

CANTINES

Un marché
en croissance
à apprivoiser

La restauration collective, certes bousculée en 2020, représente un marché porteur. Des producteurs lancés sur ce créneau depuis plusieurs années témoignent.

Évidemment, 2020 aura été une année compliquée pour la restauration collective. L'activité du secteur a été brusquement stoppée en mars, avant de faiblement redémarrer pendant l'été. Mais depuis septembre, les signaux sont repartis au vert. Avec quelque 3 milliards de repas servis annuellement, ce marché reste porteur. Très porteur, vu l'appétit grandissant des cantines, notamment publiques, pour le local. En plus d'offrir (en principe) un débouché régulier et important, ce marché est « gratifiant et rémunérateur », témoignent les producteurs rencontrés. Mais il faut l'apprivoiser. Des petites écoles aux grandes universités, des restaurants d'entreprises aux hôpitaux, en gestion directe ou concédée à une société de restauration..., chaque établissement a son mode de fonctionnement et ses exigences. Certaines sont communes : qualité sanitaire irréprochable, régularité et rigueur tant sur la quantité et la qualité que sur les horaires de livraison. Selon les cas, des contraintes supplémentaires peuvent s'y greffer : besoin ou non d'un agrément sanitaire (pour les denrées d'origine animale), livraison de légumes bruts ou

épluchés, lavés et prêts à cuisiner, marchés plus ou moins formalisés... Pour y répondre, les producteurs ont plusieurs options. Certains, comme le Gaec du Wern (lire page 46), se contentent de livrer en direct une cantine des environs. Vincent et Céline Quéniat, eux, ont choisi de se professionnaliser dans la restauration collective et de créer une SARL dédiée à la transformation et à la vente (page 47). Le couple assume lui-même les livraisons et les formalités administratives pour rester en contact direct avec les clients. D'autres, comme Denis Chardon (page 49), se regroupent au sein d'une structure intermédiaire qui centralise les commandes, optimise les tournées et gère l'administratif.

Quel que soit leur modèle, tous sont fiers de nourrir les enfants ou les personnes âgées de leur village ou de leur département. Sans toutefois mettre tous leurs œufs dans le même panier. Outre certains à-coups prévisibles, liés aux vacances scolaires par exemple, 2020 a montré qu'une interruption brutale des commandes peut aussi exceptionnellement se produire. **BÉRENGÈRE LAFFUILLE**

Du « local » servi à la cantine

La cantine de Ploubezre, dans les Côtes-d'Armor, travaille en direct avec les producteurs locaux, qui fournissent 70 % de l'approvisionnement.

Le jour des frites à la cantine, les écoliers de Ploubezre laissent éclater bruyamment leur joie. Le reste du temps, il paraît qu'ils sont plus calmes... Mais ils ne boudent pas non plus leur assiette. « C'est meilleur qu'à la maison », avoue même une élève. Sa copine abonde : « À la maison, on mange des choses qu'on achète, alors qu'ici, il y a beaucoup de légumes et c'est souvent bio. » En plus, ça vient la plupart du temps d'à côté... Il suffit de regarder, sur la carte affichée au mur, l'origine des principales denrées. Du frais et du local, voilà le credo de Manuel Desbois, responsable du restaurant scolaire depuis 2011. « Quand je suis arrivé, les élus voulaient du bio. J'ai souhaité commencer par du local. » À l'époque, la cantine, qui sert 240 repas par jour, faisait partie d'un gros groupe-

ment d'achat. « J'ai demandé à sortir de cette usine à gaz pour passer en gestion directe. Vu nos volumes modestes, nous ne sommes pas contraints par le code des marchés publics. Autant utiliser cette souplesse pour travailler avec les producteurs locaux. » Les règles de publicité et de mise en concurrence imposées aux acheteurs publics ne s'appliquent, en effet, que pour les marchés de plus de 40 000 €.

Portraits d'agriculteurs

Benoît et Isabelle Allain, producteurs et transformateurs de lait bio à 1 km de l'école, ont été les premiers fournisseurs recrutés. « Je les ai rencontrés quand ils ont organisé un petit déjeuner à la ferme, raconte Manuel Desbois. Ils m'ont donné les coordonnées d'autres producteurs, que j'ai appelés et rencontrés. » Aujourd'hui, les portraits de ces agriculteurs, photographiés au sein de leur ferme, ornent la salle de déjeuner des élèves. Seuls quelques-uns ne travaillent plus avec la cantine, à cause de délais de livraison trop longs ou de problèmes récurrents de qualité. Tous les lundis, le responsable de la cantine appelle ses fournisseurs. « Ils ont une semaine pour préparer la com-

mande. Ils me livrent le vendredi ou le lundi matin. En cas d'aléa, ils m'appellent : je me rabats sur un grossiste. » L'approvisionnement est local à 70 % (en valeur) et bio à 20 %. Le tout avec un coût de matières premières maîtrisé et stable depuis dix ans : 1,65 € par repas (sur un coût total de 8 €, facturé 3 € aux familles). « Les légumes nous coûtent moins cher en bio local qu'en conventionnel, car on les achète crus et les cuisine ici, souligne Manuel Desbois. Il est donc indispensable d'avoir une légumerie. On achète la betteraves bio crues et on les cuit nous-mêmes, on fait des macédoines 100 % bio et maison avec des légumes frais... C'est plus de travail, mais c'est plus valorisant ! » La cantine ne sert « rien d'industriel ». Surtout pas dans le repas végétarien hebdomadaire. Le cuisinier ne « voit aucun intérêt à donner de la fausse viande » et préfère cuisiner des couscous et des lasagnes aux légumes. Même politique pour les desserts : les entremets sont faits maison avec le lait cru du Gaec voisin, et les rares desserts transformés (yaourts aromatisés, glaces) viennent de producteurs fermiers. « Par contre, je ne sers pas de viande bio : l'écart de prix avec le conventionnel

REPÈRES

La restauration collective sert environ 3 milliards de repas par an, dont plus de la moitié en gestion directe. Le coût moyen des denrées, estimé par le réseau Agores (restauration collective publique territoriale) en 2016, était compris entre 1,5 et 2 € par repas. Plus récent, mais portant sur un échantillon, un sondage de la fondation Nicolas-Hulot en 2019 donnait un coût de denrée moyen de 2,07 € par repas, sur un coût global du repas de 6,07 €.

est trop grand, regrette Manuel Desbois. J'essaie d'adapter les recettes, de cuire à basse température et de lutter contre le gaspillage, actuellement 60 g par assiette. Mais pour avoir du bio français, les élus devront augmenter le budget ! »

Le prix de la qualité

Pour Benoît et Isabelle Allain, du Gaec du Wern, « c'est une évidence que les enfants à la cantine doivent manger des produits de qualité et locaux ». Mais ils n'ont pas toujours été bio. « La ferme a fait sa mutation doucement, quand on a décidé de produire des choses qu'on aurait envie de manger », expliquent-ils. La ferme conventionnelle avec de la « volaille industrielle » s'est transformée en élevage laitier bio herbager, avec 48 vaches de race locale sur 68 ha, en monotraite. Toute la production (100 000 l) est vendue en direct. « La restauration collective n'est pas notre cœur de métier, note Benoît Allain. Ce ne serait pas rentable de livrer des petites cantines à 20 km, et on n'est pas taillés pour livrer les grosses qui consomment en une fois ce qu'on produit en une semaine. Or, on veut limiter notre production pour garder la même qualité. » Une qualité reconnue : pour acheter le beurre du Gaec du Wern, il faut réserver et les clients sont rationnés : une plaquette par foyer par semaine. « La restauration collective est une aventure humaine, reprend le producteur. Il faut des élus volontaires, et surtout un cuisinier et gérant motivé qui s'adapte à nos produits. » C'est ce que fait Manuel Desbois. « Je ne discute jamais les prix, assure-t-il. Là, à 0,98 €/l de lait cru entier bio, je m'y retrouve sur la qualité. Ce lait est tellement riche que je fais de la crème brûlée sans ajouter de crème ! »



Céline et Vincent Quéniat, SARL Du foin dans les sabots, à Guerlesquin (Finistère)

« L'administratif, ça s'apprivoise »

« Depuis le départ, nous nous sommes calés sur les exigences de la restauration collective. Notre force est de n'avoir pas peur des contraintes sanitaires ni administratives », sourit Vincent Quéniat. La SARL Du foin dans les sabots, créée avec sa femme en 2014, fournit 45 cantines dans un rayon de 40 km. « La SARL achète 90 000 l de lait bio à mon frère, installé tout près, qu'elle transforme et écoule en majorité dans la restauration collective. De mon côté, je suis aussi installé en élevage bio. Je sors 105 porcs et 5 000 poulets par an, transformés par un sous-traitant et commercialisés par la SARL, surtout dans notre magasin et sur les marchés. Le fonctionnement global est très cohérent. Par exemple l'été, quand la plupart des cantines sont fermées, correspond au creux de production chez mon frère qui est en vèlages groupés d'automne. Mais les trois structures sont indépendantes et chacune est rentable par elle-même. » Ils ont dès le départ investi 200 000 € dans un labo de transformation agréé CE. Sans les aides européennes du Feader, car la SARL n'a pas de statut agricole. « Deux ans plus tard, nous avons pu racheter 50 000 € de matériel car nous avions sécurisé un contrat avec un gros groupement d'achat. En plus de nous assurer un volume de commandes autour de 20 000 € par an, cela nous donnait du crédit pour démarcher d'autres cantines. Les gérants sont rassurés quand ils savent qu'on fournit un lycée qui sert 3 000 repas par jour ! » Il n'y a pas de stock. Les cantines passent commande en fin de semaine, tout est transformé et livré la semaine suivante. « Il faut être très rigoureux pour ne pas dégrader l'image des circuits courts auprès des restaurateurs. Tout doit être livré entre 6 h 30 et 11 h. Même si c'est contraignant, je ne veux pas déléguer : je tiens à garder ce lien étroit avec tous nos clients. » Autre aspect chronophage : l'administratif. « Pour les gros marchés, il faut se farcir des appels d'offres très formalisés. On a également 60 à 70 factures par mois à déposer sur Chorus pro (1). Et on doit respecter une traçabilité parfaite. Ces tâches peuvent faire peur mais ce n'est pas sorcier : il faut les apprivoiser ! »

(1) Logiciel de facturation pour les marchés publics.

Les photos des producteurs locaux ornent les murs de la cantine de Ploubezre.



C'est lors d'un petit déjeuner à la ferme organisé par Benoît Allain (à d.), que celui-ci a été « recruté » par le responsable de cantine, Manuel Desbois.



DOSSIER



Aline De Bast souhaite développer ses ventes à la restauration collective afin de passer moins de temps sur les marchés.

Photos: B. Lefeville



En viande bovine, la difficulté est de valoriser la carcasse entière, explique Laurence Henriot, qui espère trouver de nouveaux acheteurs via Agrilocal.

Recourir à un intermédiaire virtuel

La plateforme en ligne Agrilocal, gratuite, permet de répondre facilement aux demandes des restaurants collectifs. Cela, sans remplacer les contacts humains.

Mercredi 7 octobre, à Dijon, les fournisseurs et les acheteurs de la restauration collective de Côte-d'Or avaient rendez-vous. Pour ces troisièmes « rencontres Agrilocal21 », plus d'une trentaine de producteurs – agriculteurs ou artisans – étaient présents pour faire découvrir leurs spécialités. Leur point commun : tous sont installés dans le département de la Côte-d'Or et inscrits, en tant que fournisseurs, sur la plateforme virtuelle Agrilocal. Cet outil gratuit, développé par l'asso-

ciation nationale Agrilocal, est déployé à ce jour dans 36 départements. Il permet de faire le lien entre les acheteurs de la restauration collective et les fournisseurs potentiels. Les premiers publient leurs commandes sur le site, les seconds répondent aux marchés qui les intéressent et livrent les commandes une fois la transaction confirmée (1). « Agrilocal n'est pas un supermarché où l'on trouve de tout ! La plate-forme valorise les filières bien représentées dans le département : lait, viande, fruits et légumes », précise Gérard Mignerot, au conseil départemental. En Côte-d'Or, l'outil totalise quelque 600 commandes pour 80 000 € de chiffre d'affaires en deux ans, mais continue à monter en puissance. « Comme tout le monde, on a subi un coup d'arrêt en mars, suivi des vacances d'été. Mais cela redémarre très bien depuis la rentrée. » En complément de la plateforme virtuelle, des rencontres en chair et en os sont organisées. Derrière une sélection de fromages de chèvre, Aline De Bast est venue pour se faire connaître des acheteurs. À la tête d'un élevage de 200 chèvres alpines, elle

vend l'essentiel de sa production à la ferme et sur les marchés. Elle a commencé à livrer quelques collèges et lycées depuis presque quatre ans. « En temps normal, j'y écoule 15 à 20 % de ma production. Avec ou sans Agrilocal : certains établissements préfèrent passer en direct. De toute façon, j'ai toujours un échange par téléphone avant de préparer la commande. » Même si 2020 a été « un peu catastrophique », elle est sûre que ce marché est porteur.

Agrément ou dérogation

« J'ai des demandes d'établissements que je dois décliner car ils sont trop éloignés : j'ai assez de travail comme ça, sourit-elle. Mon but, en travaillant plus avec la restauration collective, est justement de faire moins de marchés pour me dégager du temps. Pas question de perdre ce temps en livraisons. » La réglementation sanitaire lui impose aussi des limites. Seuls les ateliers de production agréés CE peuvent vendre sans restrictions aux restaurants collectifs. Étant en dérogation à l'agrément, Aline ne peut vendre qu'à des cuisines

PLATEFORME RÉGIONALE BIO

Manger Bio en Bourgogne Franche-Comté est une association créée en 2019 regroupant des producteurs, des transformateurs et divers partenaires dont le réseau bio. « Les producteurs peuvent me contacter pour être référencés dans notre catalogue, explique Camille Kippeurt, animatrice de la structure. Je réponds aux marchés, j'organise les commandes et je fais la facturation. Une adhésion de 50 € est demandée aux agriculteurs, mais uniquement lorsque le service devient suffisamment intéressant, c'est-à-dire à partir de trois livraisons effectuées. »

non agréées, dans un rayon de 80 km, et une part limitée de sa production. Au-delà d'écouler des volumes, elle voit d'autres intérêts à travailler avec des cantines. D'abord, le plaisir de voir ses fromages servis au collège de son enfance. Ensuite, l'opportunité de « sensibiliser les lycéens au bien-manger », en recevant des classes deux fois par an.

Trouver des débouchés via Agrilocal

Quelques stands plus loin, Laurence Henriot espère, elle aussi, nouer de nouveaux contacts commerciaux. Le groupement d'éleveurs auquel elle adhère vend déjà deux bovins par mois à une société de restauration. Enfin, pas les bêtes entières : « Ils prennent 200 kg de bourguignon, 70 kg d'émincé et 35 kg de rosbif : on doit ensuite valoriser le reste de la carcasse. On espère trouver des débouchés via Agrilocal ! » Le repas végétarien à l'école n'inquiète pas cette éleveuse allaitante. « S'il est cuisiné de A à Z, c'est un repas équilibré qui permet de faire des économies. Avec ce budget, les chefs de cantine peuvent acheter de la bonne viande. Il y en a un qui, du coup, me prend à chaque fois 50 kg de faux-filet à 19 €/kg ! » Pour les autres produits de sa ferme en polyculture-élevage bio, elle souhaite développer les ventes aux cantines. « Mais je passe par la plateforme Manger Bio, en Bourgogne-Franche-Comté (lire l'encadré). Elle centralise l'offre des producteurs, ce qui simplifie la tâche pour les acheteurs, et s'occupe de l'administratif, ce qui nous soulage. »

(1) Lire aussi la FA du 04/09/2020, p. 74-75.

S'associer pour vendre

L'association ReColTer, dans l'Isère, permet aux producteurs de livrer la restauration collective sans s'encombrer des aspects administratifs.

Pour satisfaire l'appétit des cantines désireuses de menus plus locaux, des producteurs du territoire Rhône Pluriel (Rhône, Loire et Isère) ont créé ReColTer en 2010.

« On s'occupe de l'administratif, explique Agnès Reboux, la gérante. Je réponds aux marchés, organise les tournées des quatre chauffeurs et fais la facturation. J'envoie les commandes et les bons de livraison aux producteurs. Ils les préparent et les livrent sur notre plate-forme, où nos chauffeurs les récupèrent lors d'une tournée. On ne stocke pas : la marchandise est livrée aussitôt. » Avec trente à quarante producteurs adhérents, le chiffre d'affaires annuel frise le million d'euros (780 000 € cette année à cause du confinement). L'essentiel est réalisé avec la restauration collective, dont 68 % avec les cantines scolaires. « C'est une faiblesse, note Agnès Reboux. Nous perdons 68 % du chiffre d'affaires à chaque période de vacances, surtout en été. » Le modèle tient depuis dix ans... « Mais on a failli capoter il y a cinq ans », se rappelle Denis Chardon, président de l'association et maraîcher en EARL, qui réalise 30 % de son chiffre d'affaires avec ReColTer. « Depuis, on gère les dépenses avec plus de rigueur. » De la rigueur, il en faut aussi dans le respect

des horaires et des commandes. « Nous voulons avoir le professionnalisme des grands tout en restant à une échelle proche », résume Agnès Reboux.

QUALITÉ, CONFIANCE, PRIX

Pour garder cette proximité, ReColTer limite son catalogue. « On n'a pas vocation à vendre de tout mais les produits du territoire. » L'association n'est pas non plus à la recherche permanente de nouveaux clients. Les acheteurs trop éloignés, ou peu enclins à payer le prix de la qualité, sont éconduits. ReColTer peut se le permettre grâce à la fidélité de ses clients. « Elle repose sur trois points forts : la qualité des produits, la relation de confiance et les prix abordables », analyse la gérante.

Un même produit est payé au même prix à tous les producteurs, « car ils sont solidaires au sein de l'association », souligne-t-elle. « Ils fixent eux-mêmes ce tarif d'achat unique. Par contre, on a différents tarifs de vente. Notre marge moyenne annuelle est de 26 à 28 %, mais on marge plus auprès des restaurants que des cantines. » Les acheteurs s'y retrouvent dans le rapport qualité-prix. « Sur des salades livrées le lendemain de leur récolte, ou sur des poires livrées mûres à point, il n'y a aucune perte. Cela permet d'en demander un prix correct », observe Denis Chardon.

