



Région Centre

Le Président,

**Communication du Président du Conseil Régional
à la Séance Plénière
Réunion du 17 février 2011
«Manger sain, manger proche»**

Le rapport à l'alimentation fait souvent partie des éléments culturels forts et identitaires des pays à travers le monde. Les français sont très attachés à leur modèle qui les relie d'une part à la production agricole et au territoire, donc à leurs racines, et d'autre part à un certain art de vivre. Ces images renvoient nécessairement à une notion de qualité, associée à la fois aux propriétés des produits alimentaires, mais aussi, à la structuration de la journée à travers les repas, au rôle social de ce temps du repas.

Pour autant, la mondialisation des échanges, les évolutions des modes de consommation liés à l'éloignement de la distance domicile travail ou encore à l'éclatement de la structure familiale traditionnelle ont tendance à entraîner une remise en cause de ce modèle.

Or on peut penser qu'il a des conséquences positives sur la santé des français (14 % des adultes en France contre plus de 30% aux Etats-Unis présentent des problèmes d'obésité), mais aussi sur l'aménagement du territoire en permettant de préserver une agriculture locale forte.

La reconnaissance de ce modèle à travers son classement par l'UNESCO au patrimoine immatériel de l'humanité devrait permettre de le défendre. Pour autant il ne constitue qu'une étape. C'est pourquoi, il convient à travers des actions ciblées et cohérentes sur le territoire de contribuer d'une part à rendre plus concret ce modèle aux yeux du grand public et des consommateurs et d'autre part à en faire un véritable atout économique pour la région.

C'est dans cette voie que souhaite s'engager résolument la Région en élaborant en partenariat avec les agriculteurs, artisans, industriels, restaurateurs, responsables de restauration collectives, distributeurs et consommateurs, un programme visant à favoriser la consommation de produits sains et de proximité.

Les acquis, pour base du projet

La Région dispose à ce stade de plusieurs types d'outils sur lesquels elle peut s'appuyer pour proposer ce programme.

Le rapport du CESER (ex CESR) « la Région Centre : une région à croquer du paysage à l'assiette » identifiait en 2007 des leviers d'actions et notamment la réalisation de l'inventaire du patrimoine alimentaire de la région, la préservation de la biodiversité animale et végétale domestique, la création d'événements gastronomiques régionaux de nature à promouvoir les produits régionaux à plus grande échelle.

Depuis, le travail sur la biodiversité domestique a été engagé à travers le soutien à l'Union régionale des ressources génétiques du Berry et va être amplifié dans le cadre des politiques relatives à la biodiversité et à l'agriculture.

La mise en place de SelfOcentre, à titre expérimental permet de tester les capacités des uns et des autres à travailler sur l'approvisionnement en produits de saison et en produits locaux dans les cantines. Cette expérience est renforcée par un volet éducatif dans le cadre de l'opération lycéens citoyens. Enfin, la politique des CAP filières à travers l'opération menu saveur en partenariat avec la chambre régionale d'agriculture a permis une première fois de faire le lien avec les producteurs et distributeurs.

Le travail préparatoire et la création de la Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) SelfBio Centre pour un approvisionnement en produits bio de la région des restaurants scolaires a également été l'occasion d'associer des producteurs, des transformateurs mais aussi des collectivités, et des représentants des consommateurs et parents d'élèves autour d'objectifs et de valeurs communes.

L'inventaire du patrimoine alimentaire régional effectué par l'Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation sera remis officiellement à la Région sur son stand au salon international de l'agriculture le 22 février prochain.

La mise en place des Contrats Locaux d'Objectifs, puis des CAP filières et maintenant des projets de filières locales dans le domaine agricole, le travail mené avec les artisans dans le cadre de leur programme alimentaire sont également des bases solides sur lesquelles il est possible de prendre appui.

Consciente de la nécessité d'avancer dans le rassemblement de l'ensemble des initiatives autour d'une marque ou d'un concept commun de valorisation des produits, la Région a fait réaliser dans le courant de l'année 2010 une étude sur la démarche collective de promotion des produits alimentaires en région Centre par le cabinet Seve Conseil. Les conclusions de ce travail ont été partagées en comité de pilotage avec les partenaires professionnels.

Pour de nouvelles ambitions

C'est sur les bases de ces travaux et forte des expériences acquises ou en cours que la Région entend élaborer un certain nombre de propositions regroupées dans un programme qui pourrait être dénommé :

Mangez sain mangez proche, consommez les produits du jardin de la France.

Derrière ce slogan, il s'agit bien sûr de se retrouver avec les partenaires autour de valeurs fortes qui prennent appui sur les hommes (agriculteurs, artisans,...) et leur savoir faire respectueux de l'environnement et des conditions de travail, attentif au consommateur et à sa demande d'informations, sur les territoires et leur identité, sur le respect d'un juste prix permettant de rémunérer les acteurs de la filière en fonction de la valeur ajoutée qu'ils apportent mais en garantissant l'accès le plus large possible des consommateurs. Dans ce cadre, l'ambition partagée devra bien être de limiter le nombre d'intermédiaires et de rechercher un approvisionnement le plus local possible, dans une logique de proximité. Il est ainsi proposé de travailler autour de :

Trois Orientations

- **Favoriser le développement de produits locaux dans la restauration scolaire :**

En cohérence avec la démarche SelfOcentre entreprise dans les lycées, avec la mise en place de la SCIC SelfBio Centre, avec le travail pédagogique lancé dans le cadre de l'opération lycéens citoyens, il conviendra de travailler :

- avec «les clients» pour connaître leurs attentes (en terme d'identification de ces produits, de besoins qualitatifs et quantitatifs, de communication).
- avec les grossistes (distributeurs) pour les inciter à identifier les produits qui viennent de la région et qui répondent aux valeurs communes.

- avec les filières pour leur permettre de répondre aux besoins des grossistes mais aussi de valoriser l'ensemble de la production (la restauration collective est souvent demandeuse d'un type de produits. Le reste de la production devra pouvoir être valorisé dans d'autres circuits pour rester compétitif).

- **Favoriser l'utilisation de produits locaux dans les restaurants de la région :**

Il est proposé dans ce cadre :

- de travailler avec les représentants des restaurateurs et des filières pour mettre en place une charte d'utilisation de produits locaux et des outils de communication.

- de travailler avec les filières pour leur permettre de répondre en quantité suivie, et en visibilité de l'offre, à la demande des restaurateurs (capacité, outils de mise en marché site internet virtuel et/ou grossistes spécialisés).

A l'échelle régionale, il pourrait s'agir surtout de détailler les valeurs exposées précédemment et les outils de communication. Il sera par contre proposé que sur cette base les territoires et acteurs locaux s'approprient la démarche pour la décliner sur les produits du territoire.

- **Favoriser l'information du grand public**

Dans ce cadre la première action entreprise sera de mettre en place un panel de consommateurs, formé et informé sur les politiques conduites par la Région dans le domaine alimentaire et leur permettre de réagir et de contribuer à un retour sur les actions développées dans le cadre de cette politique.

Au-delà, l'information du grand public et sa sensibilisation passe par de nombreux vecteurs. Plusieurs types d'actions sont aujourd'hui identifiés :

Un travail et un relais à partir du réseau des artisans des métiers de bouche. En effet, à travers leur contact quotidien avec le consommateur ils sont d'excellents relais.

Un travail pour valoriser l'acte d'achat de proximité en incitant et en développant la présence des produits locaux sur les marchés

Une mise en cohérence des actions existant dans les départements tel le salon de la gastronomie d'Orléans, les journées gastronomiques de Sologne ou les artisanales de Chartres avec le programme régional.

La création de deux événementiels forts l'un à vocation territoriale : la semaine des produits du jardin de la France pendant laquelle des initiatives locales à destination du grand public pourraient recevoir un soutien de la Région et dont le point d'orgue pourrait être une manifestation réunissant tous les acteurs de la production et de la transformation à Tours sur la base de Ferm'expo élargi au domaine de la gastronomie. L'autre à vocation internationale : Eurogusto dont la première édition s'est tenue en 2009.

Dans un certain nombre de cas, il conviendra dans la communication de s'appuyer sur les territoires pour définir les produits locaux. A ce stade, cinq territoires ont été identifiés comme pertinent en liaison notamment avec la stratégie de développement touristique mais aussi avec les productions identifiées dans ces territoires. Il s'agit : du Val de Loire, de la Touraine, du Berry, de la Beauce et du perche. L'articulation avec les démarche telle Terre d'Eure et Loir ou produits du Loiret devra être recherchée également.

Les grandes étapes à venir

En partenariat avec les acteurs, la Région souhaite traduire de manière opérationnelle ces grandes orientations. Elle devra également identifier avec eux la structure la plus à même de porter ce projet dans le respect des orientations de chacun.

Le programme ainsi élaboré pourrait vous être soumis lors de la session plénière d'octobre 2011

Je vous prie de bien vouloir me donner acte de cette communication.



François BONNEAU