriculture.

Plus de 200 marchés de producteurs sont organisés tout l'été dans le département de l'Hérault. Sur le territoire du Galpa, 12 communes sont concernées en 2022 : Sérignan, Saint Thibéry, Pézenas, Pinet, Montagnac, Marseillan, Mèze, Loupian, Villeveyrac, Balaruc Le Vieux, Balaruc les Bains, Bouzigues.

conditions	opportunités pour le producteur	risques	points de vigilance	propositions
approvisionnement en produits fermiers, locaux, de saison et spécialités de pays, qualité des pratiques de production et transformation, contact direct avec le producteur, transparence sur les pratiques agricoles	vendre du poisson cuisiné en assiettes pour optimiser la valeur	limiter les apports sous les criées au profit de la vente directe	Le producteur : vend uniquement ses propres produits participe à l'ensemble des marchés contractuels participe à la réunion de lancement et au bilan du marché	intégrer des pêcheurs dans les marchés de pays mobiliser les OP, coopératives ou criées pour servir d'intermédiaire

### Propositions

- analyser les halles des différents villages du périmètre et la composition des marchés de pays pour identifier si les produits de la mer peuvent être proposés
- identifier la possibilité pour des coopératives d'envoyer des adhérents sur les marchés de pays
- proposer des formations spécialisées (HACCP) pour les producteurs souhaitant faire déguster leurs produits, cuisinés, sur les marchés de pays

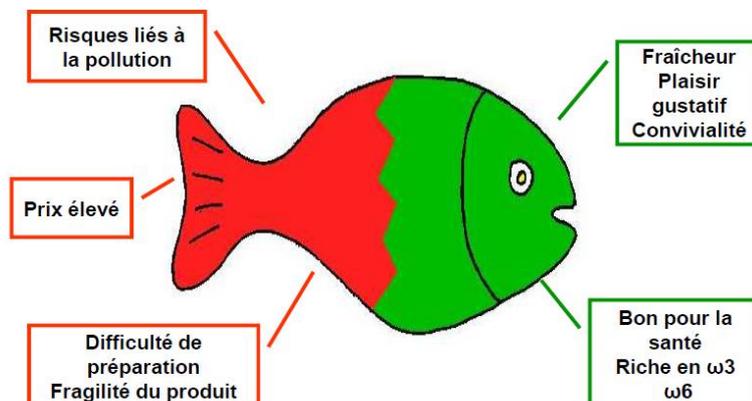
## 2. Consommation des produits de la mer

### 2.1 Consommation de produits de la mer à domicile

#### Approche qualitative de la consommation des ménages français en produits de la mer

Le poisson bénéficie d'une image globalement positive auprès des consommateurs notamment pour ses qualités nutritionnelles et pour une reconnaissance du savoir-faire des différents maillons de la filière (pêcheurs, poissonniers).

Figure 10 : perception des produits de la mer par les consommateurs (source : Mesnildrey et al. 2009)



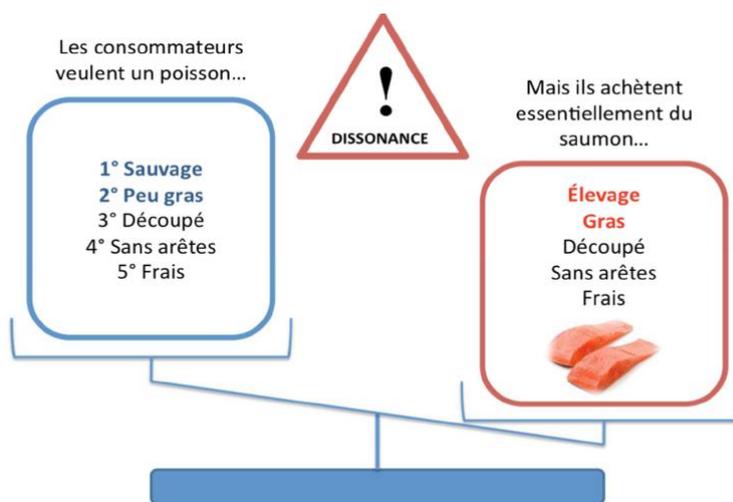
Pour les consommateurs français, les produits de la mer doivent répondre à plusieurs types d'exigences (source Cogépêche 2009-2012) :

- le plaisir : recherche de gastronomie au quotidien et recherche du plaisir de cuisiner sans contraintes
- la sécurité : besoin d'une information claire, comparable, avec des garanties
- l'éthique : en intégrant la notion de consommation responsable dans ses achats
- la praticité : facilité d'usage des produits, demande de produits adaptés à la prise de repas « nomades »
- la santé-nutrition : demande de produits plus naturels, bénéfiques pour la santé

Toutefois, un certain nombre de dissonances sont mises en évidence entre ce que souhaitent les consommateurs (d'après diverses enquêtes directes) et ce qu'ils achètent réellement.

Figure 11 : intentions d'achats et achats réels source : Mesnildrey et al. 2009

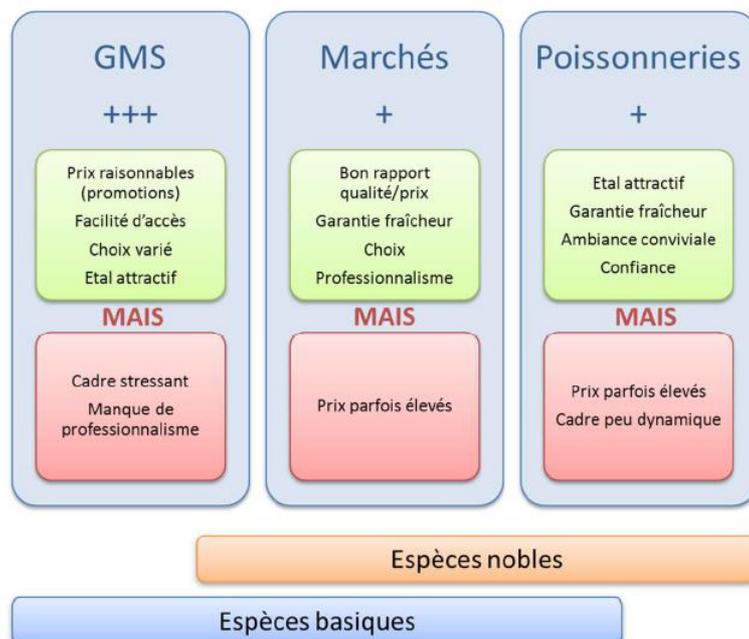
Les principales espèces importées en 2021 (en millions d'euros) sont : le saumon (1 684 M€), les crevettes tropicales (657 €) et le cabillaud (459 M€). (source FranceAgriMer)



A noter que la majorité des rayons marées des GMS - hors littoraux - ne sont pas rentables car les produits de la mer sont considérés comme des produits d'appels pour attirer davantage de clients (comm. pers. OPEF 2022).

Les attentes des consommateurs varient également selon les points de vente.

Figure 12 : comportements d'achat en produits de la mer selon les lieux de vente (source : Mesnildrey et al. 2009)



#### En résumé

Des actes d'achat de poisson principalement réalisés en GMS au niveau français.

Une offre en produits locaux issus des criées de Sète et d'Agde ne permettant pas d'engager un travail d'ampleur avec les GMS sur le poisson frais en raison d'une part de quantités trop limitées et irrégulières et, d'autre part, de prix en départ de la criée trop élevés

### Consommation vue par les organismes représentant les poissonneries

Les informations ci-dessous sont issues d'entretiens avec des responsables de la SCAPP et de l'OPEF.

La SCAPP (Société Coopérative Artisanale de Poissonniers Professionnels) rassemble 150 poissonneries adhérentes et leur propose divers services : référencement de fournisseurs de produits de qualité, achats groupés à l'échelle de la coopérative, animations et promotions commerciales, communication au plan local, représentation des adhérents. <http://www.poissonniercorail.fr/qui-sommes-nous/>

L'OPEF (Organisation des Poissonniers Écaillers de France) est le seul organisme habilité à négocier les évolutions de la branche poissonnerie. Il porte la voix de 3 500 entreprises (soit plus de 10 000 salariés), représente et défend les intérêts de la profession, assure une veille technique et réglementaire et diffuse tous les deux mois un journal dédié aux poissonniers. <http://www.uniondelapoissonnerie.org/qui-sommes-nous>

	Freins	Propositions
<b>Perception de l'offre de produits de la pêche locale</b>	Des incertitudes sur la régularité des approvisionnements Des inquiétudes sur la disponibilité de la ressource. Un critère primordial, la fraîcheur	Engager des travaux d'achat / distribution sur des espèces actuellement peu valorisées mais avec des volumes (ex. murex, nasse, mulot) avec des possibilités de stabulation (projet NAMUR – DLAL-FEAMP)

	Freins	Propositions
<b>Demande des consommateurs</b>	Demande saisonnière des produits : forte demande de céphalopodes en été. Des clients de plus en plus sensibilisés à la saisonnalité des produits, à l'environnement marin et à l'état de stocks	Mieux communiquer sur les produits car la Méditerranée souffre d'une mauvaise image en termes de durabilité des techniques de pêche
<b>Logistique</b>	Explosion du cout du transport depuis janvier 2022 (30 % en pied de facture contre 8 % en 2021), frais de transport entre 1 à 1,5 € du kg avec vraie problématique sur le cout du dernier km.	Massification du transport de la SCAPP pour ses adhérents induisant une possibilité de commande dès 31kg contre 40kg pour un poissonnier indépendant
<b>Communication</b>	Déficit d'image pour la pêche méditerranéenne	Outils de communication à définir ensemble et à envoyer à chaque poissonnier (sur le modèle de ce qui a été réalisé dans le projet DLAL FEAMP recettes) S'inspirer des initiatives de Normandie fraîcheur mer pour valoriser des espèces méconnues <a href="https://www.normandiefraicheurmer.fr/">https://www.normandiefraicheurmer.fr/</a>

Tableau 12 : Résultats d'entretien avec des représentants des poissonneries SCAPP et de l'OPEF



Figure 13 : exemples de fiches recettes éditées par la SCAPP pour promouvoir des espèces méconnues (projet DLAL FEAMP – Galpa Thu)

### En résumé

Un travail à engager avec les poissonneries en particulier du réseau SCAPP, susceptibles d'acheter, de distribuer, de mettre en valeur certains produits spécifiques débarqués en quantités suffisantes (nasses, murex, muges).

Une communication sur les produits méditerranéens à amplifier

## Quelques données sur la consommation de produits de la mer frais au niveau européen

Selon l'observatoire européen des marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture (EUMOFA 2021), la consommation moyenne de produits de la pêche et de l'aquaculture en Europe s'élève à **23,98 kg / an / habitant** (soit 11 360 tonnes /an) pour un cout total de 106 € / habitant /an (soit 54 262 M€/an).

Pour chaque pays, les données sur la consommation des ménages couvrent une sélection des espèces les plus consommées à l'état frais, y compris le poisson emballé ou en vrac, mais toujours sans ingrédients supplémentaires.

Le pays ayant la consommation par habitant la plus importante reste le Portugal, mais aucun acheteur portugais n'est inscrit dans les criées d'Agde ou de Sète.

	Consommation apparente par habitant des produits de la pêche et de l'aquaculture		Dépenses des ménages pour les produits de la pêche et de l'aquaculture (hors restauration hors domicile)	
	Kg (équivalent poids vif) / habitant / an	Variation 2018-2019	En millions d'€	Variation 2018-2019
Portugal	<b>59,91</b>	- 2%	13 608	+39%
Espagne	46,02	id	12 277	+3%
Danemark	42.56	+6%	835	+27%
<b>France</b>	<b>33,26</b>	<b>-0.5 %</b>	<b>9 183</b>	<b>+9%</b>
Italie	31,21	+1%	12 277	+3%

Tableau 13 : Consommation et dépenses des ménages européens pour les produits de la pêche et de l'aquaculture frais Source : Observatoire européen des marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture (EUMOFA 2021).

Parmi les principales espèces consommées par les ménages européens figurent peu d'espèces méditerranéennes hormis la dorade royale.

France	Italie	Espagne	Portugal	Pays Bas	Total UE
<b>Cabillaud</b>	Anchois	Cabillaud	Palourde et autres vénéridés	Cabillaud	Thon
<b>Dorade royale</b>	Palourdes et autres vénéridés	Merlu	Bar commun	Hareng	Saumon
<b>Merlu</b>	Bar commun	Maquereau	Dorade royale	Maquereau	Cabillaud
<b>Maquereau</b>	Dorade royale	Baudroie	Merlu	Moule	Lieu d'Alaska
<b>Baudroie</b>	Merlu	Thon	Maquereau	Crevette	Crevettes
<b>Lieu noir</b>	Saumon	Saumon	Crevettes	Pangasius	Moule
<b>Saumon</b>	Moule	Sardine	Poulpe	Plie	Merlu
<b>Sardine</b>	Poulpe	Bar commun	Saumon	Saumon	Hareng
<b>Truite</b>	Saumon	Dorade royale	Sardine	Truite	Calmar
<b>Merlan</b>	Calmar	Sole	Sabre		Sardine
	Espadon				Maquereau

Tableau 14 : Principales espèces commerciales de produits de la pêche et de l'aquaculture frais consommés par les ménages en Europe, Source : Observatoire européen des marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture (EUMOFA 2021).

## Consommation des ménages français en produits de la mer

L'évolution de la consommation des ménages français fait apparaître une baisse substantielle des produits de la mer frais et surgelés au profit des produits traiteurs qui, en 10 ans, ont progressé de 20 % en volumes et de 41 % en valeur.

Selon FranceAgriMer, en 2021, les produits frais sont majoritairement achetés en grande distribution (63%) puis sur les marchés (11%) et dans les poissonneries (9%). A noter qu'en grandes surfaces, le rayon libre-service prend le pas depuis quelques années sur le rayon traditionnel. Or les produits méditerranéens se prêtent peu au libre-service.

	Quantités achetées en 2021 (milliers de tonnes)	Dépenses en 2021 (milliers d' €)	Evolution 2021-2012 en volumes	Evolution 2021-2012 en valeur	Parts de marché de la GMS en 2021
Produits frais	219 975	2 648 282	-19%	-4%	<b>63%</b>
Produits surgelés	116 026	1 276 884	-22%	-13%	49%
Conserves	115 954	1 116 020	-7%	9%	72%
Produits traiteurs	222 491	3 155 209	<b>20%</b>	<b>41%</b>	<b>71%</b>

Tableau 15 : évolution de la consommation des ménages français en produits de la mer

Source : FranceAgriMer 2022, d'après Kantar Worldpanel

Parmi les produits frais les plus consommés en France, on retrouve quelques espèces débarquées en Méditerranée française (dorade, loup) mais majoritairement des espèces provenant d'autres littoraux.

Principales espèces achetées en frais en 2021	en tonnes	en M€	prix moyen par kg	taux de ménages acheteurs en %
Saumon	34 093	594	17,42	52
Cabillaud	17 620	312	17,71	38
Moule	40 062	172	4,29	31
Truite	5 941	90	15,15	19
Lieu noir	8 987	94	10,46	23
Huitre	23 216	170	7,32	18
Merlan	4 312	62	14,38	17
Dorade	5 688	71	12,48	14
Loup/bar	4 281	67	15,65	12

Tableau 16 : Détail des achats par les ménages français de produits de la mer frais, en tonnages et valeurs, pour leur consommation à domicile en 2021 Source : FranceAgriMer 2022, d'après Kantar Worldpanel

Si la dépendance européenne vis-à-vis des produits de la pêche et de l'aquaculture s'élève à 71% au sein de l'UE, en France, **34%** des poissons et crustacés consommés dans l'Hexagone proviennent de pêches et d'aquacultures situées en France : « le 2 mai marque la date à laquelle les rayons seraient vides de produits de la mer si les Français ne mangeaient que des poissons provenant des eaux françaises ». (Source Aquaculture Stewardship Council -2022)

### En résumé

Une nette progression de la demande des ménages vers les produits de la mer « traiteur » entre 2012 et 2021

## 2.2 La consommation de produits de la mer hors foyer

### La restauration hors foyer en quelques chiffres

La restauration hors foyer (**RHF**) comprend la restauration commerciale (restauration traditionnelle ou de type « snacking » ou en libre-service, indépendante ou en chaînes de restauration) et la restauration collective (publique ou privée).

Avec une croissance de 1,7 % en valeur en 2019, la restauration hors foyer (RHF) est un secteur au fort poids économique (NPD Group, 2020<sup>4</sup>).

D'après le « panorama de la consommation alimentaire hors domicile » réalisé par Gira Food Service pour France AgriMer, en 2018, la restauration hors foyer s'effectue dans plus de 260 000 structures de restauration dont près de 70 % appartiennent à la restauration commerciale, pour un chiffre d'affaire cumulé de 76,2 milliards d'€.

La **restauration collective** représente 28,2 % du chiffre d'affaire de la restauration hors foyer mais environ 85 % du nombre des repas servis hors foyer (chiffres 2014).

36% du marché en chiffre d'affaire (soit 47 % des repas) est aux mains de **groupes de restauration** qui cumulent en 2018 un chiffre d'affaires de 27,3 milliards d'€ HT.

La restauration hors foyer en quelques chiffres :

- 20 % des consommations alimentaires des français se font hors domicile (1 repas sur 5°)
- 83 % des enfants et adolescents et près de 80 % des adultes actifs et étudiants prennent un ou plusieurs repas en dehors de leur domicile chaque semaine.
- 40 % des adultes et **75 % des enfants et adolescents** fréquentent les restaurants d'entreprise et les **restaurants scolaires** au moins 1 fois par semaine.
- en 2018 les dépenses liées à la restauration hors domicile ont représenté plus de 1/4 du budget des consacré à l'alimentation par les familles.

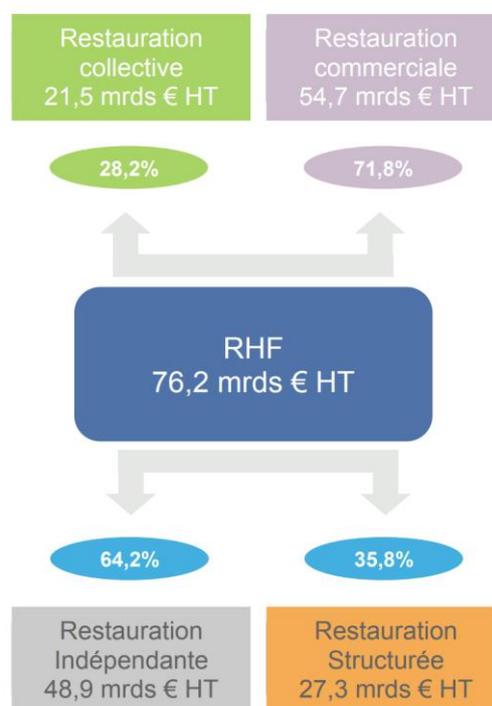


Figure 14 : Poids respectifs des acteurs de la restauration hors foyer, France 2018 (source GiradFood pour FranceAgrimer)

<sup>4</sup> <https://www.npd.com/news/press-releases/2020/la-restauration-hors-domicile-maintient-son-cap-en-2019-les-francais-ont-depense-573-milliards-deuros-en-rhd-en-2019-soit-une-croissance-de-17-par-rapport-a-2018/>

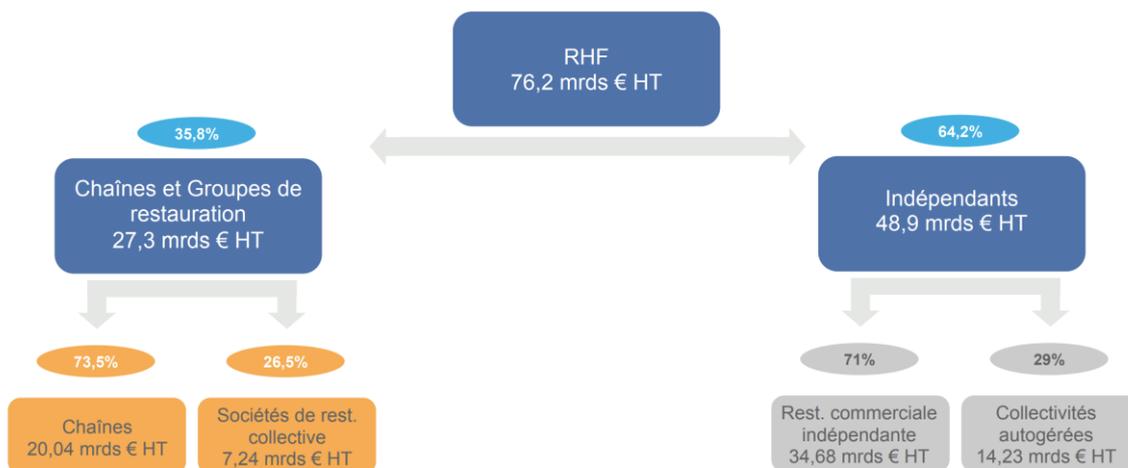


Figure 15 : Marché de la restauration hors foyer par nature d'opérateurs, France 2018  
(source GiradFood pour FranceAgrimer)

### La restauration hors foyer plébiscitée par l'ANSES

En février 2021, l'Anses a publié un état des lieux des consommations alimentaires et apports nutritionnels liés à la restauration hors foyer en France (cantines, restaurants, etc.), qui montre que « *la restauration collective – restaurants scolaires et d'entreprise – apparaît plus conforme aux recommandations alimentaires actuelles que les autres catégories de restauration hors domicile* ».

Sur la base de ce travail, l'Anses préconise « *de faciliter l'accès à la restauration collective au plus grand nombre et alerte sur la qualité nutritionnelle dégradée de la restauration rapide, pourtant de plus en plus fréquentée par les français* ».

<https://www.aprifel.com/fr/actualites/2021/06/04/restauration-hors-foyer-consommations-apports-nutritionnels/?pdf>

#### En résumé

Les repas en restauration collective présentent une bonne qualité nutritive, facteur d'équilibre alimentaire pour les consommateurs, en particulier dans le monde scolaire.

## Les produits de la mer dans la restauration hors foyer en France en quelques chiffres

La valeur totale des achats par ces restaurations représentait en 2021 près de 1 942 millions d'€

Les produits frais (poissons, céphalopodes, crustacés, coquillages) sont plébiscités par la restauration commerciale indépendante (76 %) et dans une moindre mesure par les chaînes de restauration commerciale (48 %).

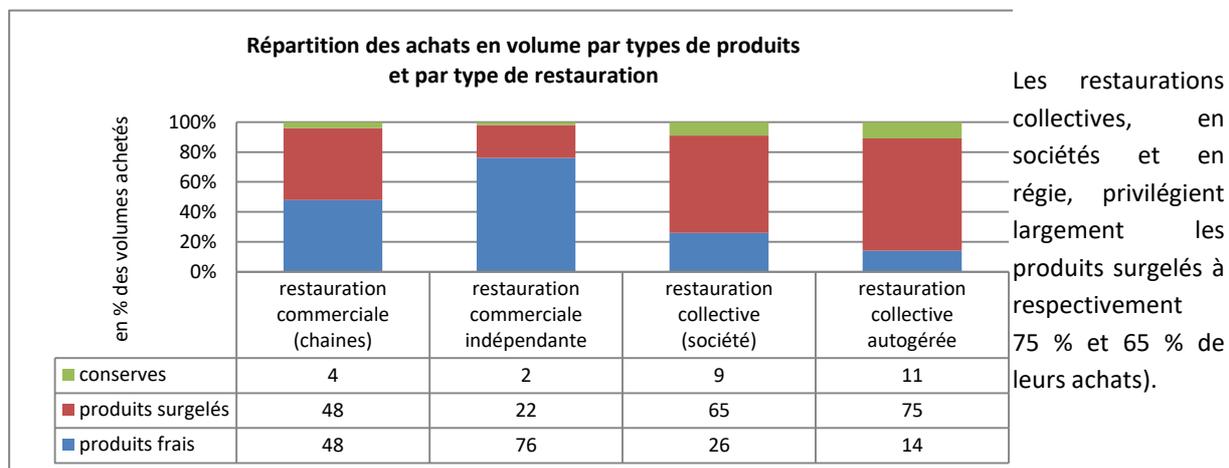


Figure 16 : Répartition des achats en volumes par types de produits et par acteur de la restauration Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService

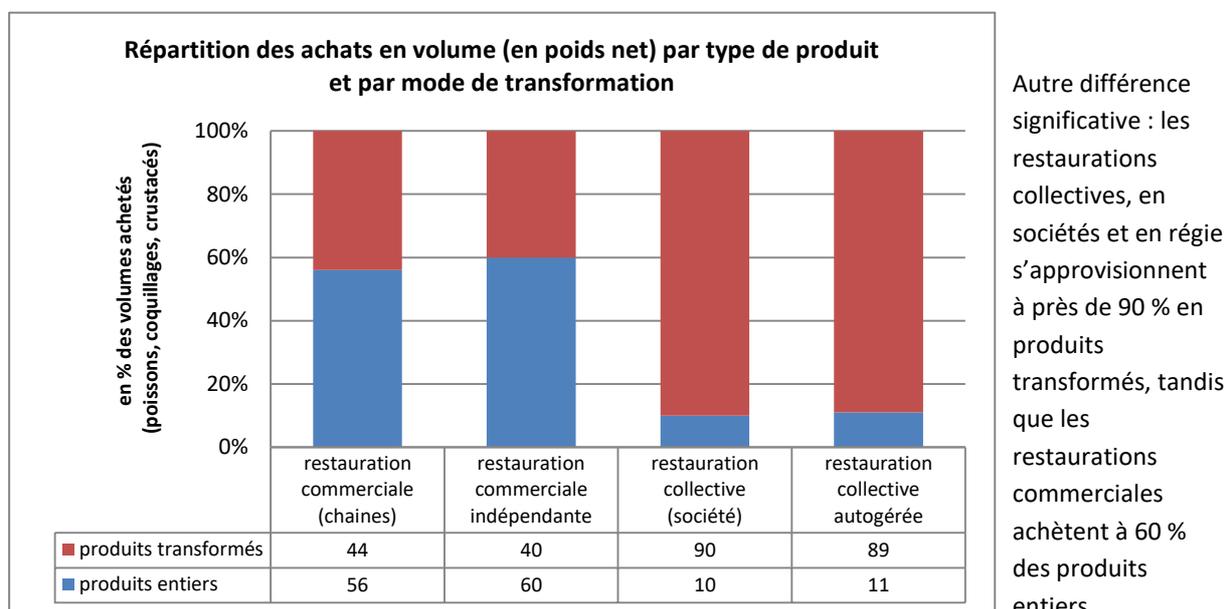


Figure 17 : Répartition des achats par les restaurations en % de volume de produits entiers / transformés Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService

A noter que les poissons représentent plus de 54 % des produits de la mer servis en restauration hors foyer.

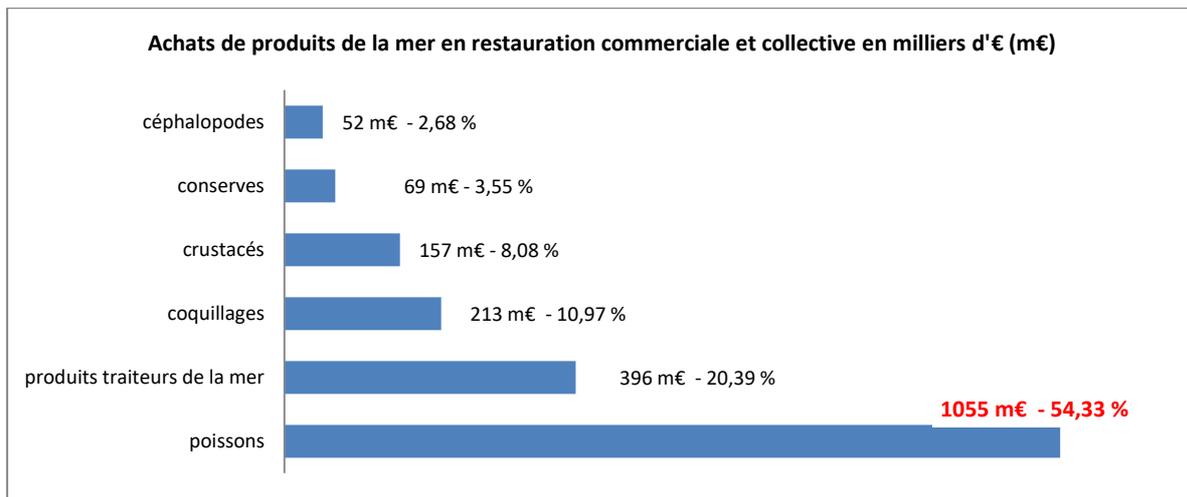
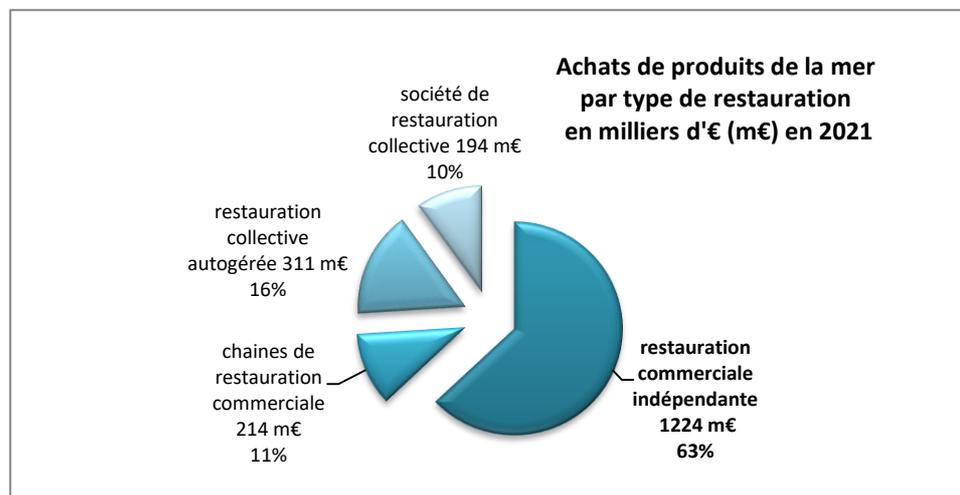


Figure 18 : Achats de produits de la mer par la restauration hors foyer en M€ et par catégories  
Source : FranceAgriMer 2022 d'après GiraFoodService

Figure 19 :  
Répartition des  
achats de produits  
de la mer en M€ par  
les restaurations

Source :  
FranceAgriMer 2022  
d'après  
GiraFoodService



En termes de valeur, le poids de la restauration commerciale indépendante dans les achats de produits de la mer est fortement majoritaire (63 %). Elle s'approvisionne à ce jour fortement en produits d'importation (notamment le saumon) et constitue une cible réelle pour les producteurs méditerranéens, d'autant plus importante que l'attractivité touristique du territoire concentre un grand nombre de restaurants sur le littoral et dans ses alentours immédiats

#### En résumé

Les besoins de la restauration collective portent principalement sur des produits transformés (89-90%) et surgelés (65 -75 %).

La restauration commerciale indépendante achète majoritairement des produits entiers (56-60 %) et frais (48-76 %) : elle constitue donc une cible réelle pour les producteurs méditerranéens, d'autant plus importante que l'attractivité touristique du territoire concentre un grand nombre de restaurants sur le littoral et dans ses alentours immédiats.

## 3. Restauration collective et produits de la mer

### 3.1 Définitions et poids économique de la restauration collective

#### 3.1.1 Les acteurs de la restauration collective :

La restauration collective, publique et privée, se caractérise par une grande diversité de secteurs d'activité, d'acteurs, de logiques d'action, de convives, de statuts et de modes de fonctionnement. Elle recouvre :

- les restaurants collectifs gérés par des structures publiques
- les restaurants collectifs gérés par des structures publiques ou privées *en charge d'une mission de service public* : établissements scolaires ou universitaires, établissements d'accueil des enfants de moins de 6 ans, établissements de santé, sociaux et médicosociaux, établissements pénitentiaires

Nombre de millions de repas servis - estimation réalisée en 2021	Restaurants sous la responsabilité d'une personne morale de droit public	Restaurants sous la responsabilité d'une personne morale de droit privé	Total de millions de repas servis en 2021	En % du nombre total de repas servis
<b>Scolaire</b>	<b>1 170</b>	<b>252</b>	<b>1 422</b>	<b>39,90%</b>
Hôpitaux	455	402	857	24,05%
Etablissements sociaux et médico-sociaux	362	440	802	22,50%
Restaurants d'Etat	160		160	4,49%
Collectivités territoriales	87		87	2,44%
Etablissements pénitentiaires	78		78	2,19%
Universités	69		69	1,94%
Armées	65		65	1,82%
Crèches	24		24	0,67%
<b>Total</b>	<b>2 470</b>	<b>1 094</b>	<b>3 564</b>	<b>100,00%</b>

Tableau 17 : Répartition du nombre de repas en fonction du type de convives de la restauration collective (hors restaurants d'entreprises privées) en France en 2021. *Source* : Centre d'études et de prospectives juin 2023 (Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire)

Près de 40 % des repas servis le sont en milieu scolaire. La compétence restauration scolaire relève :

- des communes ou des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), pour les établissements publics du premier degré,
- des Départements pour les collèges publics et des Régions pour les lycées publics. Dans le cas des collèges et lycées, responsabilité est donnée aux chefs des Etablissements publics locaux d'enseignement (EPL) de mettre en œuvre le service et les achats de restauration scolaire. Dans tous les cas, le service peut faire l'objet d'une prestation extérieure

#### En résumé

La restauration scolaire représente près de 40 % des 3,5 milliards de repas servis chaque année en restauration collective.

### 3.1.2. Restauration collective et « cuisine centrale »

Les repas peuvent être élaborés sur place ou en cuisine centrale. La cuisine centrale (ou unité centrale de production) est une unité de production en capacité de produire des milliers de repas par jour, destinés à être consommés plus tard dans un lieu différent. La cuisine centrale se décline en plusieurs types d'établissements :

- Les établissements de restauration collective : ces unités de production offrent généralement une consommation sur place, mais il arrive que les denrées soient également transportées (exemple : un collège qui produit pour une ou plusieurs écoles).
- Les unités centrales de production : la production est regroupée sur un seul lieu de fabrication. Les repas seront ensuite servis dans des restaurants satellites qui ne disposent que d'une cuisine de stockage et de remise en température.
- Les plates-formes d'allotement : ce ne sont pas des cuisines en tant que telles, mais plus précisément des plates-formes de regroupement de produits industriels référencés, prêts à être consommés et rigoureusement contrôlés avant la livraison.

### 3.1.3. La restauration collective en France en quelques chiffres

Selon le Centre d'études et de prospectives du ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire « Amélioration de la qualité des repas en restauration collective : mobilisation des acteurs et premiers résultats » (juin 2023), la restauration collective se caractérise en 2021 par :

- 80 000 restaurants collectifs
- 3,5 milliards de repas par an
- 7 milliards d'€ / an pour l'achat de denrées alimentaires nécessaires à la préparation de ces repas,
- plus de 80 % du marché dans les secteurs du scolaire, de la santé et du médico-social
- environ 70 % des restaurants sont rattachés à des structures publiques

En 2021, la restauration collective (versus la restauration commerciale) représente 57 % des volumes de la restauration hors domicile (RHD) mais 33 % de sa valeur (*source : NEO, 23/02/2022*).

A titre de comparaison, en 2018, selon FranceAgriMer, GIRAFoodservice (2018) : les dépenses alimentaires totales des ménages s'élevaient à 230 Mds € tandis que chiffre d'affaire de la restauration collective représentait 27 Mds € (12 %) avec 10 millions de consommateurs français fréquentant la restauration collective tous les jours.

### 3.1.4. Les modes de gestion

La restauration collective se définit comme une « activité de restauration hors foyer caractérisée par la fourniture de repas à une collectivité de consommateurs réguliers, liée par accord ou par contrat » (d'après Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, arrêté du 21 décembre 2009). Les repas sont servis quotidiennement dans les locaux appartenant à la collectivité (ou à l'entreprise).

Deux modes de gestion sont possibles :

- **gestion concédée**, 40 % de la restauration collective :  
La collectivité (ou l'entreprise) externalise tout ou partie de l'organisation et de l'élaboration des repas et du service auprès d'une société de restauration (SRC) dans le cadre d'un contrat sous forme de prestation de repas ou de délégation de service public.  
En 2019, la restauration collective concédée représente 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires, soit 14 % de celui de la restauration hors foyer.

- **gestion directe (ou en régie) : 60 %** de la restauration collective :

La collectivité dispose de ressources humaines et matérielles internes pour confectionner et servir les repas. Dans le cadre d'une gestion directe, la collectivité (ou l'entreprise) peut également faire appel à une assistance technique, avec l'appui d'un prestataire externe pour la réalisation de certaines actions (achats des matières premières, production, distribution, etc.).

L'approvisionnement en denrées peut alors s'effectuer :

- directement auprès de producteurs ou de grossistes,
- auprès de centrales d'achat,
- à travers un groupement de commandes entre acheteurs ou en combinant ces possibilités.

#### En résumé

Au niveau national,  
60 % des établissements de restauration collective sont en gestion directe

## 3.2 Contexte réglementaire

Suite à l'adoption en 2010 de la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche, le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt a proposé en décembre 2014 un premier Programme National pour l'Alimentation (PNA). Le 3<sup>ème</sup> programme national pour l'alimentation (2019-2023) reprend les objectifs fondamentaux des PNA 1 et 2 :

- Favoriser les productions issues de l'agriculture biologique,
- Renforcer l'ancrage territorial de notre alimentation afin de remettre les productions locales au cœur des territoires en développant l'approvisionnement par les circuits courts,
- Lutter contre le gaspillage alimentaire.

ainsi que de nouvelles orientations exprimées lors des Etats généraux de l'alimentation.

3 axes thématiques			2 leviers transversaux
<b>Justice sociale</b>	<b>Lutte contre le gaspillage alimentaire</b>	<b>Education alimentaire</b>	Restaurations collective Projets alimentaires territoriaux (PAT)
Amélioration de la qualité nutritionnelle et diversification de l'offre alimentaire		Éducation à l'alimentation de la jeunesse	
Lutte contre la précarité alimentaire		Mise en valeur du patrimoine alimentaire	
Information du consommateur			

*Tableau 18 : Le programme national pour l'alimentation 2019-2023 en bref*

La loi Agriculture des Alimentation ou loi « EGALIM », adoptée en 2018 a renforcé ces objectifs car les modes d'approvisionnement de la restauration collective sont considérés comme une des clés de l'amélioration de la qualité de l'alimentation pour le plus grand nombre.

### 3.2.1. Principales réglementations en termes d’approvisionnement

Les acteurs concernés par les mesures de la loi EGalim ont été dans un 1<sup>er</sup> temps les restaurants collectifs gérés par des structures publiques ou privées en charge d’une mission de service public : établissements scolaires ou universitaires, établissements d’accueil des enfants de moins de 6 ans, établissements de santé, établissements sociaux et médicosociaux, établissements pénitentiaires. Toute la restauration collective privée sera concernée dès 2024.

Loi EGalim loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018	Loi climat et résilience loi n° 2021-1104 du 22 août 2021	Mise en place
<b>50 % de produits durables et de qualité</b> dont 20 % au moins de produits BIO <sup>5</sup> au 1 <sup>er</sup> janvier 2022 en valeur marchande HT	Ajout des produits issus du commerce équitable	Août 2021
	Ajout des produits performants en matière d’environnement <b>en approvisionnement direct</b>	Août 2021
	<b>60 % de viande et de poisson durable et de qualité (100 % pour les restaurants de l’Etat)</b>	Janvier 2024
Substitution des plastiques	Extension à tous les restaurants collectifs privés	Janvier 2024
Lutte contre le gaspillage alimentaire et dons alimentaires	Fin des produits issus d’exploitations de certification environnementale de niveau 2	Janvier 2027
Diversification des sources de protéines et menu végétarien	Diversification des sources de protéines dans la formation initiale et continue à la cuisine	Août 2023
Information des convives et affichage	Extension à tous les restaurants collectifs privés	Janvier 2024

Tableau 19 : Principales réglementations liées à l’approvisionnement de la restauration collective

### 3.2.2. Les critères retenus pour des produits « durables et de qualité »

Le décret d'application de cette disposition, n 2019-351, paru le 24 avril 2019, précise la liste des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) et des mentions valorisantes entrant dans le décompte de l'objectif de 50 %. Les produits concernés sont :

- les produits bénéficiant d'un **SIQO** : agriculture biologique, label rouge, appellation d'origine (AOC/AOP), indication géographique (IGP)
- les produits bénéficiant des **mentions valorisantes officielles** suivantes : spécialité traditionnelle garantie (STG), « issu d'une exploitation à haute valeur environnementale » (HVE), « fermier » ou « produit de la ferme » ou « produit à la ferme », uniquement pour les produits pour lesquels existe une définition réglementaire des conditions de production ((œufs, fromages, volailles de chair, viande de gros bovins et de porc) ;



<sup>5</sup> défini par le règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91

- jusqu'au 31 décembre 2029 uniquement, les produits issus d'une exploitation bénéficiant de la certification environnementale de niveau 2 ;
- les produits bénéficiant du logo « région ultrapériphérique » (RUP) ;
- **les produits issus de la pêche maritime bénéficiant de l'écolabel pêche durable**
- conformément au code de la commande publique, les produits « équivalents » aux produits bénéficiant de ces signes, mentions, écolabels ou certifications (par exemple pour les produits issus de la pêche maritime, le label international privé « Marine Stewardship Council » (MSC)),
- les produits acquis selon des modalités prenant en compte les coûts imputés aux externalités environnementales liées au produit pendant son cycle de vie.

Ne sont donc pas comptabilisées comme « durables » selon les critères EGAlim les produits locaux ni les produits achetés en direct au producteur.

Toutefois, il demeure un flou autour de la notion de « **produits acquis selon des modalités prenant en compte les coûts imputés aux externalités environnementales liées au produit pendant son cycle de vie** » car il n'existe pas à ce jour de référentiel exhaustif ni de méthodologie officielle permettant d'évaluer ces coûts. Selon le ministère de l'agriculture et de l'alimentation, interpellé dans une question écrite publiée en mai 2021 au sujet de la prise en compte du circuit court dans la restauration collective publique, « *il relève donc de la responsabilité de chaque acheteur ayant recours à ce mode de sélection de respecter les dispositions du code de la commande publique y afférentes.* »

### 3.2.3. Les principes de la commande publique

#### Des critères à intégrer dans les appels d'offre publics

Le code de la commande publique ne permet pas d'inclure directement les produits d'origine locale dans les objectifs d'approvisionnement mais la volonté de privilégier les approvisionnements locaux fait consensus parmi tous les acteurs de la restauration collective réunis au sein du conseil national de la restauration collective (CNRC)

Il existe des moyens, qui, tout en respectant le code de la commande publique, permettent de favoriser les produits durables et de proximité :

- d'une part, grâce au recours aux produits de qualité listés précédemment,
- d'autre part, en conjuguant les exigences en matière de qualité et de durabilité avec des bonnes pratiques permettant de favoriser les produits de proximité, sans opposer produits de qualité et durables et circuits courts, mais avec des critères de type « fraîcheur des produits » et « performance en matière d'approvisionnement direct des produits de l'agriculture » ; ce qui valorise les produits en circuits courts c'est-à-dire avec un intermédiaire au plus entre le producteur et le client final.

#### **Proposition**

Un accompagnement des communes pour le lancement de leurs appels d'offre, afin de répondre aux exigences règlementaires tout en favorisant les produits locaux : réalisation d'un guide pratique intégrant des recommandations pour la rédaction des documents de consultation relatifs aux marchés publics de fourniture en denrées alimentaires

Un accompagnement à la structuration des filières afin qu'elles puissent répondre à la demande

## Des exigences d'information du public

### Références :

- Code rural et de la pêche maritime Art. L230-5, dispositions relatives à la restauration collective, modifié par LOI n°2021-1104 du 22 août 2021, art. 254, version en vigueur depuis le 25 août 2021, [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000043978718/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000043978718/)

*Les gestionnaires, publics et privés, des services de restauration scolaire et universitaire ainsi que des services de restauration des établissements d'accueil des enfants de moins de six ans, des établissements de santé, des établissements sociaux et médico-sociaux et des établissements pénitentiaires sont tenus de respecter des règles, déterminées par décret, relatives à la **qualité nutritionnelle des repas** qu'ils proposent et **de privilégier, lors du choix des produits entrant dans la composition de ces repas, les produits de saison**. Les règles relatives à la qualité nutritionnelle des repas sont publiées sous la forme d'une charte affichée dans les services concernés.*

*... Les gestionnaires, publics et privés, des services de restauration collective scolaire et universitaire ainsi que des services de restauration collective des établissements d'accueil des enfants de moins de six ans sont tenus d'**informer** et de **consulter** régulièrement, dans chaque établissement et par tous moyens utiles, les usagers sur le respect de la qualité alimentaire et nutritionnelle des repas servis.*

### Proposition

Les cantines scolaires sont un lieu d'information et de sensibilisation :  
d'une part pour répondre à des exigences réglementaires,  
d'autre part pour transmettre des messages autour des produits de la mer, des métiers, de  
l'environnement littoral.

### 3.2.4. Déclinaisons pour les produits de la mer : le label pêche durable

Prévue par le Grenelle de l'environnement, l'éco labellisation des produits de la pêche est inscrite à l'article L. 644-15 du Code rural et de la pêche maritime : « *Les produits issus de la pêche durable peuvent bénéficier d'un écolabel. Les conditions auxquelles ils doivent répondre pour en bénéficier sont déterminées dans un référentiel dont les modalités d'élaboration et de contrôle de son application par des organismes accrédités sont fixées par décret* » L'arrêté 298 du 24/12/2022 a modifié le référentiel, le plan de contrôle cadre et la grille des manquements.



La création d'un écolabel public en France (en 2017) a répondu au souhait de la filière pêche de disposer d'un signe de qualité facilement reconnaissable par les consommateurs et différent des écolabels privés existants. Pour être certifiées, les pêcheries, tout comme les organismes de commercialisation, doivent respecter 4 exigences du référentiel de l'écolabel, vérifiées par un audit de certification :

- **l'écosystème** : Garantir que l'activité de pêche n'impacte pas de manière significative l'écosystème, c'est-à-dire la ressource ciblée mais également les espèces non-ciblées et l'habitat dans lequel la pêcherie évolue,
- **l'environnement** : Garantir que l'activité de pêche a un impact limité sur l'environnement : réduire l'énergie fossile, améliorer la gestion des déchets et la prévention des pollutions,

- **le social** : Assurer un niveau satisfaisant de conditions de vie et de travail à bord des navires pour les équipages (les critères portent notamment sur la sécurité et la formation des équipages),
- **la qualité** : Garantir un niveau élevé de fraîcheur des produits écolabellisés.

La certification est gérée par **FranceAgriMer** et validée par l'organisme certificateur Certipaq. Pour la production, la certification doit être demandée par un producteur ou un organisme regroupant des producteurs pour : **1 espèce / 1 engin / 1 zone de pêche**.

A ce jour, sont certifiées écolabel « Pêche Durable » 2 pêcheries de thon rouge (Sathoan et l'organisation de producteurs de Vendée), une pêcherie « bar de ligne », une halle à marée et 7 entreprises de mareyage.

<https://www.franceagrimer.fr/Accompagner/Dispositifs-par-filiere/Ecolabel-Peche-Durable>.

Cependant ce label « pêche durable » présente plusieurs limites :

- complexité pour les pêcheries artisanales et polyvalentes car l'agrément doit être demandé navire par navire, avec 1 seul engin,
- peu de communication au niveau national pour valoriser et faire connaître le label,
- peu de contrôle.

De plus, le label ne peut concerner qu'une espèce suivie et considérée comme non surexploitée, or très peu d'espèces en Méditerranée font l'objet d'un suivi scientifique ainsi qu'en témoigne le tableau ci-dessous :

Code FAO	Nom scientifique	Landings totaux (tonnes, 2018-20)	Répartition (%) du débarquement par taille de navire (m)					Valeur totale (k€, 2018- 20)	Contribution (%) au chiffre d'affaire par taille de navire (m)					Indice (MEDITS - PELMED)	Mise en place d'une évaluation ?
			0-6	6-12	12-18	18-24	24-40		0-6	6-12	12-18	18-24	24-40		
ANE	<i>Engraulis encrasicolus</i>	3165.837	0	0.4	0	0.1	99.5	3,234.20	0	0	0	0	6	Oui	Réalisée
SBG	<i>Sparus aurata</i>	3141.85	29.5	53.5	0.4	11.7	4.9	39,473.15	30.7	19.8	6.8	4	1.1	Non	Très compliquée
HKE	<i>Merluccius merluccius</i>	2344.454	0.3	21.8	1.6	25.4	50.9	14,307.50	0.1	3.2	12.8	10.4	12.3	Oui	Réalisée
MAC	<i>Scomber scombrus</i>	2280.258	0.2	9.6	0.6	38.8	50.8	5,267.30	0.1	0.8	2.6	5.3	4.4	Oui	Compliquée
ELE	<i>Anguilla anguilla</i>	2153.195	64	35.7	0	0	0.3	15,165.82	22.5	4.5	0	0	0.1	Non	Très compliquée
OCC	<i>Octopus vulgaris</i>	2010.727	1.2	49.8	1.5	24.6	23	14,605.30	0.4	6	13.2	10.4	6.3	Oui	Compliquée
MGS	<i>Mugil spp</i>	1978.427	37.5	60.6	0	1.8	0.2	7,629.33	7.3	3.6	0	0.1	0	Non	Très compliquée
EOI	<i>Eledone cirrhosa</i>	1602.767	0	0.5	0	39.8	59.7	5,403.65	0	0.1	0	6.2	6	Oui	Possible
ANK	<i>Lophius budegassa</i>	1497.234	0	0	0	21.8	78.2	8,081.71	0	0	0	5.5	11.6	Oui	Possible
POD	<i>Trisopterus minutus</i>	1439.934	0	0.3	0	27.1	72.5	2,385.57	0	0	0	2	3.2	Oui	Possible
PIL	<i>Sardina pilchardus</i>	1414.407	0.3	43.1	18.4	12.8	25.4	1,820.84	0	0.7	25.1	0.6	0.7	Oui	Réalisée
OCT	<i>Octopodidae</i>	1147.713	3.4	72	1.4	9.7	13.5	10,682.93	1.1	7.6	3.6	1	0.8	Oui	Compliquée
HMM	<i>Trachurus mediterraneus</i>	1021.774	0	0.6	0.1	37.7	61.6	981.23	0	0	0.1	1.1	1.1	Oui	Possible
MUT	<i>Mullus barbatus</i>	1002.908	0.9	5.9	0	39.1	54.1	5,459.57	0.3	0.8	0	4.8	5.1	Oui	Réalisée
BSS	<i>Dicentrarchus labrax</i>	833.645	38.2	50.7	0.3	5.4	5.3	15,001.64	14	6.3	2.7	1.8	1.1	Non	Très compliquée
GUR	<i>Chelidonichthys cuculus</i>	802.31	0.1	1.6	0.1	45.5	52.7	1,541.75	0	0	0.1	2.1	1.5	Oui	Possible
MSM	<i>Mytilus galloprovincialis</i>	779.191	26.4	73.6	0	0	0	1,084.65	0.8	0.6	0	0	0	Non	Très compliquée
MLR	<i>Chelon labrosus</i>	771.416	36.7	30.7	0	16.8	15.8	1,061.07	1.1	0.3	0	0.2	0.1	Non	Très compliquée
GUX	<i>Triglidae</i>	586.313	0	2.1	0	21.9	76	1,190.97	0	0.1	0	0.7	1.5	Oui	Possible
ILL	<i>Illex spp</i>	584.92	0	1	0	26	73	2,859.69	0	0	0.1	2.2	3.9	Oui	Possible

Tableau 20 : Principaux résultats des évaluations de stocks au travers de groupes de travaux européens (STECF) et méditerranéens (GFCM) - MARBEC-LHM- appui à la politique publique 2022 pour 20 espèces constituant (hors thon rouge) 70 % des volumes débarqués dans le Golfe du Lion

Pour les espèces débarquées dans le Golfe du Lion ne sont suivies à ce jour que :

- 2 espèces de poisson démersal considérées comme surexploitées : merlu (*Merluccius merluccius*), rouget (*Mullus barbatus*)
- 2 espèces de poissons pélagiques : sardine (*Sardina pilchardus*) en « déséquilibre écologique » et anchois (*Engraulis encrasicolus*), « stock pêché durablement mais dont la mortalité par pêche ne doit pas augmenter ».

Pour les autres espèces, la mise en place d'une évaluation s'avère compliquée voire très compliquée, selon l'analyse des chercheurs concernés.

## ECO-SCORE : une déclinaison expérimentale du Nutri-score

La marque ECO-SCORE® est une marque déposée et propriété de l'ADEME. Un droit d'usage temporaire a été accordé au collectif, en attendant la publication d'un dispositif officiel porté par les pouvoirs publics, prévu courant 2023. Ce dispositif s'inscrit dans le cadre d'une expérimentation pilotée par le Ministère de la Transition Écologique.

Le calcul de l'Eco-score s'appuie sur l'analyse du cycle de vie (ACV) ainsi que sur des indicateurs complémentaires pour former un score sur 100. Ce score est affiché sous forme de lettres, de A à E, de l'impact le plus faible, à l'impact le plus élevé.



L'impact environnemental tient compte facteurs sur la pollution de l'air, des eaux, des océans, du sol et les impacts sur la biosphère.

Pour tous les produits à base de poisson, une évaluation de l'état des stocks est établie à partir de 2 critères : la zone de pêche (FAO) et l'espèce (cf. ci-contre).

Si le produit contient une espèce non durable, le produit obtient l'Éco-score indépendamment des autres critères.

L'évaluation de la durabilité des stocks de poissons sauvages est établie à partir de 3 sources complémentaires :

- Ethic Ocean (<http://guidedesespeces.org/fr>)
- WWF (<http://www.consoguidepoisson.fr/wwf-recommendations/>)
- IFREMER (<https://wwz.ifremer.fr/>)

Sont concernés par ce critère tous les produits dont la teneur globale en poissons sauvages, crustacés ou mollusques est supérieure ou égale à 30%.

A noter que les poissons d'élevage ne sont pas concernés par ce critère.

Espèce ↓ / Zone→	code FAO 37 Méditerranée et mer noire
Anchois	KO
Anguille	KO
Araignée de mer	OK
Bar	KO
Barbue	OK
Bouquet	OK
Chinchard	KO
Dorade Royale	OK
Dorade grise	OK
Dorade rose	KO
Empereur	KO
Espadon	KO
Grenadier	KO
Huître creuse	OK
Lotte	KO
Maquereau	KO
Merlan Bleu	OK
Merlu	KO
Moule	OK
Palourde	OK
Poulpe	OK
Rouget	KO
Sabre noir	KO
Sardine	KO
Seiche	KO
Sole	OK

### En résumé

A l'horizon 2024, la loi Climat et Résilience impose que 60% des produits de la pêche servis en restauration collective respectent des critères exigeants en termes de qualité et de « durabilité ».

Mais il demeure un flou sur la compréhension du critère de « durabilité »

Hors signes officiels de qualité, le seul label certifiant des produits de la pêche « EGAlim » est celui de « pêche durable ».

Le territoire du Galpa dispose de conditions favorables pour travailler sur l'approvisionnement en produits de la mer pêchés localement.

### 3.2.5. Les recommandations et exigences du GEM-RCN concernant le poisson

#### a) Qu'est-ce que le GEM-RCN ?

Le GEM-RCN, groupement d'étude des marchés en restauration collective et de nutrition est un guide pratique portant sur la qualité nutritionnelle des repas servis en restauration collective, à destination des décideurs, gestionnaires et acteurs de la restauration collective, quelle que soit la structure de restauration ; publique ou privée et quel que soit son mode de gestion, en régie ou externalisé.

Facilement téléchargeable<sup>6</sup>, il vise à accompagner les acteurs de la restauration collective dans leurs choix nutritionnels au vu de la montée inquiétante du surpoids et de l'obésité, toutes populations confondues, en respectant les objectifs du 3<sup>ème</sup> Programme National Nutrition Santé et du Plan National pour l'Alimentation.

Les fiches techniques proposées sont issues des travaux de groupes composés d'opérateurs publics et privés, d'associations, d'organisations professionnelles, d'experts et de fournisseurs. Les principes sont définis en fonction des types de convives et d'établissements et proposent :

- Un contrôle des fréquences de service de plats sur 20 repas consécutifs.
- Un contrôle des grammages des portions servies selon l'âge et l'institution des convives.
- Des recommandations spécifiques relatives aux services de sel, pain, eau, sauces.

Les structures des repas sont définies : i) pour les nourrissons et jeunes enfants en établissement d'accueil ou de soins de la petite enfance ii) pour les enfants scolarisés, adolescents et adultes iii) pour les personnes âgées, iv) pour les personnes adultes en milieu carcéral.

#### b) Les recommandations du GEM-RCN autour du poisson

Les plats protidiques de poisson sont constitués de filets de poissons ou de préparation à base de poisson contenant au moins 70 % de poisson (éventuellement reconstitué), et dont le rapport protéines/lipides est au moins de 2.

*« Pour toutes les populations, dans le cadre d'une alimentation diversifiée, la consommation de 2 portions de poissons par semaine<sup>7</sup> est recommandée, dont une à forte teneur en EPA (acide gras eicosapentaénoïque) et DHA (acide gras docosahexaénoïque), en variant les espèces et les lieux d'approvisionnement (sauvage, élevage, lieux de pêche, ...). Cette consommation permet une couverture optimale des besoins en nutriments, tout en limitant le risque de surexposition aux contaminants chimiques. Cette recommandation de l'ANSES s'entend par rapport au total des prises alimentaires, et non pour les seules prises alimentaires en collectivité.*

*« Pour les enfants de moins de 3 ans, sur la base de recommandations de santé publique, il est conseillé de limiter la consommation de poissons prédateurs sauvages (notamment lotte, bar, empereur, grenadier, flétan, brochet, dorade, raie, sabre, thon,...) en raison des risques de contamination par des polluants de l'environnement et il est souhaitable de proscrire la consommation de poissons particulièrement bio-accumulateurs (espadon, marlin, siki, requin, lamproie, anguille, barbeau, brème, carpe, silure,...) et plus généralement tout aliment ou préparation à base de poissons crus ou insuffisamment cuits ou fumés. »*

#### En résumé

Selon l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES), la consommation de 2 portions de poissons par semaine est recommandée pour toutes les populations

<sup>6</sup><https://www.economie.gouv.fr/daj/recommandation-nutrition>

<sup>7</sup>[https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/daj/marches\\_publics/oeap/gem/nutrition/nutrition.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/oeap/gem/nutrition/nutrition.pdf) p 30

### 3.3 Les principaux prestataires de la restauration collective en France et sur le territoire du Galpa

#### En France

Quatre opérateurs proposaient en 2018 et 2019 plus de 170 millions de repas par année : SODEXO (n°1 avec plus de 300 millions de repas / an), ELIOR, Compass et API.

	Chiffre d'affaire en M€ HT			Millions de repas /an			Tableau 21 : Principaux opérateurs de la restauration collective en France en 2020  Source : <a href="https://www.neorestaurant.com/article/classement-de-la-restauration-collective-2019,51488">https://www.neorestaurant.com/article/classement-de-la-restauration-collective-2019,51488</a>
	CA 2018	CA 2019	% évol.	2018	2019	% évol.	
SODEXO France	2 721	2 852	4,81%	313	<b>323</b>	<b>3,19%</b>	
ELIOR Group	2 198,3	2 208,9	0,48%	290,4	<b>282,5</b>	-2,72%	
Compass group France	1181	1235	4,57%	206	<b>217</b>	<b>5,34%</b>	
API restauration	616	668	8,44%	162,4	<b>174,2</b>	<b>7,27%</b>	
Restaliance	225	?					
DUPONT restauration	186,7						

	Caractéristique principale	Salariés en France	Nb de repas	Nb de sites en gestion en France
SODEXO France	Leader mondial	35 000 en France	300 millions / an	
ELIOR Group	Créativité	20 000	850 000 / jour écoles (400 000), entreprises (300 000), établissements de santé (150 000)	9 500
ANSAMBLE	Médico-social	Adossée au groupe Elior, spécialisée dans petite enfance, éducation, entreprises et structures médico-sociales		
Compass group France	Sur mesure	13 000	155 millions de repas servis / an,	2 240
API restauration	Affaire familiale	10 100 salariés dont 9000 en France,	900 000 repas par jour	
DUPONT restauration	Taille humaine, fournisseurs locaux	3 000	750 000 repas par jour	800

Tableau 22 : Caractéristiques des principaux opérateurs de la restauration collective en France en 2021  
Source : Innovorder.com mai 2023

Parmi les principaux opérateurs nationaux de restauration collective, 5 se retrouvent prestataires de communes du périmètre du Galpa (36 communes) : SODEXO, SHCB, ELIOR, API et ANSAMBLE.

## Sur le périmètre du Galpa

GESTION CONCEDEE			
Nom	Villes concernées	Caractéristiques	Lien avec produits de la mer
SODEXO	Sète	2800 repas/jour en 2022, possibilité d'extension à 5000 repas /jour En 2019, ouverture d'une nouvelle cuisine centrale (Toque&Sens Occitanie) aux Eaux Blanches en partenariat avec la ville de Sète	Proposition de recettes locales : tielle sétoise, soupe de poisson, macaronade.
SHCB	Agde, Béziers	<a href="https://www.shcb.fr/">https://www.shcb.fr/</a> , direction basée à St Quentin-Fallavier, établissement secondaire : 34410 Sauvian (Hérault Méditerranée)	Un travail engagé avec la SAS Brise de Terre Des difficultés importantes fin 2022, une nouvelle consultation prévue fin 2023
ELIOR	Marseillan	<a href="https://www.elior.fr/nous-connaître">https://www.elior.fr/nous-connaître</a>	
API	Pinet	En cours d'évolution vers une gestion mixte	
ANSAMBLE	Bessan depuis 2020	<a href="https://www.ansamble.fr/">https://www.ansamble.fr/</a>	
GESTION DIRECTE			
Nom	Villes concernées	Caractéristiques	Lien avec produits de la mer
Thau restauration (SAM)	Frontignan, Mireval, Balaruc-les-Bains, Balaruc-le-vieux, Vic-la-Gardiole	2500 repas/jour en 2022, possibilité d'extension à 3500 repas /jour	Intérêt pour une production locale, en lien avec les demandes des élus et une communication spécifique auprès des enfants et parents
Communes SAM	Mèze		
Communes CAHM	Adissan, Nézigian Lévêque, Tourbes, Portiragnes		

### En résumé

En gestion concédée : sur le territoire du Galpa se retrouvent plusieurs grands opérateurs de la restauration collective : SODEXO, SHCB, ELIOR, API, ANSAMBLE

En gestion directe : on recense à ce jour, le SIVOM de Frontignan à l'échelle de 5 communes de SAM, les hôpitaux du Bassin de Thau et 5 villes (1 sur SAM et 4 sur CAHM).

## 3.4 Les stratégies d'achat de produits de la mer en restauration collective

### 3.4.1. Les dynamiques d'approvisionnement en poisson en 2021

Le Centre d'études et de perspectives du ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire a élaboré en 2023 un document « Amélioration de la qualité des repas en restauration collective : mobilisation des acteurs et premiers résultats », sur la base d'une enquête auprès de 3 281 déclarants correspondant à environ 10 % du total estimé des lieux de service (2887 cuisines sur place, servant en moyenne 370 repas par jour et 349 cuisines centrales, produisant en moyenne journalière 1 600 repas).

En 2021, les taux globaux d'achat déclarés seraient de :

- 11 % pour les produits biologiques (95,7 millions d'euros d'achats)
- 6 % pour les produits sous Signes d'identification de la qualité et de l'origine SIQO hors produits biologiques (55,5 millions d'euros d'achats)
- 23 % pour l'ensemble des produits « EGAlim ».

Seulement 11 % des déclarants ont atteint les objectifs de 20 % de produits biologiques et de 50 % de produits durables et de qualité

Pour les viandes et produits de la pêche et de l'aquaculture, moins de structures ont répondu (environ 800) et les résultats sont donc encore plus fragiles.

- Les achats de viandes : 19 % des achats totaux, 34 % des achats relèveraient des produits durables et de qualité, et 45 % seraient d'origine française.
- Les achats de produits de la pêche et de l'aquaculture : 6 % des achats totaux : 39 % des achats seraient durables et de qualité. Ces taux élevés sont à prendre avec précaution car les déclarations sont préférentiellement faites par la fraction la plus engagée des gestionnaires ou par des acteurs qui privilégient ces deux catégories pour atteindre les objectifs EGAlim. De plus, les déclarations sont soumises à des interprétations variables ou des incertitudes dans le classement des produits puisque des produits sous labels privés (MSC) sont parfois comptés dans les produits EGAlim.

Les limites évoquées par le bureau d'étude :

- les cantines scolaires représentent 73 % des déclarants, contre 15 % pour le médico-social, 6 % pour les établissements
- le secteur scolaire, et en particulier le primaire, présenterait des taux d'approvisionnement élevés (23 % en produits biologiques, 44 % pour les produits durables et de qualité)
- les structures en gestion directe sont surreprésentées (76 %).

#### En résumé

L'étude commanditée par le Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire, parue en juin 2023 fait état du dynamisme du secteur de la restauration scolaire et de sa mobilisation pour un approvisionnement en produits biologiques, durables et de qualité.

### 3.4.2. Les principales espèces achetées par la restauration collective en 2022

#### Les espèces achetées dans une cuisine centrale en régie (SIVOM de Frontignan)

Les espèces de poisson figurant dans les propositions SIVOM de Frontignan : 100 % surgelé	Remarques
Colin d'Alaska filets panés, Meunière poisson blanc 70g*80 mini ou 120g*47 mini, Hoki meunière 100g*6 kg, Colin Alaska Fish&Chip, MSC : Hoki NZ MSC (90g * 5 kg), Colin lieu MSC (90g * 5 kg),	Provenance internationale,  Prix minimal au kilo (produit transformé) : 4,75
<b>Crustacés / mollusques :</b> Crevette déco cuite 100/200, Lamelle encornet géant par 5 kgs, Moule déco cuite 200 /500 pièces/kg, Bâtonnet encornet géant pané	Prix maximal au kilo : 9,165 (crevette) 7,6 (poisson Fish&Chip)

*Tableau 23 : Principales espèces proposées et fourchettes de prix pratiqués au 1<sup>er</sup> juin 2022 pour les produits de la mer dans une cuisine centrale en régie (Thau restauration / SIVOM de Frontignan)*

Tous les produits sont achetés surgelés. Aucune espèce locale n'est proposée à ce jour. Les poissons actuellement commandés proviennent : pour le Colin d'Atlantique nord-est et d'Alaska, pour le Hoki de Nouvelle Zélande et de Patagonie.

#### Les espèces achetées par le 1<sup>er</sup> opérateur français, SODEXO et leur mode de sélection

Les espèces de poisson figurant dans les propositions SODEXO	Remarques
Poissons de pêche : labellisation MSC Frais : colin d'Alaska, saumon, lieu (jaune) précuit, meunière Surgelé : merlu MSC, hoki MSC, colin d'Alaska MSC, limande du nord MSC, lieu, dés de saumon ou colin, saumonette MSC, maquereau, Tilapia ASC	Provenance internationale, pas de produits issus de la pêche française,
<b>Poissons d'aquaculture :</b>	Provenance internationale,

*Tableau 24 : Les principales espèces de poissons proposés en 2022 par Sodexo*

L'exigence « 100 % d'achats de produits responsables » précise qu' « aucune espèce de produits de la mer menacée n'est servie dans les restaurants » : les espèces considérées comme menacées sont sorties des mercuriales depuis 2010. Pour identifier ces « espèces menacées », Sodexo a engagé un partenariat avec WWF et d'autres ONG afin d'être conseillé en matière d'approvisionnements responsables en produits de la mer : les achats sont certifiés par MSC, 1<sup>er</sup> écolabel reconnu « pêche durable ».

Un **guide des espèces** est élaboré par WWF et figure dans un intranet à destination des équipes de Sodexo. Ce guide est actualisé régulièrement par WWF qui valide des codes couleur :

- En rouge : espèces menacées
- En orange : espèces « en vigilance », pour lesquelles il existe des conditions d'achats particulières en termes de zones de pêche, de taille,
- En vert : des espèces sans pb de ressources

Ce guide des espèces fait loi dans l'ensemble des zones où opère Sodexo (56 pays) y compris localement. Or il donne des avis généraux au niveau international, sans prendre en compte les disparités entre façades maritimes, et notamment sans identifier la zone « Méditerranée française ».

Des spécificités méditerranéennes sont notamment identifiées, montrant les disparités entre situations des stocks au niveau international et au niveau méditerranéen.

Espèce	Classification Sodexo	Situation méditerranéenne
thon rouge	liste rouge	stocks constitués en Méditerranée
palourde	liste verte	pb de stocks dans les lagunes
merlu	liste orange	pb de stocks selon les analyses Ifremer
poulpe	liste orange	gestion locale des pêches, pas de pb dans les stocks, 1ere espèce débarquée en tonnages et valeurs

#### Propositions

- travailler sur un guide des espèces locales avec les organisations professionnelles, le monde de la recherche et les sociétés de restauration collective du territoire,
- envisager une labellisation « pêche durable » sur certaines espèces méditerranéennes,
- mettre en place des rencontres / visites informatives avec les acheteurs de la restauration collective pour faire connaître les espèces locales et leur saisonnalité

### 3.4.3. Fonctionnement et stratégie d'une cuisine centrale en régie : SIVOM de Frontignan

Créé en 1977, le Syndicat intercommunal à vocations multiples de Frontignan a ouvert en 2019 une nouvelle unité de production de repas « Thau restauration » qui assure pour le compte de 5 communes adhérentes (Frontignan, Mireval, Balaruc-les-Bains, Balaruc-le-vieux, Vic-la-Gardiole) la préparation de 2 500 repas/jour en 2022, avec une possibilité d'extension à 3500 repas /jour. Ces repas sont à destination des crèches (3), d'écoles maternelles et élémentaires (13) et du personnel de ces structures.<sup>8</sup>

#### Questions financières

Le prix de la matière brute est en 2022 de 1,6 € par repas en moyenne, avec des possibilités de lissage sur 20 repas mais en forte augmentation en 2023 : 1,8 € par repas

Le prix du repas vendu aux communes s'élève à 4,2 €. Chaque commune alloue un budget annuel pour le fonctionnement : « Thau restauration » produit les repas, le SIVOM vend les repas aux communes et les communes les revendent aux parents. Les prix des repas peuvent donc ne pas être homogènes à l'échelle des 5 communes adhérentes au SIVOM.

<sup>8</sup> Sources : <https://www.frontignan.fr/thau-restauration-le-service-public-du-gout/>  
<https://lemouvement.info/2019/10/08/communique-de-presse-thau-restauration-tous-les-ingredients-sont-la/>

## **Fournisseurs et modes d'approvisionnement**

A ce jour, les achats reposent sur le principe des marchés publics attribués pour plusieurs années à quelques grands fournisseurs. Le fonctionnement est le suivant :

- Le chef de production crée les recettes pour 100 personnes, en définissant ses besoins en matières brutes,
- Les menus sont entrés dans un logiciel qui intègre les effectifs par école et définit les quantités de matières nécessaires à la confection des repas,
- Les commandes sont passées par le chef de production et les gestionnaires responsables des approvisionnements :
  - soit la commande part automatiquement aux fournisseurs sélectionnés suite aux appels d'offre (4 fournisseurs principaux sont recensés : Pomona passion froid, Transgourmet, Distrisud, Sysco)
  - soit le gestionnaire effectue une « demande de prix », ce qui permet de diversifier les fournisseurs et les produits, de gagner en souplesse.

Le respect des recommandations du GEMRCN conduit à gérer sur 20 repas (4 semaines) avec 1 repas par semaine à base de poisson, principalement des filets de colin et de hoki. Il y a donc peu de diversité dans les propositions, hormis les sauces agrémentant ces 2 types de filets.

### **Les besoins :**

- Des produits homogènes pour simplifier la cuisson, le service (ex. éviter de couper des morceaux et standardiser les portions à 70 g pour les enfants)
- Des produits répondant à des normes environnementales en limitant les temps de transport : actuellement le colin vient d'Atlantique nord-est et d'Alaska, le Hoki de Nouvelle Zélande et de Patagonie.
- Des filets surgelés individuellement selon la technique IQF (Individually Quick Frozen) pour faciliter la manipulation et éviter le gaspillage,
- Des filets garantis sans arête pour les enfants

### **Les perspectives**

Des tests de nouvelles recettes : par exemple des plats uniques de type parmentier de poisson, qui plaisent aux enfants, sont envisageables, sous la responsabilité du chef de production, qui crée les recettes, seul ou en collaboration avec son équipe de 3 cuisiniers.

Ces tests sont à réaliser principalement le mercredi dans les centres de loisirs, car moins de repas sont servis, et plus de temps est disponible pour accompagner les enfants.

Intérêt pour une production locale, en lien avec les demandes des élus et une communication spécifique auprès des enfants et parents

### **Propositions**

- formation des chefs de production, cuisiniers et gestionnaires d'approvisionnement aux produits de la mer
- élaboration de nouvelles recettes notamment autour de plats uniques à base de poisson
- test dans un 1<sup>er</sup> temps le mercredi dans les cantines scolaires

### 3.4.4. Fonctionnement et stratégie d'un lycée en autogestion (lycée de la Condamine, Pézenas)

Le prix des matières premières a considérablement évolué : le cout des matières premières par repas est passé de 1,8 € / repas à 2,12 € fin 2022

Les achats s'effectuent majoritairement sur des plateformes de type :

- ✓ Transgourmet (localisation : Narbonne et St Martin de Crau <https://www.transgourmet.fr/>, sur la base d'un catalogue de produits de la mer : <https://www.transgourmet-seafood.fr/printpdf/536>)
- ✓ Aestera, centrale de référencement dédiée à la restauration collective autogérée disposant d'un centre à Rungis et de plateformes locales
  - qui propose au niveau national : référencement, négociation d'achats, services, et fonctionne comme un vaste groupement d'achat <http://www.aestera.fr/>
  - qui permet aux cuisines de conserver leurs fournisseurs locaux (+ 60 fournisseurs régionaux et nationaux)
  - qui n'impose pas d'obligation: pas de frais d'adhésion, pas d'obligation de commande minimum, pas de fournisseur ou de famille produit imposé
  - qui fait des propositions sur l'ensemble des achats alimentaires et non alimentaires avec des mercuriales mensuelles
  - qui s'engage à traiter les demandes sous 24h »
  - le prix est calculé au volume de consommation sur 1 mois

Une des raisons d'adhérer à ce groupement d'achat est liée aux exigences des marchés publics. Aujourd'hui, les appels d'offre sont lancés et gérés par des gestionnaires sur un temps long, ils impliquent un engagement à l'année avec un risque si les contrats ne sont pas honorés (ex COVID). La latitude proposée par le groupement achat limite ces contraintes.

Pour travailler avec les petits fournisseurs plusieurs possibilités existent, notamment en passant par Agrilocal avec plusieurs formules : Gré à gré, marche à bon de commande <https://www.agrilocal.fr/>

La situation au regard des produits de la mer :

Le lycée a travaillé avec SAS Brise de terre. Si le surgelé est une solution, les cuisiniers considèrent qu'il est dommage de ne pas disposer de produits frais compte tenu de la proximité avec la mer. Les achats de produits locaux se font actuellement par l'intermédiaire d'une poissonnerie d'Agde (AGA) qui n'est pas référencée mais est un fournisseur régulier. <https://poissonnerie-aga-97.webself.net/accueil>.

Sinon, du poisson frais « gamme origine » est disponible auprès de Transgourmet : aussitôt arrivé, il est traité par le cuisinier, puis placé en liaison froide (ex. J-3 pour des poissons de type lieu noir).

Pour les produits de la mer, le prix moyen au kilo s'élevait à 7,5 € /kg en 2021 et atteint 11.8 € /kg en 2022.

Sur place, il est possible de : fileter le poisson frais, de fumer à froid (pour élaborer des gravelacs), de réaliser des rillettes ... Les cuisines sont demandeurs de produits de type seiche, poulpe mais les prix pratiqués sont globalement élevés. Il est possible parfois de réaliser un plat complet à base de poisson, mais ce n'est pas une pratique généralisée, et notamment les cubes de poisson ne sont pas spécialement prisés.

#### Propositions

- Identifier les partenaires susceptibles de livrer de petites quantités aux cuisines autogérées
  - Recenser sur l'ensemble du territoire du Galpa, les cuisines autogérées capables d'absorber rapidement des volumes (par leur capacité à transformer directement) en cas de forts débarquements

### 3.4.5. Les exigences en termes de transformation et de conditionnement de produits de la mer

Le choix des espèces est à corréliser avec d'autres paramètres selon les exigences spécifiques des clients :

- frais / surgelé
- éligible ou pas au référencement « loi EGAlim » (Nb : le label MSC n'est pas reconnu « compatible EGAlim »)
- coût
- préférence des enfants
- Des a priori de la part des clients pour certaines espèces suite à des reportages sur les médias nationaux : Hoki, Tilapia qui conduisent à des exigences spécifiques sur le type de pêche. Ainsi, certains clients exigent le label MSC, mais vont plus loin en refusant les poissons de fond.
- Des disponibilités post covid : transformation centralisée et pays émergents,
  - la Chine, principal vivier apporteur de poisson pêché et transformé au monde, a totalement arrêté de transformer et d'exporter, pour cause de Covid,
  - des pays émergents ont monté notamment des ateliers de filetage, mais ce service doit être regardé avec beaucoup de vigilance au regard des exigences de savoir-faire et de qualité.

Tableau 25 : Modes de préparation des poissons et conditionnements demandés par la restauration collective

Produits	Conditions sur les produits	Source
<b>Poissons panés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% plein filet ou contenant au minimum 70 % de poissons avec rapport protéines / lipides supérieur ou égal à 2,</li> <li>• poissons sauvages ou poissons élevés labellisés ASC (ex. Tilapia)</li> <li>• garantis sans arête et sans peau</li> <li>• sans glutamate, sans arôme artificiel, sans huile de palme, sans OGM, sans phosphate ajouté.</li> </ul>	SODEXO
<b>Filets de poisson individuels</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• des filets normés (audits de qualification pour les ateliers de filetage et fiche technique produit obligatoire) :</li> <li>• avec peau possible mais sans peau souvent préférable</li> <li>• sans arête : obligatoire pour les primaires et certains établissements (EHPAD), plus souple pour les collégiens et lycéens</li> </ul>	SODEXO
<b>Barquettes de poissons multi espèces</b>	<b>des barquettes contenant plusieurs espèces</b> de poissons de 3 kgs, pour élaborer brandades, soupes, gratins, rillettes, parmentier de poisson, plats qualitatifs très appréciés des convives	CD 64 / Comité local des pêches 40-64

Source : entretiens Sodexo / CD 64 / SIVOM Frontignan

#### Propositions :

- Mobiliser des partenaires locaux pour transformer des produits de la mer locaux
- Proposer de nouvelles formules / recettes en lien avec des barquettes multi espèces
- Proposer d'autres formats de plats intégrant 70 % minimum de poisson (parmentiers, brandades ...)

### 3.4.6. Produits de la mer en restauration collective : une question de prix ?

#### Des évolutions stratégiques en 2022

Sources : Alerte générale sur la restauration collective mars 2022, Le Monde (22 novembre 2022)

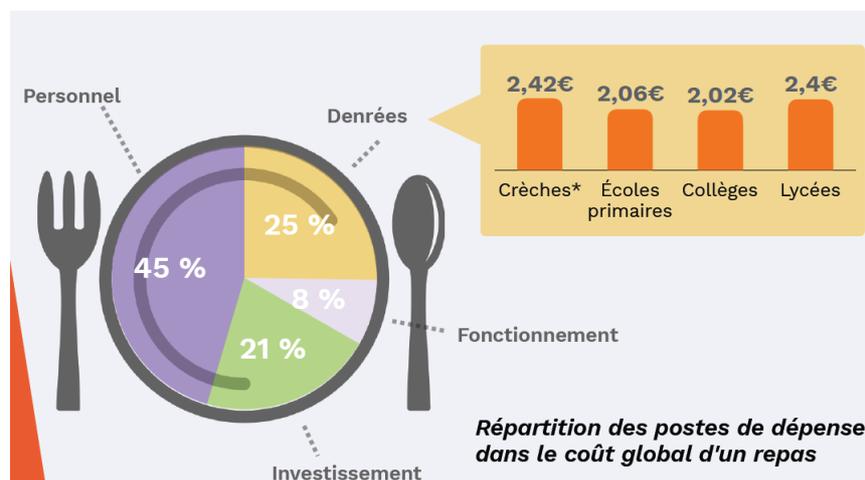
La restauration collective représente 57 % des volumes de la restauration hors domicile mais 33 % de sa valeur, 10 millions de français qui la fréquentent tous les jours. En 2020, avec la Covid et ses confinements, la restauration collective n'a servi "que" 2,8 milliards de repas, soit une baisse de 23,5 % par rapport à 2019 (source Gira Food Service).

Pour un repas scolaire, le coût denrée moyen est en **2021 de 1,80 €**, soit en moyenne un tiers du prix total d'un repas. Selon les acteurs de la restauration collective, *il manquerait 20 centimes d'euro par repas pour répondre à la loi EGAlim, une fois éliminé le gaspillage alimentaire*. Courant 2022, la situation a considérablement évolué (*Le Monde, 22 novembre 2022*) et le coût des denrées alimentaires **début novembre 2022 atteignait 2,16 €** par repas servi à la cantine avec, depuis début 2022, des hausses de 30 % sur la viande, 20% sur le poisson, 22 % sur le fromage et le beurre

Le taux de marge de la restauration collective est passé de **13 à 7 %, de 2010 à 2018**, selon l'Insee, et depuis lors a continué de baisser selon les adhérents du Syndicat National des Entreprises de Restauration et Services (SNERS), qui demandent notamment une révision des indices de suivi dans le cahier des charges et des clauses de révision de prix au moins trimestrielles.

Pour les quelque 40 % de communes en délégation de service public au niveau national – dont les marges d'adaptation sont plus faibles qu'en gestion directe –, l'inquiétude a notamment été ravivée par l'appel, début novembre 2022, des syndicats d'entreprises de la restauration collective à augmenter « *d'au moins 9 %* » le prix des repas achetés.

#### La part des produits bruts dans le coût d'un repas pour l'enfance



Le coût des denrées représente en moyenne 25 % du coût d'un repas en restauration scolaire.

Figure 20 : postes de dépenses dans le coût global d'un repas en restauration scolaire

Source observatoire 1plusBio 2022

#### Les solutions envisagées :

- répercuter en partie la hausse des prix des denrées
- baisser les coûts sur le long terme, en travaillant sur le grammage et sur la lutte contre le gaspillage, le passage à deux repas végétariens par semaine
- supprimer les entrées en cas de plat copieux (ex. couscous),
- acheter en circuit court : « *Tout ce qu'on achète en circuit court n'a pas augmenté, c'est ce qui nous sauve* » (directeur du restaurant municipal Lons-Le-Saunier 400 repas / jour pour Le Monde)

#### En résumé

- travailler sur des recettes de plats uniques, copieux, à base de poisson (gratins, parmentiers, brandades ...)
- proposer des produits en circuit court local
- mobiliser les pouvoirs publics autour de nouvelles formes d'entreprises de transformation : société publique locale (SPL), société d'économie mixte locale (SEML), afin de centrer les fonds publics sur le soutien à la production avec garantie de prix pour certains marchés (ex. cantines scolaires)

## 4. Le territoire du Galpa « Thau et son littoral », terrain d'expérimentation potentiel

### 4.1 Une mobilisation conjointe entre le PAT « Sète Agde Méditerranée » et le Galpa « Thau et son littoral »

#### Des périmètres proches

En mars 2021 a été sélectionné dans le cadre du Programme National de l'animation, le projet alimentaire de territoire « Sète-Agde-méditerranée », porté par le SMBT et dont le périmètre comprend les 14 communes de Sète agglomération méditerranée et les 20 communes de Hérault Méditerranée.

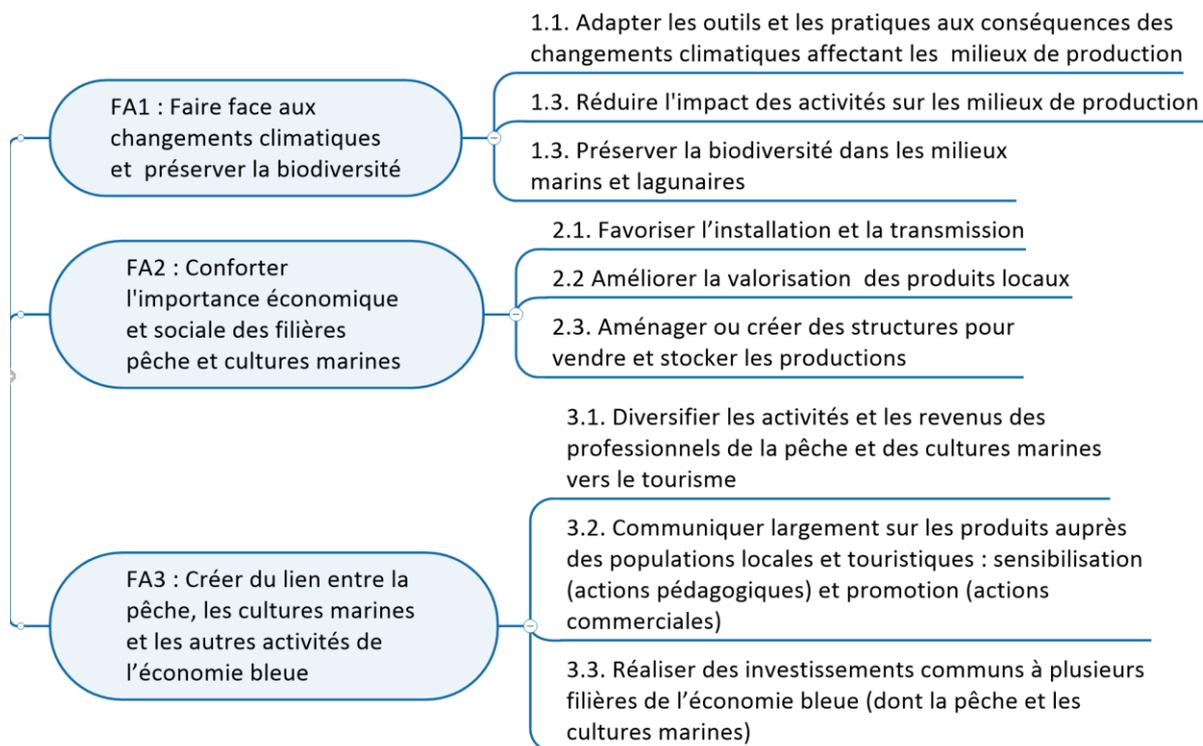
En juillet 2022, la Région Occitanie a validé la candidature du SMBT comme structure porteuse du programme DLAL FEAMPA<sup>9</sup>, sur un périmètre intégrant ces 2 intercommunalités plus les communes de Valras plage et Sérignan et pour la période 2021-2027.

#### Des thématiques communes autour du lien terre-mer

Pour le DLAL, la recherche d'une meilleure valorisation de l'ensemble des produits débarqués ou élevés notamment au travers de nouvelles voies de transformation est une priorité réaffirmée dans la stratégie 2021-2027.

---

<sup>9</sup> Développement local par les acteurs locaux du Fonds européen pour les affaires maritimes, la pêche et l'aquaculture



Pour le PAT, les phases de concertation préalables ont fait émerger 3 priorités pour le territoire : i) renforcer le **lien entre la terre et la mer**, ii) construire une solidarité alimentaire de territoire et iii) travailler à améliorer la résilience face au changement climatique. L'importance réaffirmée par l'ensemble des partenaires de conforter le lien terre-mer a naturellement conduit à rapprocher le PAT de la démarche DLAL sur cette thématique.

Dans le cadre du PAT Sète Agde Méditerranée, une large concertation des acteurs agricoles et alimentaires a débuté en 2022, en vue d'établir une stratégie agricole et alimentaire ainsi qu'un plan d'actions associé. Une des commissions thématiques traite spécifiquement de l'approvisionnement en produits locaux de la restauration hors domicile. Des préconisations d'actions y sont formulées par les acteurs.

Le PAT et le DLAL ont conjointement créé début 2022 un groupe de travail "restauration collective" qui a interrogé les acteurs locaux (SIVOM de Frontignan, SODEXO, organisations professionnelles de la pêche...) sur les spécificités techniques, les freins et leviers pour améliorer l'approvisionnement en poisson local de la restauration collective.

Enfin, des échanges bilatéraux ont eu lieu avec d'autres porteurs de PAT et DLAL littoraux français. Ils ont permis un partage des expériences et des bonnes pratiques de chacun dans une volonté de collaboration future sur différents sujets, et notamment la valorisation du poisson local par la restauration collective.

Afin d'alimenter ces réflexions, un premier diagnostic de la restauration collective des 34 communes du territoire du PAT a été lancé en 2022 en s'appuyant sur le questionnaire de l'Observatoire national de la restauration collective Bio et durable d'Un Plus Bio. Il a permis une mobilisation des acteurs, en particulier les élus et gestionnaires. Ses premiers résultats sont présentés ci-dessous (paragraphe 4.4.).

#### En résumé

- Une mobilisation conjointe des outils DLAL FEAMPA et PAT  
 autour de la valorisation des produits de la mer en restauration collective :
- Mise en réseau,
  - Structuration d'ateliers de réflexion
  - Mise en place d'expérimentations sur plusieurs territoires littoraux

## 4.2 Des sources d'inspiration dans les collaborations entre acteurs des produits de la mer et restauration collective

Des rencontres avec plusieurs types de partenaires ont permis d'identifier des expériences sur lesquelles s'appuyer pour proposer une stratégie locale d'introduction de produits de la mer locaux dans la restauration collective locale.

### 4.2.1. Ateliers de découverte et test d'approvisionnement en poisson local, une initiative du Comité départemental des pêches maritimes de Gironde (CDPMEM 33)

Projet conduit par : le Comité Départemental des Pêches maritimes et des élevages marins de la Gironde

Partenaires : Conseil Régional d'Aquitaine, Conseil Général de la Gironde, fonds axe 4 du FEP (Galpa « Bassin d'Arcachon-Val de l'Eyre »)

Calendrier : 2011-2014

Projet financé par l'axe 4 du Fonds européen pour la pêche (programme « ancêtre » du DLAL FEAMP)

#### Objectifs

En 2011, le Pays BARVAL avait réalisé un état des lieux afin de mesurer les problématiques et les besoins des acteurs du territoire pour l'approvisionnement en produits bio et/ou locaux. Cette étude restituée en avril 2013 a révélé, notamment, que le potentiel d'approvisionnement local en produits de la mer est méconnu et non exploité en restauration collective publique.

L'objectif du CDPMEM 33 dans ce projet est de trouver de nouvelles voies de valorisation pour les productions des pêcheurs locaux, et d'augmenter la notoriété de la filière sur le territoire, auprès des collectivités comme des convives

#### Actions engagées

##### a) Un cycle de 4 ateliers-formations, animés par ARBIO Aquitaine, à destination des collectivités, dans lequel le CDPMEM a apporté son expertise des produits et de la filière pêche:

Atelier 1: « présentation de l'offre disponible » : présentation de l'organisation de la filière, zoom sur les espèces susceptibles de répondre aux besoins de la restauration collective ; dégustation de produits élaborés par un restaurateur local, visite du port d'Arcachon (1 jour)

Atelier 2 « marchés publics, gestion directe et gestion concédée » formation et élaboration d'une note sur les spécificités de l'introduction des produits de la mer locaux dans les marchés publics d'Arcachon (1 jour)

Atelier 3 « repenser l'équilibre nutritionnel et la qualité des produits à coûts maîtrisés (2 jours)

Atelier 4 « pratiques culinaires » : réservé aux agents de production, conduit par un formateur d'Un Plus Bio pour :

- présenter une démarche qualité pragmatique en restauration collective ;
- identifier et construire un projet de cuisine évolutive dans les établissements
- valoriser les produits de proximité et imaginer ensemble la cuisine de demain

- renforcer le rôle du cuisinier dans la chaîne éducative positive en identifiant la cuisine “de tous les jours” comme outil de dialogue, de changement et de compréhension.

#### **b) Des tests d’approvisionnement en produits de la mer locaux au sein de 4 communes pilotes**

##### **Résultats obtenus :**

##### 1) Un réseau d’échange d’informations entre :

- les chefs cuisiniers /gestionnaires et les fournisseurs pour adapter le format du produit aux contraintes des établissements
- les collectivités participant à l’opération (Nb : une cuisine qui dépend du Conseil Général de la Gironde et qui propose régulièrement des ateliers d’échanges pratiques entre les cuisines a proposé dans le cadre de ce réseau d’échanges, d’accueillir les chefs intéressés pour leur montrer la réalisation d’un parmentier de poissons locaux).

##### 2) Des fiches techniques pour des recettes

- soit déjà mises en œuvre dans les cantines avant le projet, mais remaniées en remplaçant les produits habituels par des produits locaux
- soit à base de nouvelles espèces dans les cuisines collectives (ex. Emissole, Vive)

##### 3) Un **contournement des obstacles identifiés** au départ de l’opération : pour éviter les arêtes, considérant que les filets garantis sans arêtes sont aujourd’hui indisponibles localement et pour remédier au portionnage<sup>10</sup> des filets avec un grammage précis, que les fournisseurs locaux ne sont pas en mesure de garantir :

- Réalisation de soupe maison, de parmentier, de gratins à partir de filets
- Pour les établissements disposant du temps ou du personnel, achat de pinces à désarêter les filets
- Choix d’espèces sans arêtes : émissole, moules.

**Références :** <http://www.dlfeamp-paysbarval.fr/l-axe-4-du-fep-2010-2014/les-projets-soutenus>,  
<http://www.dlfeamp-paysbarval.fr/60-resto-co>

##### **En résumé**

- Une mise en réseau des opérateurs de la filière, des producteurs aux cuisiniers, permettant une meilleure connaissance réciproque et la création de partenariats
- Des formations allant jusqu’à l’élaboration de recettes répondant aux exigences des opérateurs

---

<sup>10</sup> A noter que le grammage n’est pas une obligation, mais une recommandation du GEMRCN. GEMRCN “Groupement d’Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition” est, depuis sa première version en 1999, un guide pratique concernant la qualité nutritionnelle des repas servis en restauration collective sociale. <http://www.gemrcn.fr/>

## 4.2.2. Manger bio et local 64, initiative du Conseil Départemental des Pyrénées-Atlantiques (CD64)

Projet conduit par le conseil départemental des Pyrénées Atlantiques (CD64), contact Anne-Line PLANTEFEVE

Partenaires : Comité local des pêches, mareyeurs, Galpa 40-64

**Objectifs : Le travail engagé sur la filière pêche maritime relève d'une volonté de travailler avec les 3 ports départementaux et de faire le lien entre les différentes actions du département**

### Actions engagées

- Enquêtes auprès des restaurants des collèges : fréquence de présentation du poisson, espèces, critères de choix, attentes, recettes existantes à base de poisson, quelles attentes vis-à-vis des filières locales, freins ou avantages à y avoir recours.
- Rencontre de 4 mareyeurs locaux qui avaient leur chaîne de marée dans le département, et ont comparé les besoins de la restauration collective avec ce qu'ils pouvaient proposer
- Livret de présentation de la pêche maritime pour expliquer l'organisation de la filière aux acteurs de la restauration intégrant : les techniques de pêche, la saisonnalité des captures et les quantités disponibles, des recettes (<https://www.le64.fr/sites/default/files/media/2020-10/DuBateauAlAssietteCD64.pdf>)
- Formation mise en place en 2016 pour compléter le parcours de formation proposé aux cuisiniers responsables de restauration des cuisiniers des collèges avec 1 jour dédié à la filière locale : visite de la criée, du port et d'un atelier de mareyage, puis ½ journée de pratique culinaire au collège de St Jean de Luz, avec les poissons locaux
- Déclinaison pour la pêche et pour les mareyeurs de la « charte pour les producteurs locaux » qui préexistait mais a dû être amendée (ex. élargissement de la zone de débarquement)

### Résultats obtenus :

De façon globale : dans les collèges, le programme d'accompagnement des équipes de cuisine, accompagné d'actions de sensibilisation a permis l'adhésion de l'intégralité des 42 services de restauration gérés par le Département. 19 collèges sont labellisés « En Cuisine » par Ecocert, en reconnaissance de leur démarche vertueuse.

Pour la filière pêche :

- 1 mareyeur a multiplié par 2 ses livraisons en restau collective et dispose d'un bon référencement,
- 1 mareyeur spécialisé dans la surgélation a développé ses ventes : le poisson surgelé avait une très mauvaise image en restau collective, malgré une technique très performante de surgélation (ex. merlu), les visites et rencontres ont permis de modifier cette perception et de valoriser l'avantage du surgelé : lisser la consommation sur l'année en le stockant.
- Pas d'enquêtes après ces journées de formation sur l'évolution du taux de consommation de poisson

Ce sont les mareyeurs qui ont été en 1<sup>ère</sup> ligne : entre ½ et 1/3 de ce qu'ils proposent à la restauration collective est issu de la pêche locale mais ils peuvent également proposer d'autres types de produits. Tout ce qui est disponible est porté à connaissance sans axer sur certaines espèces théoriquement mal valorisées (ex chinchard).

**Références :** <https://www.le64.fr/manger-bio-local-64>,  
<https://www.le64.fr/sites/default/files/media/2020-10/DuBateauAlAssietteCD64.pdf>

### 4.2.3. Mobiliser le tandem DLAL – PAT autour de l’approvisionnement en produits de la mer dans les cantines scolaires

#### 1. L’exemple de Lannion Trégor Communauté

Projet conduit par Lannion-Trégor Communauté (LTC) avec les communes du territoire

Objectifs : introduire les produits de la mer dans la restauration collective autour de 2 axes : 1) Approvisionnement et 2) Communication, formation des cuisiniers

Actions engagées : un programme spécifique « Des champs à l’assiette » pour développer l’approvisionnement local en restauration collective

Dès 2009, le Pays du Trégor-Goëlo, la communauté de communes de Beg Ar C’hra et Lannion-Trégor Agglomération ont impulsé les premières actions pour valoriser les produits agricoles locaux (guide des producteurs locaux, sensibilisation au gaspillage, projet du nouvel abattoir, etc.).

Une spécificité de ce territoire est de compter **90 % de cuisines fonctionnant en direct**. Le budget « alimentation » ne nécessite donc pas spécialement d’appel d’offre, mais simplement le passage en marchés simplifiés, à moins de 40 000 €/an de denrées alimentaires, permettant par la même beaucoup de souplesse. Ces communes sont donc autonomes avec leurs cuisines, toutes bien équipées en matériel et en surface, la question principale concernait plutôt la main d’œuvre et la montée en compétence des cuisiniers.

Si la loi EGalim de 2018 n’impose pas d’objectif sur la part des produits locaux afin de respecter la liberté d’accès des fournisseurs au marché public, il existe une volonté politique des élus locaux de répondre à l’attente des habitants vis-à-vis d’un développement des achats locaux. C’est dans ce cadre qu’a été relancé le projet, qui comprend :

- un état des lieux de l’approvisionnement du territoire,
- l’actualisation d’un guide des producteurs locaux pour la restauration collective,
- la signature d’une charte d’engagement des communes pour intégrer plus de produits locaux,
- des formations pour les cuisiniers,
- l’animation de rencontres entre producteurs et acheteurs de la restauration publique,
- l’édition d’une lettre d’information régulière.

#### Résultats obtenus :

1. Mobilisation des cuisiniers : des formations organisées sur des thématiques spécifiques,

- dans une des cuisines du territoire, avec 10 cuisiniers par session, issus des cantines scolaires principalement,
- labellisées par le CNFPT
- sur un principe simple: « *un cuisinier fait une recette, on parle de l’opération, on fournit les produits de la recette, on teste* »,
- la formation s’effectue autour de supports mais se connaître est la motivation principale : « *Les cuisiniers sont seuls chez eux* », donc LTC propose une mise en réseau pour des échanges réguliers et conviviaux, ainsi qu’une rencontre de toutes les cantines **tous les 2 ans**.

2. Rencontre avec les producteurs, recueil d’informations, publication d’un guide de producteurs capables de fournir la restauration collective publique et diffusion de ce guide aux gestionnaires des cantines



Comment réaliser ce guide ?

rencontres avec les producteurs,

appel à la population,

=> des ostréiculteurs et mytiliculteurs se sont manifestés, capables de respecter certaines critères :

- a. Quantités
- b. Saisonnalité
- c. Capacités de livraison
- d. Vérification des capacités de fourniture de grands volumes en // de leurs activités classiques,

**Arnaud BODIN**  
EARL MIN ER GOAS



Arnaud Bodin élève des huîtres fines de pleine mer.

L'entreprise pratique la vente directe depuis sa création en 2005 auprès de différents débouchés : au marché, vente au chantier, restaurateurs privés, etc., et souhaite ouvrir ses produits à la restauration collective.

La production est située en zone A, certifiant d'une bonne qualité de l'eau. Les huîtres sont élevées dans les îlots de Bréhat, garantissant un bon environnement pour leur croissance.

**Produits** : huîtres fines de pleine mer, calibres 4, 3, 2 et 1

**Conditionnement** : bourriche de différents volumes entre 1 et 15 kg, ou palettes de bourriches

**Délai de commande** : 7 jours l'hiver ; 5 jours l'été ; 15 jours pour les grosses quantités

**Quantité livrable minimale** : au cas par cas

**Rayon de livraison** : 60 km

**Disponibilité des produits** :  
Huître triploïde : de juin à septembre  
Huître diploïde : de septembre à mai

**N° agrément CE** : 22.111.014

**Contact**

EARL Min er Goas  
3 zone ostréicole - 22610 LANMODEZ  
T. : 0296165115 / 0650363323  
Mail : huitresbrehat@gmail.com



**Katia et Yann QUÉRÉ**  
SCEA COQUILLAGES DU SILLON



Katia et Yann Quéré élèvent des huîtres creuses et plates. Ils proposent également des moules. Les parcs sont situés au large de l'île de Bréhat.

L'entreprise s'est dotée en 2018 d'un atelier aux normes agroalimentaires afin de pratiquer la vente directe des productions des parcs : moules, huîtres plates, praires, bulots...

**Produits** : huîtres creuses et huîtres plates, calibres 4, 3, 2 et 1, et moules

**Conditionnement** : dizaine, vingtaine, 50 pièces ou 100 pièces

**Délai de commande** : huîtres creuses : 2 jours ; huîtres plates et moules : 3 jours

**Quantité livrable minimale** : 10 kg

**Rayon de livraison** : Lannion-Trégor Communauté

**Disponibilité des produits** :  
Huîtres creuses : toute l'année  
Huîtres plates : d'octobre à avril  
Moules : de juillet à décembre

**N° agrément CE** : 22.111.018

**Contact**

SCEA Coquillages du Sillon  
Parc Trogarat ZA du Costy- 22610 LANMODEZ  
T. : 02 96 16 12 38 / 06 31 33 48 62  
Mail : coquillagesdusillon@orange.fr



**En résumé**

- Des formations de cuisiniers autour de l'élaboration de recettes originales avec des produits locaux,
  - La réalisation d'un catalogue des producteurs répondant aux besoins de la restauration collective locale

## 2. L'exemple d'Auray-Quiberon-Terre Atlantique (AQTA)

Projet conduit par Auray-Quiberon-Terre Atlantique (AQTA)

Partenaires : communauté de communes AQTA (24 communes), Pays Auray-Vannes

**Objectifs** : accompagner les communes dans l'approvisionnement de leurs cantines scolaires en produits locaux en particulier du poisson

### Actions engagées

#### Accompagnement en amont :

- Prestation du groupement des agriculteurs.trices bio (GAB) financé par le programme LEADER : 4 jours d'accompagnement offerts à chaque commune du territoire disposant d'une cantine scolaire
  - Pour toutes les communes : diagnostic des approvisionnements (1 jour) et respect des principes de la loi EGAlim
  - Pour les communes en gestion directe : analyse de leur fonctionnement et mise en relation avec des producteurs locaux)
  - Pour les communes en gestion concédée : recommandations pour la rédaction des cahiers des charges et le lancement des marchés, outils de médiation avec les parents.
- Démarche locale d'approvisionnement en produits de la mer : prix moyen **filets 11 €/kg** pour la restauration, poisson acheté à Lorient mais pêché dans tout l'Atlantique. L'approvisionnement en poisson par les responsables de cantines s'opère via leur grossiste de la criée de Lorient

#### Suivi en aval :

Pour les communes à gestion concédée, le besoin principal réside dans le **suivi des commandes**. Les cahiers des charges sont exigeants mais la démarche ne prend tout son sens que s'il y a un réel suivi des prestataires et souvent les communes n'ont pas les moyens de faire ce suivi et d'identifier les différences entre ce qui est promis et ce qui est proposé. A noter que les communes qui ont les taux EGAlim les plus élevés sont les communes qui ont une personne dédiée au suivi ou un contrat de contrôle par ECOCERT. AQTA a donc proposé :

- Des ateliers d'information sur les modalités de suivi des prestataires : pénalités à définir et à appliquer
- L'instauration de réunions régulières entre la commune et la société de restauration : groupes de discussions, pour faire remonter les difficultés ou dire que tout va bien, même si généralement, le personnel communal a peu de temps
- Des formations à des outils de suivi (en lien avec CNFPT)
- La mutualisation d'une personne à l'échelle de la communauté de communes (pas mis en place)
- Des soutiens financiers pour des prestations annuelles d'un prestataire extérieur (par ex. Ecocert) à hauteur de 1000 à 2000 € / an
- La mobilisation d'un stagiaire pour récupérer et analyser les factures des communes,
- Un essai de groupement de commande qui n'a pas marché.

**Résultats obtenus** : une sensibilisation des communes aux questions de suivi et de contrôle

#### En résumé

- Des formations et un accompagnement des gestionnaires au suivi de leurs prestataires

### 4.3 Le projet « SAS Brise de Terre » : insertion par l'activité économique et circuits courts, Hérault

La criée aux poissons du Grau d'Agde a créé en 2018 avec Croix Rouge Insertion Capdife, l'entreprise d'insertion « Brise de Terre » pour fileter des espèces peu connues du grand public et les proposer aux opérateurs de la restauration collective pour les seniors et les juniors du territoire.

La méconnaissance des produits de la mer locaux par les gestionnaires a compliqué la pénétration des marchés de la restauration collective et la crise sanitaire, entraînant la fermeture des cantines, a déstabilisé l'activité économique globale en 2020. Pourtant, un chiffre d'affaires encourageant a été obtenu en 2021.

Malgré tout, cette entreprise a été placée en liquidation judiciaire courant 2022 du fait d'une décision stratégique nationale d'un des partenaires souhaitant orienter son activité vers des secteurs différents.

Ses 3 ans d'activité lui ont permis de construire une expérience, un réseau partenarial et commercial et de faire de nombreux essais (recettes, types de poissons) avec différentes cuisines centrales (communes, collèges du Département 34).

La SAS et la criée d'Agde ont donc maîtrisé les contraintes et spécificités de la restauration collective. Une activité de transformation de poisson pourrait être relancée en capitalisant sur son expérience précédente et l'important réseau de partenaires en restauration collective tissé ces dernières années.

#### 4.3.1. La SAS « Brise de terre », une entreprise d'insertion

##### Objectifs :

Créée en 2018, l'entreprise d'insertion Brise de terre associait à parité (sous statuts SAS) Croix-Rouge insertion et la Criée aux poissons du Grau d'Agde autour d'un projet original, mettant à l'honneur l'insertion et le développement durable avec un double objectif : le soutien des filières locales agricole et pêche du territoire héraultais et le retour à l'emploi de personnes en situation d'exclusion.

##### Montage administratif

- L'entreprise d'insertion « Brise de Terre » était sous statut de SAS (société en action simplifiées), avec un capital de 50 000 € assumé pour 25 000 € par la SAEML « la criée aux poissons des pays d'Agde » et pour 25 000 € par Croix Rouge France.
- Le conseil d'administration était constitué de 8 personnes dont 3 représentants de Croix Rouge France, 3 représentants de la Criée d'Agde ainsi que les directeur.trice.s de la criée et de Croix rouge insertion Capdife qui, eux, ne disposaient pas de droit de vote.
- Des statuts validés en aout 2018 pour un début effectif de la production début 2020.

#### 4.3.2. Les actions engagées

##### 1. Equipement d'un atelier dans les locaux de la criée aux poissons du Grau d'Agde (mesures FEAMP 62/ 69)

- Conception de l'atelier, optimisation de l'espace, des installations, des machines,
- Equipement de l'atelier : balance, tables inox, couteaux, étiqueteuse, mise sous vide, charriots, transpalette / revêtement sol,
- Achat d'une cellule de surgélation,
- Frais de personnel pour un salarié SAS Terre et mer (mise au point produits),
- Analyses laboratoires : analyses microbiologiques de vieillissement, bilans nutritionnels INCO
- Achat d'une caisse frigorifique bi-température pour un véhicule de transport.

## 2. Recrutement de personnel

- 5 personnes en insertion
- 2 personnes en CDI : responsable de la commercialisation et responsable production-qualité

## 3. Création d'une marque commerciale

Création de la marque commerciale : charte graphique, logo, identité visuelle, packaging et proposition de plan de communication

La marque Terr'iodée certifie la provenance et affirme le lien terre-mer en s'appliquant aux produits de la mer et aux légumes et fruits cultivés en agriculture biologique issus des chantiers d'insertion de Croix rouge insertion Capdife

Outre cette marque, le lien terre-mer s'est décliné dans la mutualisation d'outils logistiques (camion) et de personnel (commercial).



### Marques déposées par Brise de Terre :

#### TERR'IODEE L'OCCITANIE GOURMANDE ET SOLIDAIRE

Enregistrée le 06/12/2020, Expire le 06/12/2030

Classes : 29 , 31 , 44, Numéro : FR4709232, [Marque enregistrée](#)

Source :

<https://www.pappers.fr/entreprise/brise-de-terre-842947368>

#### TERR'IODEE L'OCCITANIE GOURMANDE ET SOLIDAIRE

Enregistrée le 14/11/2019, Expire le 14/11/2029

Classes : 29 , 35, Numéro : FR4598944, [Marque enregistrée](#)

## 4. Animations dans les collèges

Plusieurs tests et animations dans les collèges ont été organisés en présence d'un pêcheur professionnel et de la directrice de la criée pendant les repas où étaient proposés des filets de maquereaux et de mullets, en lien avec le département de l'Hérault sur Sète, Agde, Fabrègues,

Des résultats quantitatifs favorables ont été obtenus après pesée des déchets à la fin du repas.

Les résultats qualitatifs se sont traduits par :

- Un grand succès auprès des collégiens car tous ont testé le plat de poissons alors qu'il était optionnel et des discussions ont été engagées avec les jeunes,
- aucun collégien n'a parlé d'une gêne liée aux arêtes,
- certains collégiens ont évoqué un problème de peau pour le mullet.

## 5. Animations dans les écoles primaires

Le fournisseur SHCB (localisé à Montblanc, Béziers) a remporté l'appel d'offre pour les écoles d'Agde. Suite à une demande expresse de la ville et de ses élus, du poisson local a été proposé 1 fois par mois dans les 8 cantines des écoles primaires d'Agde. Pendant 1 an, des animations ont eu lieu dans les écoles avec des essais de différents types de poissons : filets de mullet, ailes de raie et les réactions des enfants ont été analysées.

Une nouvelle difficulté a été identifiée, la présence de peau de poissons, qui a demandé une nouvelle adaptation : la cuisson à la vapeur a permis d'enlever la peau pour les petits de 4 ans, les assistantes maternelles ont pu les aider à enlever la peau : résultats « *les petits ont tout mangé, il n'y a eu aucun pb avec les arêtes.* »

### 4.3.3. Résultats obtenus

#### Gamme de produits : des filets surgelés sous barquettes ou sachets

Une étude de faisabilité préalable à la création de la SAS intégrant un benchmark, a précisé que les consommateurs de poissons souhaitaient des filets et des découpes prêtes à cuire plutôt que des poissons entiers mais que, en 2018, aucun filet disponible en restauration collective n'était issu de la pêche en Méditerranée (nb provenance : Atlantique Nord Est, Pacifique, océan Indien).



Les principales espèces traitées ont été des espèces de faible prix sous la criée : le capelan, le chinchard, la lisette, le maquereau commun, le maquereau espagnol, le mullet (muge), mais aussi le poulpe, la raie et le rouget,

Des référencements spécifiques ont été obtenus comme Sud de France ou Agrilocal 34.

Les produits fournis étaient exclusivement surgelés, avec une technique spécifique de microglazing.

⇒ **Des produits surgelés exclusivement**

#### Clientèles cibles : les restaurants scolaires en cœur de cible

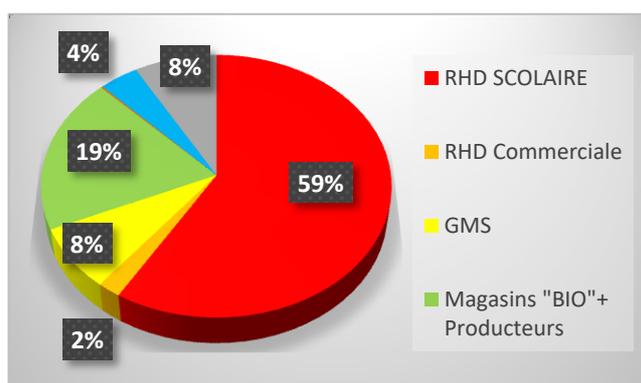


Figure 21 : profils des acheteurs en 2021  
(source SAS Brise de Terre)

restauration collective en quête de produits locaux et de qualité (cantines scolaires, collèges, lycées, EHPAD),

commerces de proximité attachés aux produits de qualité sauvage ou Bio, local, du terroir, régionaux et qui nouent de véritables relations partenariales avec les producteurs locaux.

Malgré une fermeture des cantines scolaires, la RHD scolaire représente 59 % des achats de produits de la SAS en 2021 ; les produits répondent donc aux besoins de la RHD.

#### Principales difficultés rencontrées et réactions de la SAS

Difficultés rencontrées	Réactions de l'entreprise
<p>Confinement du au Covid en mars 2020 alors que la production avait commencé en janvier 2020</p> <p>--fermeture longue des cantines scolaires alors que la cible de l'entreprise était la restauration collective</p> <p>--départ du personnel juste recruté (chef de production et responsable commercial)</p>	<p>Redéploiement stratégique vers les GMS, les épiceries, impliquant de nouveaux outils de communication et de sensibilisation (donc un surcout)</p>
<p>Difficultés de pénétration des marchés de la restauration collective : cahiers des charges contraignants pour l'agrément et délais de référencement longs (de 3 à 6 mois)</p>	<p>Agréments : demande et obtention d'un agrément auprès de Pomona</p>

Difficultés rencontrées	Réactions de l'entreprise
<p>Agréments : impossibilité de se faire agréer par Sysco, qui demande un chiffre d'affaire minimal du prestataire de 1 M€</p> <p>Prix : le poisson proposé par la restau co est beaucoup moins cher (ex. baudroie de Chine livrée à 4,5 €/kg,)</p>	<p>Prix : intervention directe d'élus locaux pour mobiliser l'opérateur local de la restauration collective</p>
<p>Facturation : des réactions négatives des gestionnaires : « une facture POMONA ou tu as tout, c'est plus facile que d'avoir un petit fournisseur et de petites factures sur un seul lot de produits »</p>	<p>Rencontres et explications</p>
<p>Méconnaissance totale des produits de la mer par les techniciens des cuisines centrales ou les cuisiniers</p>	<p>Envoi de produits aux cuisiniers pour tests</p> <p>Rencontres</p>
<p>Méconnaissance totale des produits de la mer par les convives de la RHD scolaire</p>	<p>Présence lors des repas pour des sessions d'animation – discussion, tant dans les cantines scolaires que dans les collèges</p> <p>Construction d'argumentaires + outils de communication</p>
<p>Des contraintes trop importantes pour les produits frais en termes de logistique et de praticité :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• une obligation réglementaire qui oblige à livrer sous glace fondante =&gt; difficultés dans les transports et dans les cuisines : coulures, salissures des frigos</li> <li>• des horaires et quantités à préciser au moins 6 semaines avant la livraison, avec la même espèce =&gt; impossible de prévoir les quantités en poissons frais débarqués localement</li> <li>• besoin de livrer grandes quantités ex. pour un UPC : 150 kilos minimum, et un contrat porte sur plusieurs UPC =&gt; impossible de garantir l'approvisionnement</li> </ul>	<p>Une seule solution : du poisson surgelé ⇒ Achat d'une cellule de surgélation</p> <p>Sensibilisation à la notion de poisson local » sur le même modèle que « fruits de saison »</p>
<p>Des a priori sur le produit congelé de la part des cuisiniers</p>	<p>Adaptation d'une technique spécifique de surgélation par micro-glazing : envois d'échantillons, rencontres et tests pour convaincre les cuisiniers et organisation de dégustations</p>
<p>Préjugés sur les arêtes , besoin d'avoir un label 100 % sans arête</p>	<p>Animation dans les cantines :</p> <p>Explication sur le filetage à la main, avec des précautions et une vérification manuelle,</p> <p>Travail avec des diététiciens (mise en avant de l'importance de prendre de petites bouchées, de manger doucement) =&gt; pas de pb avec les scolaires</p>
<p>Décision stratégique nationale d'un des partenaires présent au capital d'orienter son activité vers des secteurs différents.</p>	<p>Impossible de retrouver un partenaire pouvant assumer les aspects liés à l'insertion, donc impossible de poursuivre l'activité sous statut « entreprise d'insertion »</p>

Tableau 26 : difficultés rencontrées dans la stratégie commerciale de la SAS et réactions de l'entreprise

#### 4.3.4. Conclusions :

##### Bilan :

Tous les salariés en insertion ont été accompagnés pour retrouver du travail en amont de la liquidation. Les 2 salariés en CDI ont été accompagnés pour retrouver du travail à la date de la liquidation,

La SAS ne laisse aucune dette : le bilan comptable 2021 fait apparaître - 86 000 € de résultat donc négatif, mais pas de dette.

Le projet ciblé sur la restauration collective, confronté au Covid et aux confinements, a dû modifier totalement sa stratégie commerciale pour repartir sur de nouveaux conditionnements (en barquettes), à destination d'autres acteurs (épiceries, coopératives) : cela a induit de nouveaux coûts et n'a pas suffi à assurer sa rentabilité.

En 2021, la RHD principalement scolaire est restée majoritaire dans les débouchés commerciaux. Travailler avec la RHD scolaire permet de faire passer de l'information directement aux enfants sur la pêche, les poissons, le milieu marin et de coupler ces infos avec des propositions de visite du Belvédère de la criée

##### Les réactions :

*« C'est un bon projet »*

*« La liquidation est intervenue alors que le projet était en pleine expansion. »*

*« Le projet a échoué car d'une part, il a été confronté au COVID, alors que la restauration collective était la cible initiale du projet, d'autre part, de nombreuses difficultés liées aux exigences logistiques et administratives de la restauration collective notamment scolaire se sont présentées en cours de projet. Nous sommes dorénavant plus armés pour relancer des dynamiques de valorisation des produits de la mer.»*

##### En résumé

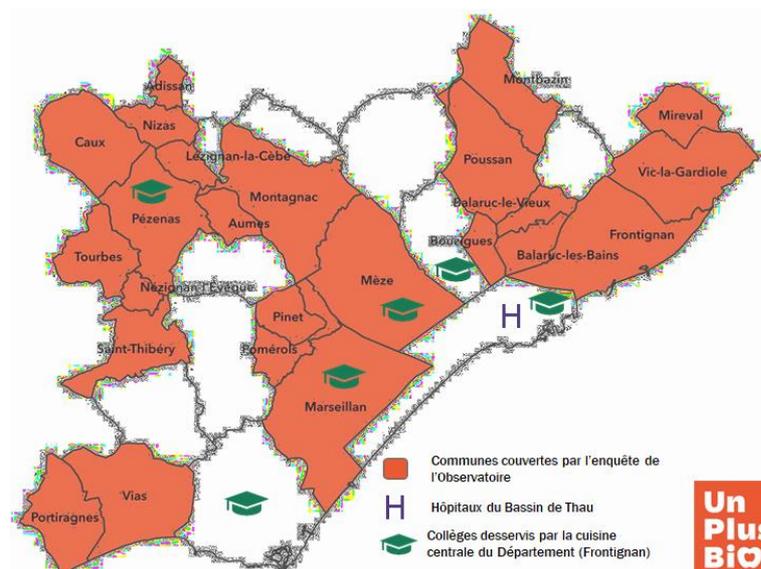
Besoin de capacités d'adaptation et de forces de proposition face à des acteurs qui ne connaissent ni les produits de la mer, ni les conditions de production, ni les contraintes d'une petite entreprise versus besoin de faire connaître aux producteurs les exigences et contraintes de la restauration collective

Un test « grandeur nature » montrant l'intérêt de la restauration collective pour :  
- des produits transformés (filetés), surgelés  
- des animations sur les lieux de dégustation des convives en particulier en milieu scolaire.

Un besoin de contractualisation entre les entreprises de transformation et les acteurs de la restauration collective pour sécuriser les débouchés

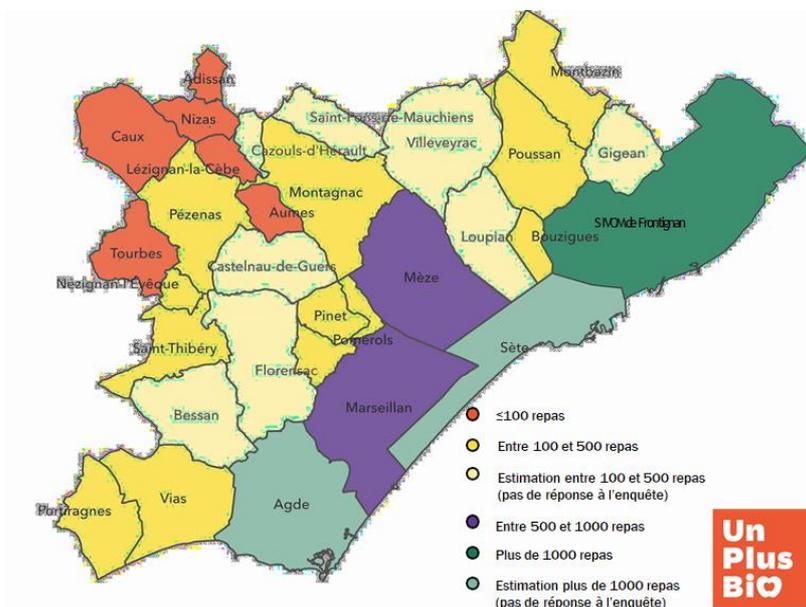
## 4.4 Les résultats du diagnostic « restauration collective »

L'association 1+Bio a été mandatée par le SMTB pour élaborer un 1<sup>er</sup> diagnostic de la restauration collective sur les 34 communes du PAT. Ce travail demande à être affiné en intégrant notamment les communes de Sète et d'Agde mais permet de distinguer les grandes tendances du territoire.



70 % des communes ont été couvertes soit 87 établissements interrogés : 71 % sur Sète Agglopol Méditerranée (soit 52 établissements servant des repas) et 70 % sur la Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée (soit 35 établissements servant des repas).

Figure 22 : Périmètre de l'enquête conduite auprès des 34 communes de SAM et CAHM (enquête UnPlusBio / SMTB 2022)



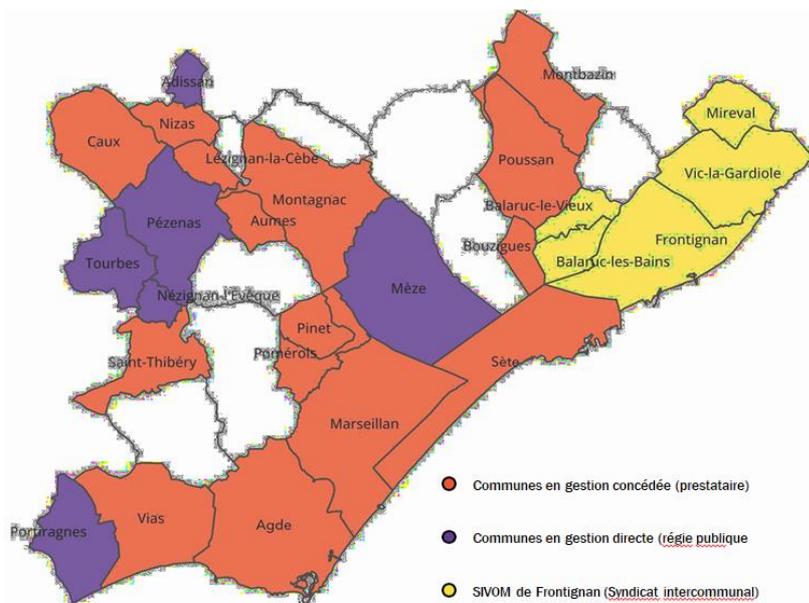
Sur les 17 410 repas produits chaque jour en 2022, on en distingue :

- 10 243 pour l'enfance : 58,83 %
- 4 190 pour les collèges : 24,07 %
- 2 977 pour le médico-social (hôpitaux, portage à domicile, EHPAD) : 17,1 %

Figure 23 : Classement des 34 communes par nombre de repas servis par jour (enquête UnPlusBio / SMTB 2022)

### En résumé

Près de 60 % des repas proposés sur le territoire sont destinés aux cantines scolaires des écoles primaires.



**58 % des communes sont en gestion concédée**, soit 49 % des repas servis grâce notamment au travail du SIVOM de Frontignan (contre 40 % des communes à l'échelle nationale).

96 % d'entre elles disposent d'une cuisine centrale. 1 seule cuisine sur place (Portiragnes). Toutefois, plusieurs communes sont actuellement en réflexion pour une relocalisation de leur cuisine.

Figure 24 : Classement des communes par type de gestion (enquête UnPlusBio /SMBT 2022)

Un travail d'information et d'accompagnement des communes semble nécessaire au-delà des procédés de commande publique, en lien avec une faible connaissance par les gestionnaires de leurs modes et types d'approvisionnement réels, d'autant plus marqué lorsque la gestion est concédée

- 75 % des communes interrogées ne sont pas en mesure de renseigner la part de produits sous signes de qualité ou labellisés dans leurs achats. Si label il y a, ce sont des AOP / AOC ou IGP ou Label Rouge,
- Les critères EGAlim sont présents dans les cahiers des clauses techniques particulières mais peu de collectivités contrôlent leur prestataire sur le respect de ces cahiers de charges,
- 58 % des communes enquêtées ne connaissent pas le cout denrée par repas. Au niveau national, ce cout denrées moyen est de 2,14 € par repas et 2,06 € pour les écoles en 2022.
- 80 % des communes n'ont pas renseigné leur mode d'approvisionnement. Toutefois, 2 communes utilisent un groupement d'achats (Aumes, Montbazin) et plusieurs s'approvisionnement auprès de la plateforme de mise en relation producteurs / collectivités AgriLocal 34. A noter qu'en France, 80% des achats des collectivités passent par des grossistes.

#### Propositions 1+Bio issues du diagnostic

- mettre en place des outils de contrôle et de suivi pour accompagner les communes vers une meilleure gestion de leurs approvisionnements « durables et de qualité »,
  - privilégier une approche par filière
  - créer des synergies et des collaborations entre communes : l'initiative du syndicat intercommunal (SIVOM de Frontignan) est à faire connaître et à intégrer dans de futures expérimentations.

## 5. Perspectives et propositions

### 5.1 Informer –sensibiliser les différents publics

L'objectif stratégique est de « relocaliser » la consommation de produits de la mer locaux en s'appuyant sur les criées, les organisations professionnelles mais également tous les partenaires du Galpa.

Objectifs opérationnels	Moyens
<b>Faire connaître les espèces et leurs modes de pêche</b>	Développer des outils pour expliquer : <ul style="list-style-type: none"><li>- La saisonnalité,</li><li>- Les techniques de pêche et les modes de gestion mis en place par les pêcheurs</li><li>- Les modalités de cuisine des produits (recettes simples, modes de cuisson ...)</li></ul>
sur les sites de production et de commercialisation (criées)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investir sous les bâtiments des criées pour faciliter l'accès au public,</li><li>• Développer des outils de sensibilisation et d'information sous les criées en fonction des différentes cibles : scolaires, résidents, touristes de passage...</li><li>• Engager une stratégie de communication pour faire connaître les sites et accroître le nombre de visiteurs,</li><li>• Faire découvrir et déguster les produits sur place,</li><li>• Transmettre de l'information sur les lieux où il est possible d'acheter et de déguster des produits locaux (poissonneries, restaurants, épiceries...)</li></ul>
dans les écoles, collèges, lycées, centres de vacances	Proposer des outils pédagogiques et des animations : utiliser en priorité les outils déjà existants (ex. Ancre des savoirs, Clips Ardam, films des organisations professionnelles et du Cepralmar...)
dans les salons spécialisés	Proposer des outils pédagogiques existants dans les salons régionaux type REGAL ou nationaux (Salon de l'agriculture)
dans les métropoles régionales	Mettre à l'honneur les produits de la mer dans des opérations de grande ampleur de type « Toulouse à table », « le Grand Banquet » (sur la place du Capitole), « Journées du patrimoine culinaire » en lien avec Irqualim et Sud de France
dans les poissonneries	Mobiliser les outils mutualisés du réseau de poissonniers indépendants de la SCAPP (commandes groupées et communication) pour valoriser les espèces méconnues mais débarquées en quantités suffisantes et transmettre régulièrement des informations pour promouvoir ces espèces (noisette de mer)
dans les restaurants	Faire déguster les espèces locales méconnues Promouvoir les restaurants qui achètent du poisson local sur les sites institutionnels du territoire avec des marques, logos, inscription sur des « routes des produits de la mer »

<b>Objectifs opérationnels</b>	<b>Moyens</b>
<b>Faire connaître le travail des différentes espèces et les modes d'accommodation</b>	<p>Public cible : opérateurs de la restauration collective, cuisiniers, élus locaux, gestionnaires,</p> <p>Partenaires : Lycée de la mer, CFA, CNFPT ...</p> <p>Elaborer des recettes avec des spécialistes</p> <p>Organiser des formations / ateliers de mise en pratique pour réaliser ces recettes en ateliers et si possible, tester ces recettes en conditions réelles (cantines scolaires)</p>
<b>Sensibiliser aux exigences de la restauration collective</b>	<p>Publics cibles : Elus et gestionnaires, Producteurs (criées, OP), entreprises de transformation locales</p> <p>Organiser des rencontres et des formations dans les communes pour expliquer les procédures et contraintes de la restauration collective</p>

En complément de ces démarches, d'autres opérations de communication et de sensibilisation permettront de faire connaître les métiers aux différents publics en mobilisant les organisations professionnelles, lycée de la mer, éducateurs / animateurs spécialisés (associations) :

- sur les sites de production : visites
- dans les collèges (orientation en 5<sup>ème</sup>) et les écoles spécialisées (ex. formations aquacoles)
- dans les salons spécialisés (salons de l'étudiant...)

Des outils ont été développés au cours des dernières années par le lycée de la mer, les organisations professionnelles, le Cedralmar et le CPIE (dans le cadre du projet DLAL FEAMP « Ancre des savoirs »). Ils sont recensés sur le centre de ressource en ligne <https://ancredessavoirs.fr/?Accueil>. Ils s'adressent à des publics de toutes classes d'âge pour des animations dans des lieux variés : écoles, collèges, centres de loisirs, mais aussi grand public dans les « salons généralistes » (type REGAL, salon de l'agriculture ...).

La criée du Grau d'Agde a également mis en place avec les animatrices du Belvédère (<https://www.crieeagde.com/>), des actions de sensibilisation aux produits de la mer, en collaboration avec l'OP du Sud. Des financements sont proposés dans le cadre du Plan de production et de commercialisation de l'OP du Sud. (Nb : ces plans imposés par l'Union européenne assurent une gestion collective des activités menées par les producteurs et permettent aux organisations d'adopter des mesures adaptées à leurs objectifs).

Ces animations sont à relier si possible avec la dégustation de produits locaux, en particulier au travers de collaboration avec les acteurs de la restauration collective dans les cantines scolaires.

Les éléments d'information dispensés au travers des différents outils sont à valider préalablement avec les organisations professionnelles : des rencontres / formations sont à prévoir pour les animateurs mobilisés dans l'interface avec le grand public, afin qu'ils puissent connaître l'ensemble de la filière, dans sa dynamique comme dans ses difficultés, et transmettre des informations fiables, illustrées, argumentées. Ce type de formation pourrait être financé dans le cadre du DLAL FEAMPA.

Au-delà du partage d'information sur les espèces, la question est, pour les consommateurs dument sensibilisés, de pouvoir accéder aisément à ces produits. Il est donc essentiel de mobiliser des partenaires de l'aval de la filière, de lancer une réflexion sur la logistique, de proposer des mutualisations avec les produits agricoles sur certaines plateformes et de lancer une véritable dynamique territoriale autour de la mise à disposition de produits de la mer locaux, issus de la pêche ou de l'aquaculture.

## 5.2 Rapprocher les producteurs de l'aval des filières et construire des réseaux

L'objectif stratégique est de faciliter l'accès aux produits de la mer au plus grand nombre d'opérateurs de l'aval des filières.

Objectifs opérationnels	Moyens
Regrouper l'offre de produits de la mer sous des plateformes	<p>Mettre en place des plateformes d'approvisionnement sous les Marchés d'intérêt nationaux (MIN) de Montpellier et de Toulouse pour capter les marchés citadins (restauration commerciale, poissonneries, traiteurs)</p> <p>Engager des partenariats avec des plateformes existantes ou en cours de structuration pour les produits agricoles (ex. SICA du Carroux, plateforme « bio » du Pays Cœur d'Hérault) pour approvisionner les arrière-pays</p> <p>Equiper spécifiquement ces plateformes en outils dédiés aux produits de la mer (chambres froides, machines à glace)</p>
Acheminer les produits des lieux de débarquement vers les plateformes	<p>Identifier un ou des opérateur(s) intermédiaire(s) si possible mareyeur(s) pour acheminer le poisson des criées vers les plateformes et en assurer la responsabilité commerciale</p> <p>Mettre en place des contrats entre les criées et un acheteur spécifique (coopérative ou mareyeur) chargé du transport des produits sous les plateformes</p>
Mutualiser des services avec les produits agricoles	<p>Proposer des services de facturation et de logistique communs aux produits de la mer et aux produits agricoles au sein des plateformes, sur le modèle des initiatives « Produit sur son 3 »<sup>1</sup> ou producteurs d'Occitanie</p>
Développer la demande de la restauration commerciale	<p>Mobiliser les restaurateurs autour de démarches de promotion des produits locaux coordonnées par les intercommunalités : « restaurateurs engagés »</p> <p>Créer du lien avec des réseaux de restaurateurs déjà structurés (Les Toqués du Bocal, les Toqués d'Oc...)</p> <p>Rechercher des parrains ou marraines des produits de la mer chez les restaurateurs étoilés de la région</p>
Développer la demande de la restauration collective	<p>Créer des réseaux de cuisiniers sensibilisés au travail des produits de la mer locaux et organiser des rencontres régulières,</p> <p>Mobiliser des acteurs nationaux pour faire connaître les pratiques d'autres territoires : association 1plusBio, collectif « les pieds dans le plat », ...</p> <p>Créer avec les opérateurs de la restauration collective et les opérateurs des filières maritimes un groupe de travail dédié aux produits de la mer à l'échelle locale</p>

La commercialisation des produits se heurte toutefois à la diminution régulière et à l'irrégularité des débarquements. Face à ce constat, des réflexions sont engagées pour conserver des produits vivants et réguler ainsi leur mise en marché, mais également pour les transformer.

### 5.3 Proposer de nouveaux produits

L'objectif stratégique est de diminuer l'irrégularité des approvisionnements en produits de la mer en maintenant des produits vivants pour étaler la période de commercialisation ou de transformer ces produits pour accroître leur DLC. Cette transformation peut recouvrir des formats variés en fonction des consommateurs cibles : i) Filets de poisson, prêts à cuire, congelés ii) conserves iii) produits traiteurs.

Objectifs opérationnels	Moyens
<b>Maintenir des produits vivants (poissons, coquillages)</b>	Capitaliser sur les études de faisabilité des projets VALDORA et NAMUR (DLAL FEAMP) et déployer les aménagements préconisés Rechercher des débouchés spécifiques pour le poisson vivant
<b>Organiser la transformation des produits de la mer</b>	
Contractualiser avec des industriels transformateurs	Identifier les produits répondant aux besoins des consommateurs Réaliser des recettes et les tester auprès de panels de consommateurs Mettre en place des conventions de partenariats ou de prestation de transformation avec des entreprises locales Structurer un réseau de distribution des produits transformés
Créer des ateliers de transformation	Redynamiser l'atelier de transformation réalisé dans le cadre du projet SAS Brise de Terre sous la criée du Grau d'Agde (DLAL FEAMP) Réfléchir à des statuts permettant la prise de participation de collectivités dans le capital d'une entreprise de transformation (contrats de partenariats, sociétés à capitaux publics, sociétés publiques locales ...°) Accompagner la mutualisation d'équipements et de personnel pour des ateliers de transformation associant produits de la terre et de la mer Travailler sur la complémentarité entre débouchés sans spécialiser les ateliers sur la restauration collective (sur le modèle de l'initiative viande du CD64)
Accompagner les pêcheurs et conchyliculteurs vers la transformation de leurs propres produits	Former des producteurs : valoriser le référentiel de formation établi par le Lycée de la mer Paul Bousquet (DLAL FEAMP) permettant aux producteurs ou à leurs collaborateurs.trices, de disposer d'éléments concrets, techniques et juridiques pour diversifier leur activité vers la transformation. Accompagner les producteurs vers une évolution de leur activité et la création d'une entreprise dédiée à la transformation Soutenir l'aménagement d'ateliers de transformation adossés à une entreprise de production
<b>Structurer une contractualisation entre entreprises de transformation et opérateurs de la restauration collective</b>	Construire et valider juridiquement des contrats d'engagement pour les entreprises locales de transformation des produits de la mer ciblées sur la restauration collective Créer un groupe de travail dédié aux produits de la mer à l'échelle locale

## 5.2.1. Maintenir vivants des poissons et des coquillages

### Exemple de la criée de Quiberon

En 2015, la criée de Quiberon, criée municipale, est la première en France à se lancer dans la vente de poisson vivant, pêché par des fileyeurs et ligneurs, autour de Belle Ile, Houat et Hoedic. En 2018, sur 1400 tonnes débarquées, la criée a vendu 7,4 tonnes de poisson vivant, bar, turbot, daurade ou encore lotte, principalement à destination des restaurants étoilés et des restaurants japonais à Paris qui pratiquent l'Ikejime, technique ancestrale d'abattage, qui consiste à neutraliser le système nerveux du poisson avant de le saigner.

Le développement se prolonge en 2021 avec la décision de la municipalité de Quiberon d'installer de nouveaux viviers ainsi qu'un atelier dédié à l'Ikejime (cout 110 000 € sur un projet global de modernisation de la criée de 240 000 € HT).

Nouvelle étape en juillet 2022 avec l'inauguration des 10 nouveaux viviers et de l'atelier dédié à l'Ikejime, avec un objectif de vente de 10 tonnes de vente de poisson vivant par an.

### Exemples de projets sur le territoire du Galpa « Thau et sa bande côtière » : quelles suites à donner ?

	Poissons ex. dorade, projet VALDORA	Coquillages, nasses et murex, projet NAMUR
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-renforcer le prix de vente en conservant une partie des dorades vivantes entre la dévalaison (oct. nov.) et les fêtes de fin d'année :</li> <li>-permettre aux professionnels de mieux vendre sans augmenter l'effort de pêche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-gérer durablement la ressource en stabilisant les marchés et ainsi éviter une surexploitation des stocks tout en garantissant un revenu stable pour les pêcheurs.</li> <li>- envisager la création d'une unité de stabulation à terre sur le site de la criée d'Agde afin de permettre aux professionnels de stoker les murex et les nasses.</li> </ul>
<b>Actions engagées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modification des engins de pêche pour conserver et transférer dans des bassins à terre les dorades et pêche par des professionnels à l'aide de capéchades posées dans la lagune de Thau en octobre-novembre,</li> <li>- analyse du comportement de la dorade lors de la capture et du transfert.</li> <li>- mise au point d'un système de transfert non traumatisant pour les individus et du système de conservation en vivier.</li> <li>- suivi de la qualité des cheptels suivant qu'ils soient nourris ou non et comparaison avec la qualité de la dorade d'octobre (Ifremer).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- expérimentations permettant de définir et d'évaluer les différents facteurs zootechniques permettant de dimensionner des structures de stockage de murex et de nasses changeantes. (<i>station marine de Sète, OSU OREME</i>)</li> <li>- approche commerciale : identification et caractérisation des marchés destinataires - évaluation du potentiel de valorisation (criée d'Agde)</li> <li>- <b>dimensionnement</b> des structures de stockage, cout des investissements et du fonctionnement et implications administratives. (<i>Bureau d'étude Seaneo</i>)</li> </ul>
<b>Résultats obtenus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise au point de l'engin de pêche, réalisation d'un guide technique et modification réglementaire des engins,</li> <li>-travail réglementaire pour s'assurer du statut des dorades mises en bassin (aquaculture ou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Action 1 : Etudier le conditionnement de stockage des deux mollusques et définir des modalités de stockage des deux espèces</li> <li>Action 2 : Identifier et caractériser les marchés destinataires pour ces espèces stratégiques</li> </ul>

Poissons ex. dorade, projet VALDORA	Coquillages, nasses et murex, projet NAMUR
<p>pêche) et des conséquences sur la structure à terre,</p> <p>- étude économique estimant la rentabilité de l'opération : des dorades sauvages maintenues à jeun en vivier pendant 40 jours avec une perte de poids estimée à 3,5 %, prix de vente de la dorade en fonction des classes de taille : en octobre, de 5,2 à 14.4 €/kg vs en décembre : de 10,5 à 30 €/kg</p>	<p>que sont le murex et la nasse. Définir si le marché peut supporter la commercialisation des deux espèces en dehors des périodes déjà ciblées et sous quelles conditions économiques pour en assurer la viabilité économique.</p> <p>Action 3 : Effectuer le dimensionnement technique et financier d'une unité de stockage (plusieurs scenarii)</p>
<p><b>Perspectives</b> Ikejime</p>	<p>construction de bassins et d'installations de stockage des murex et nasses</p>

## 5.2.2. Organiser la transformation

### -Des ateliers organisés dans le cadre de la construction du Projet alimentaire de territoire

Une concertation des acteurs agricoles et alimentaires du territoire a eu lieu dans le cadre du PAT en émergence entre le printemps 2022 et le printemps 2023. Elle visait à identifier les besoins principaux du territoire en termes d'alimentation durable. Elle a permis de mobiliser les acteurs et de les mettre en réseau pour créer des connexions et faciliter la mutualisation de projets communs.

La concertation a été organisée autour de 4 commissions thématiques reflétant les 4 axes du PAT. Chaque commission s'est réunie trois fois et a permis aux participants d'établir un diagnostic pour chacune des thématiques traitées, d'identifier les enjeux principaux puis de recenser les actions prioritaires à mettre en œuvre. La concertation a abouti à la rédaction d'un plan d'actions comportant 34 fiches-actions.

Une des commissions traitait de la "**structuration d'une chaîne alimentaire de territoire**", et en particulier de la création d'outils de transformation de produits de la terre et de la mer.

Les deux actions prioritaires retenues pour cette thématique sont :

- Lancer une étude-diagnostic des outils de transformation existants et des besoins, filière par filière
- Soutenir la création d'un plateau technique mutualisé de transformation et de formation

## ORGANISER LA TRANSFORMATION DES PRODUITS DE LA TERRE ET DE LA MER

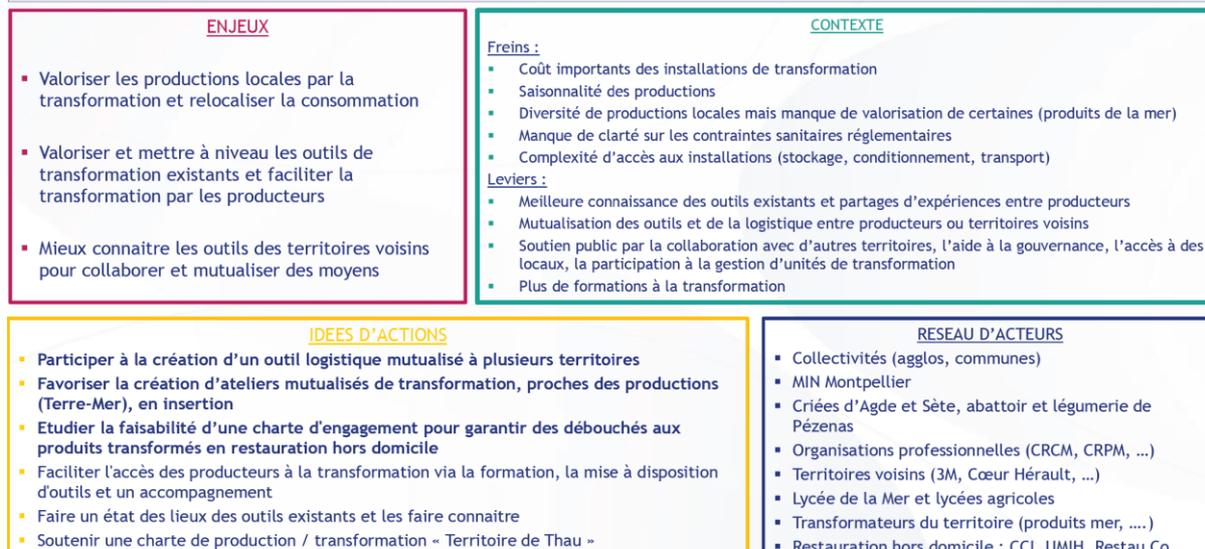


Figure 25 : Résultat d'un atelier du PAT Sète Agde Méditerranée autour de la transformation des produits

En parallèle à ces projets, un référentiel de formation a été établi par le lycée de la mer afin de permettre aux producteurs qui le souhaitent ou à leurs collaborateurs.trices, de disposer d'éléments concrets – techniques ou juridiques – pour diversifier leur activité vers la transformation.

## 5.4 Contractualiser avec la restauration collective publique

Aujourd'hui, on assiste à une véritable évolution dans le domaine de la restauration collective publique.

Les prestataires opérant dans les communes du territoire (Sodexo, Api, SHCB) changent peu à peu leur manière d'appréhender leurs approvisionnements et sont de plus en plus sensibles aux injonctions des élus locaux, qui disposent d'un rôle majeur. Ils peuvent essayer dans d'autres collectivités suite à une opération qui s'est bien passée (ex. suite au succès du poisson local dans les cantines d'Agde, le prestataire a déployé l'aliment sur une autre ville, Béziers).

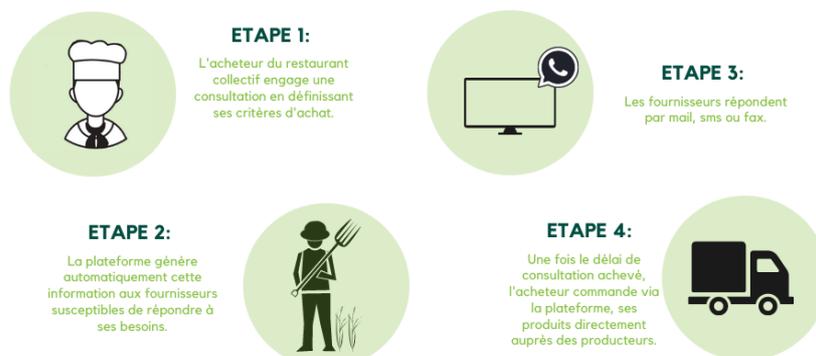
Des acteurs « autonomes » en matière d'approvisionnement sont intéressés par des produits de la mer locaux et l'ont réaffirmé dans les enquêtes et ateliers : Lycée de la mer Paul Bousquet, lycées agricoles (Pézenas), centres de vacances (sur le territoire du PETR Vidourle-Camargue), école de mer des Glénans...

Au sein des collectivités locales, le travail en régie s'effectue déjà dans certaines cuisines centrales du territoire (SIVOM de Frontignan, commune de Pinet) et est envisagé par de nouvelles communes : Vias, Agde.

La Métropole de Montpellier Méditerranée a mis en place depuis plusieurs années une stratégie favorisant l'approvisionnement local de la ville, en particulier de la restauration collective scolaire avec 12 000 repas quotidiens au sein de ses 31 communes. Un groupe de travail dédié à la restauration collective s'est récemment intéressé à l'approvisionnement en produits de la mer.

L'engagement des collectivités territoriales Département (collèges) et Région (lycées) se développe.

Plateforme nationale déclinée dans l'Hérault, l'outil en ligne « Agrilocal » encourage les circuits courts de proximité et organise une liaison directe entre acheteurs publics (voire privés) et fournisseurs d'un même bassin de vie.



En Région Occitanie<sup>11</sup>, la plateforme Occit'Alim est une « place de marché en ligne » à destination des acheteurs de la restauration collective publique régionale. Elle propose des catalogues recensant les fournisseurs et produits d'Occitanie (dont les produits de la mer proposés par l'entreprise Coté Fish du Grau du Roi) mais également des guides pratiques tant pour les fournisseurs désireux de travailler avec la restauration collective publique que pour les acheteurs publics : cahier des clauses techniques particulières (CCTP) générique et cadres de réponse technique (CRT) élaborés par filière.

Les propositions ci-dessous peuvent se décliner dans des stratégies adaptées d'une part aux opérateurs nationaux de la restauration collective, d'autre part, aux cuisines autonomes (en régie)

<sup>11</sup><https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/le-conseil-regional-accompagne-la-restauration-collective-dans-la-transition-a5410.html>, <https://www.laregion.fr/Occitanie-dans-mon-assiette>

Objectifs opérationnels	Moyens
Répondre aux exigences « produits de la mer » des sociétés de restauration collective	<p>Réviser <b>localement</b> le « guide d'achat des espèces » en affinant l'expertise sur les ressources locales et en validant avec les services « achats »</p> <p>Sensibiliser les collaborateurs locaux de ces opérateurs</p>
Mobiliser les élus locaux et les gestionnaires communaux	Mettre en place des ateliers dédiés aux élus locaux et aux gestionnaires pour faire évoluer leurs relations avec leurs fournisseurs en RHD
Mobiliser le personnel des cuisines en régie du territoire	<p>Travailler avec des chefs de la restauration collective sur des <b>recettes</b> transposables d'une saison à l'autre, avec des espèces différentes mais substituables, afin de rassurer les chefs (ex. parmentier de poisson)</p> <p>Décliner la conception de « <b>pack</b> » de plusieurs espèces de poisson en identifiant quelles espèces peuvent s'associer dans des préparations et comment</p> <p>Informers sur la <b>saisonnalité</b> des poissons et proposer « <b>le poisson du jour</b> », sans citer l'espèce, sur le modèle de « fruit de saison »</p> <p>Proposer des recettes associant produits de la mer locaux et légumes locaux</p>
Accompagner les communes dans leurs procédures de marchés publics pour l'approvisionnement de leurs cantines	<p>Mobiliser un juriste spécialisé dans les marchés publics pour valider les cahiers des charges favorisant les produits locaux,</p> <p>Identifier les dérogations possibles pour qu'un petit producteur puisse répondre à des appels d'offre publics (contrats de proximités, conditions sur la fraîcheur des produits ...)</p> <p>Accompagner <b>les gestionnaires</b> des collectivités dans le suivi et le contrôle de leurs prestataires</p>
Label « pêche durable »	Œuvrer à une véritable reconnaissance et une promotion du label « pêche durable » pour favoriser la place des produits de la mer locaux dans les cuisines centrales au regard des exigences de la loi EGAlim.
Contrats d'engagement pour les entreprises locales de transformation des produits de la mer	<p>Garantir des débouchés aux entreprises de transformation qui s'engagent dans la production à l'aide de procédures contractuelles à anticiper avec les commanditaires, intégrant les contraintes administratives et réglementaires : construire et valider juridiquement ces contrats d'engagement</p> <p>Créer un groupe de travail dédié aux produits de la mer à l'échelle locale</p> <p>Mobiliser le groupe de travail existant à l'échelle de Montpellier 3M avec les acheteurs de la restauration collective</p>
Partager les expériences	Stabiliser le groupe de travail « restauration collective et produits de la mer DLAL –PAT » pour partager les analyses et résultats d'expérimentation à l'échelle des littoraux français (projet Intergalpa)

## 5.5 Les cantines scolaires, une cible prioritaire

La part des aliments bio et locaux dans les cantines augmente progressivement. Il existe à ce jour de nombreuses **sources d'inspiration** pour un travail autour des cantines scolaires, qui toutefois ne concernent pas à ce jour les produits de la mer.

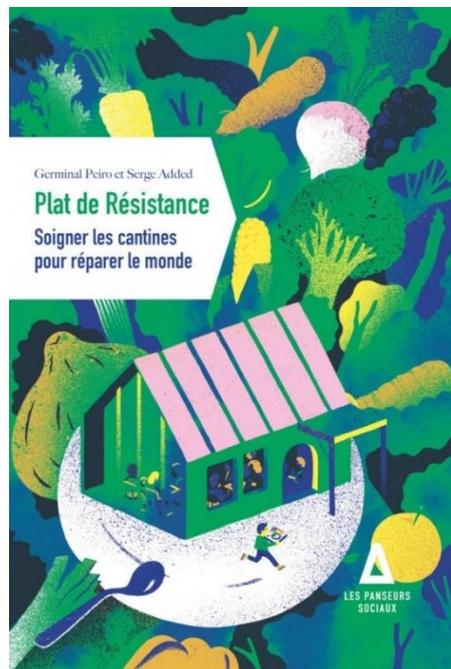
### Des partenaires au niveau national

L'Association 1plusBio est une association nationale impliquée dans le changement de pratiques alimentaires en restauration collective. Elle propose : un « club des territoires » qui recense et rassemble les collectivités locales les plus engagées dans la modification de leurs politiques alimentaires, un laboratoire de réflexions (« la Fabrique ») et un « observatoire des paysages alimentaires ».

Le collectif « les pieds dans le plat » vise à sensibiliser **les élus** à une approche sanitaire et socio-environnementale, faire travailler les **producteurs bio locaux**, valoriser le **travail de cuisinier**, **éduquer** les enfants (et les adultes) au goût et à l'alimentation durable. IL est adossé depuis 2021 à une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) « **Nourrir l'Avenir** » qui porte une activité économique de formation-accompagnement de transformation des cuisines.

D'autres réseaux sont également mobilisés : ainsi le réseau BRUDED<sup>12</sup> (Bretagne rurale et urbaine pour un développement durable) est un réseau d'échange d'expériences de développement local durable entre collectivités ; il réunit régulièrement élus et cuisiniers des communes engagées. Ces acteurs échangent sur les leviers et freins à leur développement en balayant tous les champs d'action : commande publique, groupement de commandes, coût de revient, réduction du gaspillage...

### Une expérience dans les collèges de Dordogne



L'ouvrage « Plat de Résistance, soigner les cantines pour réparer le monde » dresse le portrait de l'action du Conseil départemental de la Dordogne menée depuis 2015 en faveur du passage à une cuisine 100 % bio, de saison, locale et faite maison dans les collèges publics de la Dordogne dont il a la charge.

Des expériences similaires ont déjà eu lieu dans des communes françaises mais cet exemple à l'échelle d'un département est unique en France. Cela implique :

- une planification agricole à partir des besoins alimentaires (cela est également réalisé par Montpellier 3M à l'échelle de l'agglomération)
- des plates formes logistiques d'approvisionnement,
- de la formation des personnels,
- des investissements matériels
- de la sensibilisation / éducation des consommateurs
- une maîtrise des coûts

L'ensemble de ces dynamiques engagées au niveau national, associées aux constats établis sur le territoire du Galpa lors des enquêtes et ateliers, conduit à cibler la restauration scolaire pour engager une action ambitieuse autour de la valorisation des produits de la mer locaux.

<sup>12</sup> <https://www.bruded.fr/cantines-en-bio-et-local/>

## Proposition : vers un projet territorial autour des cantines scolaires

Objectifs opérationnels	Moyens
Promouvoir la consommation locale de produits de la mer et sensibiliser aux produits et métiers de la pêche	Mettre en place une réflexion de filière autour de la restauration collective en cantines scolaires, à l'échelle de 2 intercommunalités (SAM et CAHM), avec des actions concrètes, des expérimentations dans certaines cantines, et un comité de suivi – pilotage permettant de partager puis de diffuser les résultats de ces expériences
Disposer de produits pouvant répondre aux besoins de la restauration collective	Contractualiser avec les entreprises susceptibles de transformer et commercialiser en particulier des espèces actuellement méconnues, mal-aimées, avec un faible indice de valorisation Réfléchir à des statuts permettant la prise de participation de collectivités dans le capital d'une entreprise de transformation (contrats de partenariats, sociétés à capitaux publics, sociétés publiques locales ...°)
Proposer des produits de la mer locaux dans les cantines scolaires du territoire	Mobiliser les élus locaux et leurs équipes municipales lors d'ateliers de formation / information dédiés (et conviviaux) Former les gestionnaires des cantines scolaires et mettre à leur disposition des outils et procédures d'achats simplifiés
Sensibiliser les cuisiniers à la valorisation de produits de la mer locaux	Organiser des ateliers techniques, en lien avec le lycée de la mer, les centres de formation des apprentis (CFA) locaux, Se rapprocher du CNFPT pour créer (ou adapter) des formations sur le travail des produits de la mer locaux, Réaliser des recettes originales, répondant aux cahiers des charges des cantines, Créer un réseau local de « cuisiniers engagés »
Mettre à disposition des enseignants et des élèves des outils de sensibilisation et d'animation autour des thèmes liés aux produits de la mer, à l'environnement littoral, aux métiers de la pêche et de la conchyliculture	Définir et créer (ou adapter) des outils dédiés Concevoir des animations pour faire connaître les espèces et les métiers aux différentes classes d'âge Former les acteurs de l'éducation : enseignants, assistances maternelles Former et mobiliser des animateurs.trices spécialisés
Capitaliser sur les expériences locales d'introduction de produits de la mer dans les cantines scolaires	Lancer une réflexion nationale en associant animateurs.trices DLAL FEAMPA et animateurs.trices PAT pour définir des stratégies et des actions communes



**Béatrice PARY**

Animation DLAL FEAMPA

b.pary@smbt.fr

**Syndicat mixte du bassin de Thau**

328 quai des Moulins - 34200 Sète

Tél. 04 67 74 61 60

contact@smbt.fr

[www.smbt.fr](http://www.smbt.fr)   



**Syndicat Mixte  
du Bassin de Thau**