

Partager, innover et mieux valoriser la production et les savoir-faire agricoles et alimentaires de la métropole lémanique

Vers des collaborations renforcées entre entreprises agricoles et non-agricoles



Initiatives de consommation alimentaire locale :
quels modèles d'affaires et de gouvernance pour quels résultats ?

Enseignement de 7 études de cas

Un état des lieux relativement large



Juin – Décembre 2018

Recensement de **150 initiatives** de consommation alimentaire locales sur le territoire de la métropole lémanique.

Filières locales /régionales de la métropole lémanique qui ont une approche intégrée de la production de matière première à la consommation finale

- *Matière première (potentielle) à 80% minimum du territoire d'action*
- *Aspect innovant: Production / Transformation / Distribution / Communication / marketing / Modèle d'affaires*
- *Le marché cible inclut le territoire d'action ou au-delà*
- *Initiatives portées par des acteurs privés*



Décembre 2018

86 initiatives retenues

Le processus de sélection des études de cas



Identification de 7 types ou catégories

ACP ou principes	Vente en ligne	Réseaux / plateformes de distribution	Transformation de produits	Marques régionales et distributeurs	App et software	Services	Filière bois
41	7	6	18	5	5	4	...



Tri selon trois critères (1 point par critère):

Niveau de maturité de l'innovation

Transformation dans le territoire d'action

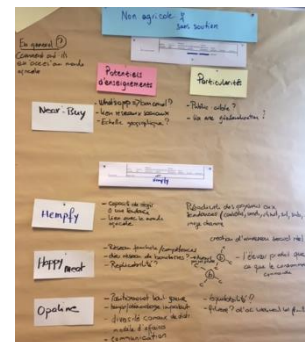
Valorisation de la provenance

Le processus de sélection des études de cas



Proposition d'une short liste & sélection finale en atelier

	ACP ou principes	Vente en ligne	Réseaux / plateformes de distribution	Transformation de produits	marques régionales et distributeurs	App et software	Services	Filière bois
		<i>Espace terroir</i>	<i>Terre vaudoise</i>	<i>Fromagerie Montricher</i> <i>Fromagerie bio lait</i>	<i>Le Grand Pré</i> <i>Lait équitable</i> <i>GRTA</i>		<i>Beelong</i>	<i>Boites Vacherin</i> <i>Mont d'Or</i>
						<i>Near-Buy</i>		
		<i>E-terroir</i>	<i>Plateforme bio locale</i>			<i>Chez mon fermier</i>		
	<i>Happy meat</i>			<i>Opaline</i>				



Questions de fond pour ces études de cas



Quels sont les **principaux facteurs de succès** identifiés sous l'angle des modèles d'affaires et de la durabilité des initiatives ?



Quels sont les **principaux facteurs d'échecs** identifiés sous l'angle des modèles d'affaires et de la durabilité des initiatives ?



Quels sont les principaux liens (positifs, neutres ou négatifs) identifiés entre les **initiatives et les conditions cadres institutionnelles et juridiques** (règles et instruments/soutiens publics, autorités publiques)?

Principaux enseignements transversaux (1)

- ⇒ Les initiatives analysées reposent globalement sur des valeurs fortes :
viabilisation de l'agriculture locale, qualité, recherche d'impacts équilibrés (social, économique, environnemental).
- ⇒ La **qualité des produits** et le **bon sens économique et écologique** prédominent.
- ⇒ Les initiatives analysées visent l'accès à des **produits locaux de haute qualité** à un **prix abordable** pour le consommateur et avec un **meilleur retour de valeur ajoutée** aux producteurs.
- ⇒ Un modèle d'affaires repose sur des ressources utiles pour délivrer une proposition de valeur à des consommateurs ou aux autres partenaires des filière ressources
 - La bonne combinaison de ces ressources est un facteur de succès
 - L'argent compte mais d'autres ressources sont également centrales

Principaux enseignements transversaux (2)

- ⇒ Les initiatives sont globalement confrontées à des enjeux économiques importants à différents moments de leur développement, et en particulier en phase de stabilisation (entre 3 et 10 ans).
- ⇒ Pour viabiliser ces initiatives dans le temps, il semble essentiel de trouver des synergies optimales entre partenaires publics et entrepreneurs privés.
- ⇒ Les rôles et interventions des acteurs publics ne sont pas toujours évidents ; des pistes d'amélioration possibles sont identifiées.

Modèles d'affaires: principaux **facteurs de succès** identifiés (1)



Saisir une
fenêtre
d'opportunité

S'appuyer sur
diverses
sources de
financement

Miser sur un réseau
de distribution
adéquat

Ne pas vouloir
tout faire

Etre flexible sur
le modèle
d'affaires

Proposer un
concept
attractif

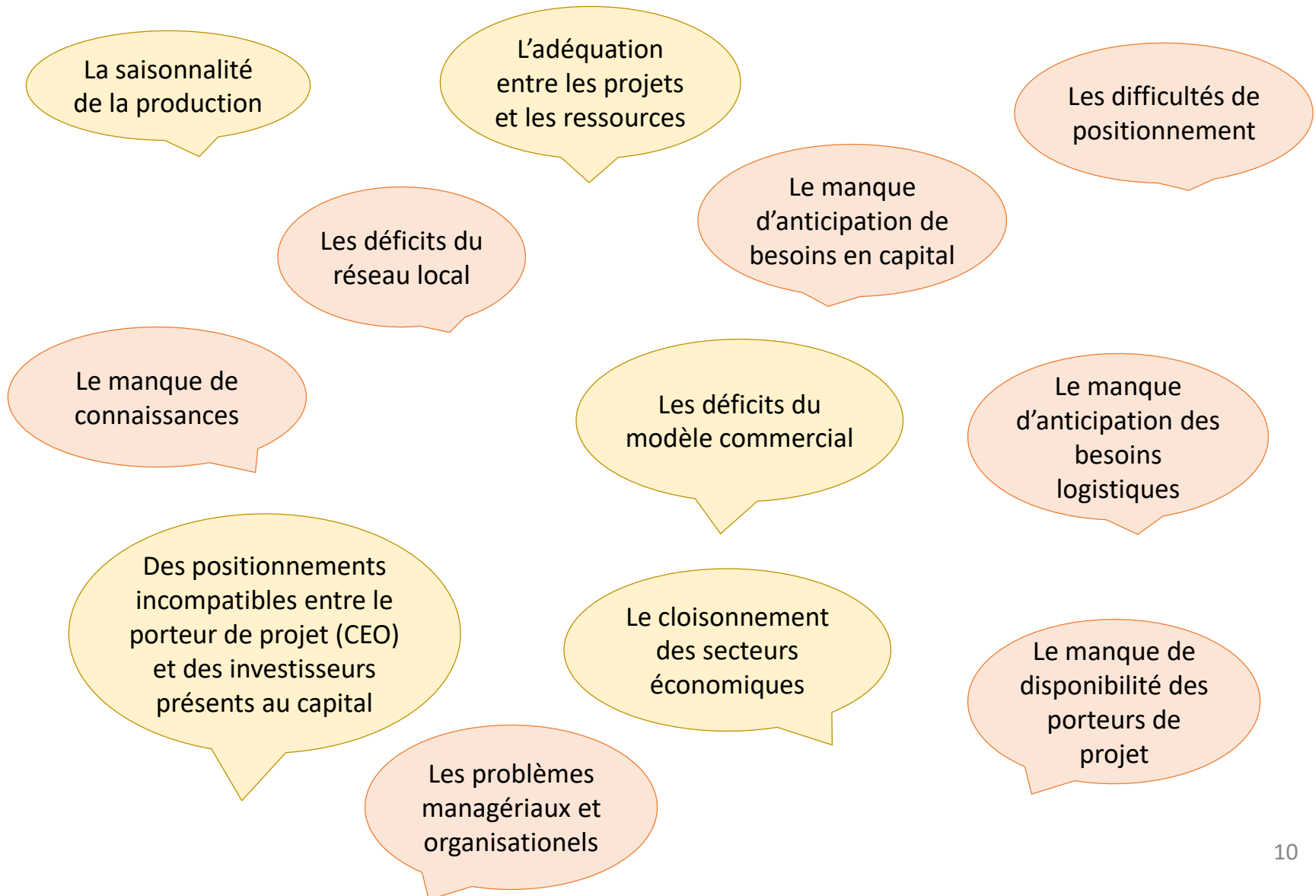
Maintenir des
valeurs fortes
dans la durée

Proposer des
produits de qualité
à prix abordable

Mettre à profit les
nouvelles technologies
et les canaux de
distribution innovants

S'entourer de
partenaires fiables

Modèles d'affaires: principaux facteurs d'échec ou de difficultés identifiés





Accompagnement de la phase « start-up »

Rôle de moteur que peuvent jouer les collectivités publiques

Intérêt d'une marque détenue par une institution publique

Potentiel de développement des achats publics pas pleinement exploité

Difficultés d'interactions avec les autorités publiques

Potentiel de développement de certaines formes de soutien non financier

Accompagnement de la phase de maturation

Comment ce projet PHR peut-il aider à combler les « gaps » identifiés?

1.

En développant des **conseils adaptés**, testables à travers des **projets concrets**

2.

En offrant, à travers un réseau, une opportunité de **décloisonner les secteurs économiques** et d'ouvrir une réflexion avec des groupes thématiques sur (par exemple/ entre autres):

- **le rôle potentiel des achats publics comme support à la phase de stabilisation;**
- **Intervision /coaching/ prestations de service en fonction des besoins;**
- **Les formes de soutien à de nouveaux projets.**

Merci pour votre attention !



Recommandations reçues de ces initiatives

Développer des sous-groupes de travail pour décloisonner les secteurs économiques (agriculture, transformateurs/entrepreneurs, réseau de distribution, économie publique), avec une rencontre par mois par exemple et la rémunération d'expertise dans le cadre d'atelier participatifs à thème.

Développer des magasins de producteurs en zones péri-urbaines, selon des modèles plus flexibles que les modèles publics type halle Vaudoise, GRTA.