

Ici.C.Local

Une démarche pour valoriser
les circuits courts et de proximité
dans les territoires

— Guide pratique d'utilisation —



Photo : J.-P. Divet, 2016



SOMMAIRE

- Origines de la démarche 1
- Une marque innovante 2
- Former ou intégrer un comité de suivi territorial 3
- Préciser le règlement d'usage d'Ici.C.Local en fonction de la réalité et des défis du territoire 5
- Mettre en place le système d'étiquetage 6
- Informé et sensibiliser, comment et à quel coût ? 8
- La démarche en bref 9
- Cas particulier : Ici.C.Local dans le cadre d'un marché de plein vent 10
- Une démarche qui fait ses preuves 11
- Envie d'en savoir plus ? 13

Origines de la démarche

Les **circuits courts alimentaires**, rapprochant producteurs et consommateurs, ne sont pas nouveaux mais connaissent un regain d'intérêt en France depuis le début des années 2000. A côté des formes traditionnelles (marché, vente à la ferme), de nouveaux modes de vente, privilégiant la proximité géographique, l'engagement ou la praticité, sont proposés aux consommateurs : paniers en AMAP, commande de produits locaux par Internet... Commerçants de détail, artisans, cantines scolaires et parfois même supermarchés s'impliquent aussi dans ce renouveau. La définition de l'Etat de 2009, reconnaissant les circuits courts comme des modes de vente impliquant au plus un intermédiaire, est dépassée par la profusion des initiatives, mixant souvent circuits courts et circuits longs. Ce foisonnement contribue toutefois à une certaine **confusion chez les consommateurs**.

Aider à y voir plus clair, sans faire du circuit court une finalité en soi, mais en le valorisant localement comme un vecteur de **développement économique** et de **transition** vers des systèmes alimentaires plus durables : c'est l'objectif de la démarche Ici.C.Local, initiée en 2010 et qui s'inscrit aujourd'hui dans la dynamique des **projets alimentaires territoriaux (PAT)** de la Loi d'Avenir agricole.



Ici.C.Local, **marque collective d'usage gratuit**, est une démarche à la fois innovante et simple d'utilisation, qui peut être utilisée par tous les acteurs des circuits courts. Elle s'applique aux produits et non à l'offreur, qui peut ainsi, en transparence, combiner production personnelle, produits issus de collègues locaux et complément de gamme. **Support d'information** du consommateur et **vecteur de coopération** entre professionnels des filières, c'est aussi un **outil d'animation des territoires**. Ce guide vous en détaille les principes et les modalités de mise en œuvre.

Une marque innovante



Photo : J.-P. Divet, 2016

Ici.C.Local (Innovation pour la **Coopération** et l'**Information** en **Circuit Local**) est une démarche portée depuis 2010 par deux institutions publiques (INRA, Institut National de la Recherche Agronomique, et Ville de Grabels, département de l'Hérault). Afin de permettre un essaimage cohérent, Ici.C.Local a été déposée à l'INPI* en 2014. Aujourd'hui marque collective d'usage gratuit, Ici.C.Local est d'abord une démarche territorialisée, d'adhésion volontaire, respectant la réglementation française et tout à fait compatible avec d'autres labels ou marques (AB, Sud de France, etc.).

* Institut National de la Propriété Industrielle

Objectifs

- **Inform**er les consommateurs sur l'origine géographique des produits en leur **garantissant** qu'ils proviennent de professionnels adhérant à une démarche de distribution en circuit court.
- **Participer au développement économique** de ces professionnels tout en favorisant leur **coopération**.
- **Valoriser** et **promouvoir** les produits locaux et durables.
- Donner aux citoyens la possibilité de **contribuer à l'évolution de leur système alimentaire**.

Principes

- Ici.C.Local **s'applique à des produits** et non à des offreurs,
- est destinée en premier lieu aux acteurs économiques des territoires (**agriculteurs, producteurs-transformateurs, commerçants, artisans**) proposant majoritairement ou à titre significatif des **produits en circuits courts**,
- s'acquiert à titre **individuel**,
- s'applique aux **produits bruts comme aux produits transformés**,
- est **organisée nationalement et déclinée localement** : *un comité de suivi national aide à créer et supervise les comités de suivi dans chaque territoire d'application*,
- est gérée de façon **collégiale**, à **travers des comités de suivi** incluant utilisateurs de la marque, consommateurs et partenaires,
- implique de **définir les termes « local » et « durable »** dans chaque territoire d'application,
- repose sur un **contrôle participatif**,
- mobilise un **système d'étiquetage** basé sur un code couleur : **vente directe**, **vente de production locale via un intermédiaire**, **vente hors circuits courts**.

Le **règlement d'usage** complet est téléchargeable en ligne.





Photo : J.-P. Divet, 2016

1^{ère} étape : Former ou intégrer un comité de suivi territorial (ou local)

Qu'est-ce qu'un comité de suivi territorial ?

Lorsqu'un acteur local (producteur, commerçant, consommateur, élu...) souhaite utiliser ou proposer la marque Ici.C.Local dans son territoire, la première étape est de se rapprocher du comité de suivi lié à son territoire ou de le créer, avec l'appui du comité de suivi national (composé de représentants de l'INRA, de la Ville de Grabels et de partenaires de la marque).

Un comité de suivi territorial se compose de 2 à 3 collèges, au pouvoir égal de vote :

- un collège des **utilisateurs directs** de la marque (commerçants, producteurs,...),
- un collège des **consommateurs**,
- un collège des **partenaires** de la marque (collectivités territoriales, organisations professionnelles, associations...), optionnel mais recommandé.

En cas de comité à deux collèges, une solution devra être trouvée localement pour débloquer une situation de vote opposé (intégrer un 3^{ème} collège...). **Lieu de débat et d'apprentissages** autour des produits « locaux » et « durables », le comité de suivi est l'occasion d'inviter des acteurs peu initiés aux domaines de l'agriculture et de l'alimentation, afin de partager avec eux les enjeux territoriaux liés à des pratiques agricoles et alimentaires plus durables.

Chacun des collèges est constitué au moins de 2 personnes. Les membres des collèges doivent être renouvelés régulièrement, à l'exception de quelques personnes fixes assurant la « mémoire ».

Quel est le rôle du comité de suivi territorial ?

✓ Préciser le règlement d'usage

Le comité de suivi territorial décline le règlement d'usage d'Ici.C.Local (voir la 2^{ème} étape) en fonction des atouts et des contraintes de son territoire.

✓ Autoriser l'utilisation d'Ici.C.Local

Le comité de suivi territorial est seul habilité à examiner les demandes reçues pour l'utilisation de la marque et à délivrer l'autorisation préalable d'usage.

✓ Etre référent pour le comité de suivi national

Le comité de suivi territorial se porte garant de l'application et du respect du règlement d'usage dans son territoire auprès du comité de suivi national.

✓ Retirer le droit d'utilisation en cas de non respect du règlement d'usage

En cas de manquement constaté à l'une des obligations du règlement d'usage, le comité de suivi territorial demandera à l'utilisateur de la marque de prendre les mesures nécessaires pour satisfaire aux exigences, dans un délai maximum de deux mois, sous peine de se voir retirer l'autorisation d'utiliser la marque.

✓ Contrôler l'utilisation d'Ici.C.Local

Le comité de suivi territorial est seul autorisé et habilité à contrôler l'utilisation de la marque conformément au règlement d'usage tel que décliné localement. Ces contrôles peuvent intervenir sur le lieu de production, de transformation et/ou de vente des produits « locaux » et/ou « durables », avec l'appui éventuel de documents administratifs (factures...).

A noter : l'autorisation ou le retrait d'utilisation de la marque n'interfère en rien avec l'admission ou l'exclusion d'un lieu de vente.



1^{ère} étape (suite)

Attribution de l'usage d'Ici.C.Local

Chaque personne souhaitant utiliser ou proposer la marque Ici.C.Local dans son territoire devra en **faire la demande auprès du comité de suivi national** (comitedesuivi.ici.c.local@inra.fr). Selon les cas et la nature du demandeur, la demande sera transmise au comité de suivi territorial situé le plus proche géographiquement ou motivera la création d'un comité de suivi dans le territoire du demandeur.

Dans le cas d'une demande par un acteur économique (producteur, commerçant, artisan...), celui-ci doit fournir au comité de suivi une **lettre de candidature** indiquant son **intérêt pour les circuits courts** et la **gamme des produits** qu'il propose à la vente. Cette demande est étudiée lors d'une réunion de comité où les membres discutent de l'adéquation du profil du demandeur avec les principes d'Ici.C.Local, puis procèdent à un vote.

La demande est alors acceptée, refusée ou acceptée sous conditions (vérifications supplémentaires de l'adéquation du demandeur avec les principes de la marque).

Avec quel contrôle ?

Des **membres du comité** territorial sont désignés pour être **vigilants quant aux produits vendus** dans le lieu de vente sous la marque Ici.C.Local et être à l'écoute des **remontées éventuelles des autres utilisateurs de la marque et de certains consommateurs**. Lorsque des doutes surviennent, une **visite** sur le lieu de travail de l'utilisateur ou une **demande de documents** (factures, parcellaire...) peuvent être nécessaires. Les visites permettent d'avoir un bon aperçu du type d'agriculture ou d'élevage pratiqué, de même que des conditions de travail de l'utilisateur et de ses salariés.

La possibilité d'un contrôle est nécessaire pour garantir la crédibilité de la marque. Le contrôle suppose toutefois un certain niveau de connaissance pour vérifier ce qui est déclaré. Il peut aussi être biaisé par des concurrences entre utilisateurs de la marque.

Le contrôle participatif est l'opportunité d'équilibrer compétences d'évaluation et souci d'impartialité. Le contrôle s'inscrit, dans tous les cas, dans une démarche de suivi-accompagnement et non de sanction, en cohérence avec l'objectif d'information et de coopération promu par la marque.

Ici.C.Local est conforme à la réglementation française sur l'étiquetage des produits. Même si elle est sous la vigilance du comité de suivi, l'information donnée aux consommateurs reste dans tous les cas sous la responsabilité de l'utilisateur ; elle sera de plus contrôlée annuellement sur un petit échantillon d'utilisateurs par la comité de suivi national et peut être contrôlée à tout moment par la DIRECCTE.

Il est fréquent que les utilisateurs de la marque se connaissent en dehors du marché ou du commerce de détail (voisins, mêmes autres lieux de vente en commun, etc.) et connaissent mutuellement leur façon de travailler. Ainsi, dans l'esprit d'une **coresponsabilité des usagers promue par la marque**, chacun peut rapporter au comité d'éventuelles dérives, risquant de tromper le consommateur et de discréditer les valeurs d'Ici.C.Local. Alerté, le comité vérifie s'il y a tromperie ou non par un contrôle plus précis de l'utilisateur.

2^{ème} étape : Préciser le règlement d'usage en fonction de la réalité et des défis du territoire

Ici.C.Local repose sur un règlement d'usage énonçant les critères à respecter pour son utilisation. Ce **règlement-cadre doit être décliné localement** dans une **charte territoriale**, pour à la fois correspondre à la réalité des territoires et appuyer une démarche de progrès vers une alimentation plus durable. Deux notions, en particulier, doivent être précisées, du fait de l'absence de définition officielle :

- **produits locaux** : selon le règlement-cadre, « dont le lieu de production ne dépasse pas un périmètre défini collectivement par chaque comité de suivi » ;
- **produits durables** : selon le règlement-cadre, « dont la production respecte les principes de l'agriculture durable : respect de l'environnement, des hommes et des animaux » et la saisonnalité de la production dans la région où se situe la vente.

Ici.C.Local est pensée comme une démarche évolutive. Le comité peut réviser ses définitions des produits locaux et durables et modifier la charte territoriale quand il le considère nécessaire, en fonction des avancées observées ou des changements qu'il souhaite plus fortement inciter.

Plutôt que d'imposer une norme, Ici.C.Local invite chaque comité territorial à préciser ces notions en fonction de l'histoire et des enjeux de leur territoire en matière d'agriculture et d'alimentation: quelle est la situation de départ (distance moyenne à parcourir pour bénéficier d'une gamme de produits diversifiés, méthodes de production...) et quels progrès sont possibles et/ou souhaitables dans une perspective de développement durable ?

En précisant les critères à respecter pour bénéficier de la signalisation « local » et « durable » à travers la marque (étiquettes vertes et oranges, voir 3^{ème} étape), le comité a la possibilité d'induire des changements importants : des définitions trop élitistes peuvent être contre-productives mais un cadrage trop laxiste ou flou limite l'intérêt de la marque et risque de générer des déceptions. De plus, chaque comité de suivi devra préciser la gamme de produits hors circuits courts, et les conditions de production, autorisés en complément aux autres à l'échelle du lieu de vente.



Mise en œuvre sur le marché de Grabels (34) depuis 2010 à titre expérimental, la démarche Ici.C.Local a été révisée à trois reprises. Les produits locaux et durables respectent aujourd'hui les critères suivants :

Durable

- ✓ Agriculture raisonnée *a minima*
- ✓ Interdiction des serres chauffées
- ✓ Interdiction des modes d'élevage intensifs
- ✓ Prix rémunérant décemment le travail des producteurs et/ou des transformateurs
- ✓ Commerce équitable pour les produits exotiques

Local

- ✓ Production à 150 km maximum du lieu de vente

Hors circuits courts

Une dizaine de produits respectant la saisonnalité de production, essentiels en complément de gamme, difficiles ou impossibles à produire localement ou exceptionnellement en déficit de production du fait d'un aléa climatique (à Grabels, cas du citron, ail, poireau, clémentine, etc.).

3^{ème} étape : Mettre en place le système d'étiquetage

Ici.C.Local comprend un système d'étiquetage simple permettant aux consommateurs d'identifier les produits locaux et durables, bruts ou transformés, vendus en circuits courts, ainsi que les produits n'entrant pas dans ce cadre, à l'aide d'une couleur spécifique. En complément du code couleur, l'étiquette mentionne le nom et l'origine géographique de la personne les ayant cultivés, élevés et/ou transformés.

Dans le cas d'un marché de plein vent, un usager d'Ici.C.Local a le droit d'être le seul à utiliser le système mais doit l'appliquer sur toute la gamme proposée à la vente de façon à ne pas tromper le consommateur. Les artisans voulant utiliser la marque doivent l'appliquer sur toute leur gamme. Le cas d'un commerce de détail est un peu différent : le système peut être appliqué sur toute l'offre proposée ou sur une famille de produits seulement (fruits et légumes, œufs...) ; dans ces deux cas, à partir du moment où une famille de produits est concernée par l'utilisation de la marque, toute cette famille doit être étiquetée selon le code couleur d'Ici.C.Local. Un usager de la marque a le droit d'utiliser celle-ci dans différents lieux où il vend ses produits, il doit en ce cas signaler ces lieux au comité de suivi local et/ou national pour garantir un suivi.

Les produits bruts et transformés sont étiquetés de façon différente mais selon la même logique.

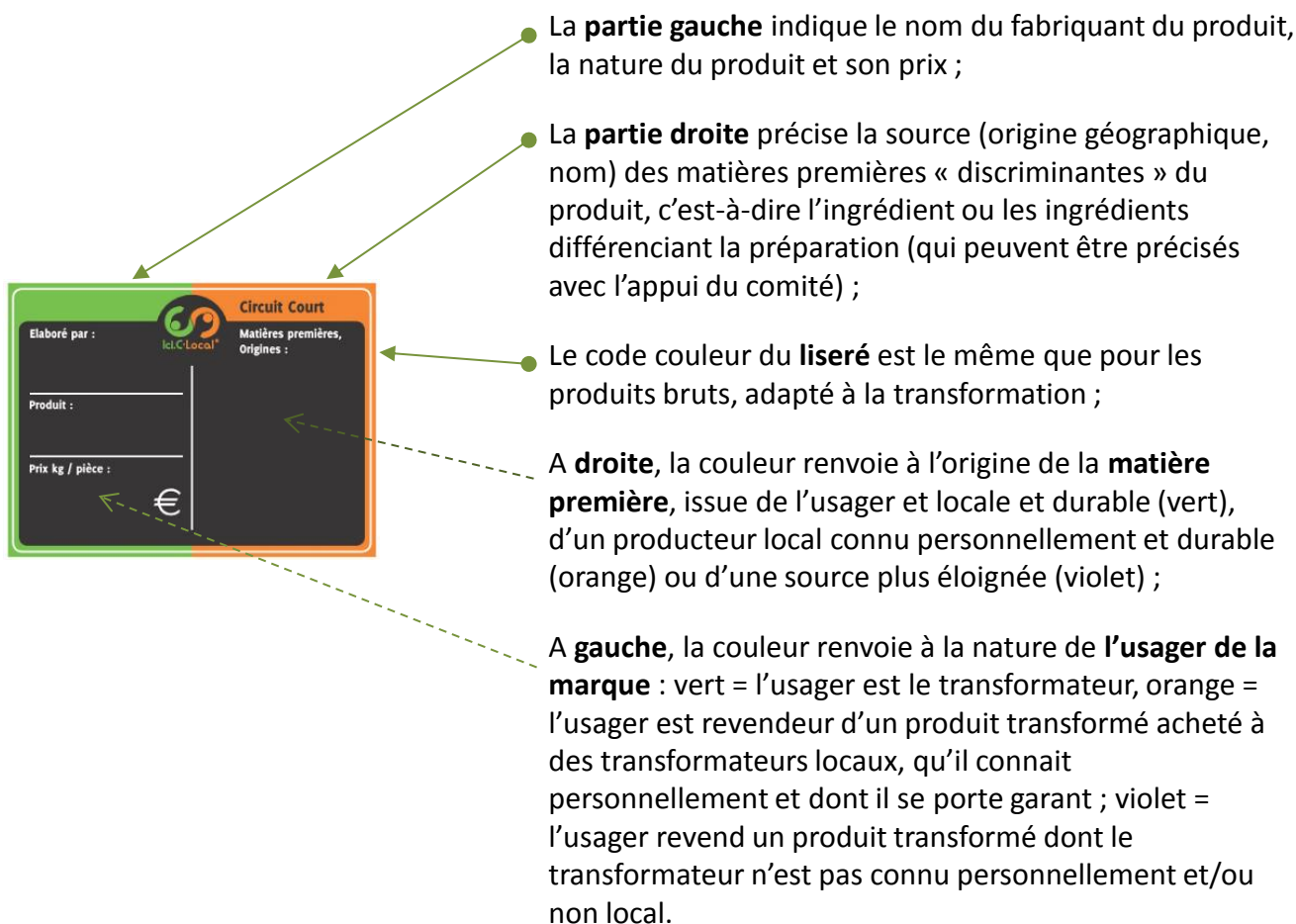
Les **produits bruts** ont des **étiquettes unies**, selon le principe suivant :

- Les étiquettes **vertes** correspondent à des produits respectant les critères de produits « durables » et « locaux », issus de la production personnelle du vendeur, il s'agit d'une **vente directe** ou en circuit court sans intermédiaire.
- Les étiquettes **orange** correspondent à des produits respectant les critères de produits « locaux » et « durables », que l'utilisateur de la marque achète à des producteurs locaux, qu'il connaît personnellement et dont il se porte garant ; il s'agit d'une vente en circuit court **via un intermédiaire** connaissant personnellement ses fournisseurs.
- Les étiquettes **violettes** correspondent à des produits vendus **hors circuits courts**, respectant ou non les critères de produits locaux et/ou durables.



3^{ème} étape (suite)

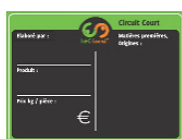
L'étiquetage des produits transformés est plus complexe et, dans la marque, est encore au stade expérimental. Les principes retenus en 2014 sont les suivants :



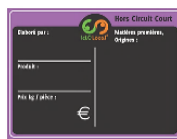
The diagram shows a 'Circuit Court' label with a vertical line separating the left and right sides. The left side is labeled 'Elaboré par :', 'Produit :', and 'Prix kg / pièce :'. The right side is labeled 'Matières premières, Origines :'. A Euro symbol (€) is at the bottom left. Three arrows point from the text on the right to the label: one to the top left corner, one to the top right corner, and one to the bottom left corner.

- La **partie gauche** indique le nom du fabricant du produit, la nature du produit et son prix ;
- La **partie droite** précise la source (origine géographique, nom) des matières premières « discriminantes » du produit, c'est-à-dire l'ingrédient ou les ingrédients différenciant la préparation (qui peuvent être précisés avec l'appui du comité) ;
- Le code couleur du **liseré** est le même que pour les produits bruts, adapté à la transformation ;
- A **droite**, la couleur renvoie à l'origine de la **matière première**, issue de l'usager et locale et durable (vert), d'un producteur local connu personnellement et durable (orange) ou d'une source plus éloignée (violet) ;
- A **gauche**, la couleur renvoie à la nature de l'**usager de la marque** : vert = l'usager est le transformateur, orange = l'usager est revendeur d'un produit transformé acheté à des transformateurs locaux, qu'il connaît personnellement et dont il se porte garant ; violet = l'usager revend un produit transformé dont le transformateur n'est pas connu personnellement et/ou non local.

Les différents cas de produits transformés :



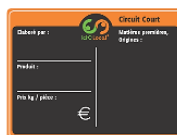
Vert à gauche / Vert à droite :
Le produit est transformé par l'exposant à partir de sa production locale et durable.



Violet à gauche / Violet à droite :
Le produit est transformé par un transformateur non connu personnellement et/ou non local à partir de matières premières hors circuits courts.



Vert à gauche / Orange à droite :
Le produit est transformé par l'exposant à partir d'une matière première discriminante locale et durable issue des circuits courts.



Orange à gauche / Orange à droite :
Le produit est transformé par un transformateur local que connaît l'exposant, à partir d'une matière première discriminante locale et durable issue des circuits courts.



Vert à gauche / Violet à droite :
Le produit est transformé par l'exposant à partir de matières premières hors circuits courts.

Afin que le système d'étiquetage réponde au mieux aux spécificités de chaque territoire, des variantes peuvent être expérimentées localement, à titre dérogatoire et après validation par l'INRA et la Ville de Grabels.

Informer et sensibiliser, comment et à quel coût ?

Lorsqu'elle est amenée à être utilisée par plusieurs acteurs d'un même territoire, la mise en place de la marque suppose une animation territoriale qui peut être prise en charge par différentes personnes ou structures et bénéficier de soutiens publics (fonds européens, régionaux, fondations, etc.). L'autre investissement nécessaire correspond aux étiquettes. Dans le cas de Grabels, elles ont coûté environ 2 € l'unité (prix dégressif en fonction de la quantité). Le comité de suivi national pourra organiser des commandes groupées pour faciliter l'utilisation de la marque dans les différents territoires. Toutefois, en cas d'impossibilité de financement, un système de pastilles de couleur peut être envisagé sur les étiquettes préexistantes.

Pour favoriser l'information et la sensibilisation des consommateurs et des citoyens locaux, plusieurs **supports de communication** sont intéressants à envisager :

- ✓ **Flyers présentant la démarche Ici.C.Local et la signification des étiquettes**, A5, recto-verso, à distribuer (500 pour 32,50€*)
- ✓ **Panneaux explicatifs**, format A3, à placer sur les stands ou au sein du commerce de détail (50 pour 22,50€*)
- ✓ **Kakémono** (panneau déroulable comprenant une structure auto-porteuse), 3m/80cm, à placer sur le marché ou dans le commerce de détail (2 pour 190€*)
- ✓ **Banderole sur bâche**, 3m/80cm, à placer sur le marché (2 pour 120€*)
- ✓ **Banderole sur bâche**, 6m/1m, à placer à l'entrée de la commune (165€* l'unité)

* Prix indicatifs pouvant varier selon les fournisseurs



Et tout peut être imaginé !

Par exemple la création d'un « **meuble urbain** » fixe sur lequel est inscrit le règlement d'usage d'Ici.C.Local, l'explication de l'étiquetage ainsi que toute autre information que vous jugerez utile (calendrier des produits saisonniers, carte indiquant les lieux géographiques de production, etc.) serait un plus intéressant. Tout comme la mise en place d'une **boîte à idées**, ou encore d'un **tableau noir** (craie) ou **blanc** (marqueur) afin de faciliter les échanges.

Exemple

Support de présentation de la démarche sur le marché de Grabels

La démarche en bref

1^{er} cas : construire une démarche territoriale

- **Réunir** différents types d'acteurs du territoire intéressés par les circuits courts alimentaires et les enjeux liés à l'agriculture et à l'alimentation (producteurs, commerçants, artisans, consommateurs, élus, etc.), pour former un comité de suivi territorial avec 2 à 3 collègues.
- **Décliner collectivement le règlement d'usage** d'Ici.C.Local en fonction des spécificités et des enjeux du territoire, dans la perspective d'une transition vers des pratiques agricoles et alimentaires plus durables :
 - définir les critères à respecter pour signaler un produit en circuit court « local » et « durable »,
 - préciser les modalités de contrôle participatif.
- **Mettre en place l'étiquetage couleur** dans les points de vente (marchés de plein vent, magasins de détail...) et/ou chez les professionnels intéressés (producteurs, artisans...).
- **Inform**er et **sensibiliser** les habitants du territoire.



2^{ème} cas : rejoindre la marque à titre individuel

- **Contact**er le comité de suivi national Ici.C.Local.
- **Discuter des conditions d'application** de la marque avec ce comité.
- **Mettre en place l'étiquetage** couleur.
- **Inform**er et **sensibiliser** les habitants du territoire dans une perspective d'élargissement de la démarche (1^{er} cas).

Une marque de plus ?

Ici.C.Local se distingue dans le foisonnement actuel des marques par son **adaptabilité** à la diversité des atouts et contraintes des territoires, la participation de **l'ensemble des acteurs des territoires à sa gestion** et le principe de **coresponsabilité** des utilisateurs. Le dépôt d'une marque en 2014 a été motivé par l'intérêt suscité dans différents territoires, pour appuyer son essaimage dans des conditions rigoureuses. Marque-cadre à décliner localement, Ici.C.Local est avant tout une démarche territoriale, pour faire du circuit court et de proximité un outil de développement économique et de cohésion sociale.

Ici.C.Local se comprend ainsi dans la perspective des **projets alimentaires territoriaux (PAT)**, inscrits dans la Loi d'Avenir agricole de 2014, invitant les acteurs locaux, dans leur diversité, à co-construire un projet rapprochant agriculture et alimentation adapté à leur territoire, en décloisonnant les secteurs d'activité et les politiques publiques. Cette démarche est une des applications concrètes possibles du projet de Loi sur l'ancrage territorial de l'alimentation adoptée par l'Assemblée nationale en janvier 2016.

Cas particulier : Ici.C.Local dans le cadre d'un marché de plein vent

Les **marchés de plein vent** sont l'un des **principaux circuits courts utilisés par les producteurs**. Dans le même temps, c'est l'un des circuits courts **les plus appréciés par les consommateurs** et dans de nombreuses collectivités en France, élus, citoyens et/ou professionnels cherchent à **redynamiser ce type de marché ou à en créer**. Ici.C.Local, démarche territoriale valorisant la participation et le développement durable, est un outil intéressant dans ces deux perspectives. Pour les appuyer, nous précisons ici l'intérêt et les conditions d'utilisation d'Ici.C.Local dans le cas d'un marché de plein vent, 1) existant ou 2) en projet.

➤ 1er cas : Ici.C.Local s'intègre au sein d'un marché de plein vent déjà existant

Intérêt : valoriser les acteurs économiques impliqués dans les circuits courts, informer et sensibiliser les consommateurs, redynamiser un marché, s'inscrire dans une démarche nationale promouvant transparence, participation, coopération, agriculture locale et durable

Dans ce cas :

- le **règlement d'usage d'Ici.C.Local** reste un document annexe au marché, n'a pas besoin d'être approuvé par la Mairie sous l'autorité de laquelle est placé le marché, n'interfère pas avec le règlement de ce marché ;
- le **comité de suivi territorial** est en charge **uniquement** du bon respect de l'utilisation de la marque par les acteurs volontaires, intéressés par la démarche au sein du marché.

➤ 2ème cas : Ici.C.Local est couplée à la création du marché

Dans ce cas :

- Le **règlement d'usage d'Ici.C.Local** est intégré au règlement du marché ;
- Un **comité de suivi territorial** est chargé du bon respect de l'utilisation de la marque par les acteurs concernés au sein du marché ;
- La mairie peut **déléguer l'organisation du marché au comité de suivi territorial** - dans ce cas elle élabore un **contrat de délégation** où elle stipule ce qu'elle décide de lui déléguer - ou créer une **commission de marché en parallèle** de ce comité ;
- La mairie aura toujours autorité sur :
 - la **création**, la **suppression** et le **déplacement éventuel** du marché ;
 - la **sécurité** (police, etc.) sur le marché ;
 - la validation du règlement du marché et de tout autre **document administratif nécessaire**

A noter : **Quelles sont les étapes clés pour créer un marché de plein vent ?**

L'élaboration du projet

- ✓ Constituer un groupe de travail avec tous les acteurs impliqués
- ✓ Réaliser un calendrier du projet
- ✓ Réaliser une étude de faisabilité pour la création du marché
- ✓ Réfléchir au financement (infrastructures, gestion des déchets, moyens humains, etc.)

Le lancement du marché

- ✓ S'assurer de la conformité des lieux et rechercher les professionnels
- ✓ Établir le règlement du marché
- ✓ Consulter les organisations professionnelles
- ✓ Faire passer une délibération en conseil municipal
- ✓ Communiquer sur le lancement d'un nouveau marché



Quoi ?

L'association **M ton Marché – ADPM**.

Pourquoi ?

Pour des marchés **dynamiques, conviviaux et chaleureux**.

Comment ?

Avec une **équipe experte** qui **conseille et soutient** les collectivités, les chambres consulaires et les professionnels du marché au quotidien sur les **problématiques de dynamisation et de gestion** de leurs marchés.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.geomarches.com

Une démarche qui fait ses preuves



Le marché de Grabels, laboratoire de plein air pour Ici.C.Local

Le marché de plein vent en circuit court de Grabels (Hérault) a été créé en 2008. En 2010, pour répondre aux questions de certains consommateurs sur l'origine des produits, l' élu en charge du marché a eu l'idée de partir de l'existant, l'étiquetage, pour mieux les informer. La démarche Ici.C.Local a été formalisée sur cette base, avec l'appui de l'INRA UMR Innovation de Montpellier. Cinq années d'application permettent d'évaluer les impacts de ce dispositif, dans un contexte où les consommateurs demandent plus de garanties et d'information lors de leurs achats en circuits courts (enquête nationale 2013, projet Casdar CODIA). Ce laboratoire de plein air permet plus largement de réfléchir aux conditions de transition vers des systèmes alimentaires plus durables, dans le cadre d'une des priorités de recherche de l'INRA et dans la perspective du métaprogramme Did'It en particulier (voir ci-contre).

Ici.C.Local, une démarche inscrite dans le cadre d'une priorité de recherche de l'INRA à travers le métaprogramme Did'It

Le métaprogramme DID'IT (Déterminants et impacts de la diète, interactions et transitions) de l'INRA a pour ambition de créer une communauté scientifique pluridisciplinaire sur les déterminants des pratiques alimentaires, les conséquences de ces pratiques sur la santé et l'environnement ainsi que les leviers pouvant faire évoluer celles-ci vers des pratiques plus durables : politiques publiques, éducation, proposition d'une offre plus durable... L'enjeu est non seulement de produire des connaissances et des méthodes mais aussi d'appuyer les décideurs publics et les acteurs économiques pour favoriser une transition vers une alimentation plus durable. Ici.C.Local est l'un des leviers expérimenté et suivi dans le cadre de ce métaprogramme. Pour en savoir plus sur Did'It : <http://www.didit.inra.fr/Presentation/enjeux>

OUTIL POUR LA TRANSITION VERS UNE ALIMENTATION DURABLE

En France, les circuits courts alimentaires s'élargissent aujourd'hui à de nouveaux consommateurs, au-delà des militants ayant contribué à leur renouveau. En quoi et à quelles conditions l'entrée dans les circuits courts, appuyée par Ici.C.Local, peut-elle favoriser l'évolution des pratiques de ces consommateurs vers une alimentation plus durable ?

Deux études menées respectivement en 2013 et 2015 auprès des clients du marché de Grabels ont mis en évidence des changements importants dans les pratiques alimentaires de ces derniers, vers une plus grande prise en compte de l'origine des produits, de leur saisonnalité et qualité, se répercutant sur leurs achats en supermarché.

Une démarche qui fait ses preuves (suite)



Photo : J.-P. Divet, 2016

Ces changements sont d'abord dus à la nature de l'offre proposée, majoritairement « locale » et « durable ». Ils se révèlent aussi favorisés par un dispositif donnant confiance et permettant, selon les cas, de sensibiliser, d'apprendre ou d'approfondir les enjeux associés à l'alimentation locale et durable, en discutant avec les exposants du marché ou à partir de la communication autour de la marque. Enfin, ils apparaissent motivés, chez certains consommateurs, par la possibilité d'être valorisé personnellement, en expliquant la démarche à d'autres consommateurs ou en participant à la gestion du marché et de la marque. Dans la perspective du métaprogramme Did'It, ces changements se traduisent en particulier par une consommation moins importante, voire stoppée, de viande et d'œufs issus d'élevages intensifs, au profit d'une consommation modérée de viande et d'œufs issus d'une production durable.

« J'avais pas de conscience d'alimentation de saison avant d'arriver ici, à Grabels où t'es en relation directe avec le producteur. J'ai pris conscience que les clémentines c'est de tant à tant, que les tomates c'est de tel mois à tel mois. Même si je savais qu'il y avait des légumes d'hiver, des fruits d'été, etc., bah je m'en fichais un peu. »

Témoignage d'une consommatrice du marché de Grabels

OUTIL POUR LA TRANSITION AGRO-ÉCOLOGIQUE

D'après le recensement agricole de 2010, un agriculteur sur cinq vend en circuit court et 10% des exploitations en circuits courts sont labellisées en agriculture biologique, contre 2% pour les exploitations en circuits longs. Parallèlement, des premiers travaux montrent le rôle des circuits courts dans l'évolution des pratiques agricoles vers une plus grande prise en compte des questions environnementales. Ici.C.Local peut-elle encourager cette dynamique ?

Trois études menées respectivement en 2010, 2013 et 2015 auprès des producteurs participant au marché de Grabels, utilisant la marque Ici.C.Local, ont montré que ceux-ci ont diversifié leur production (espèces et variétés) pour augmenter leur gamme étiquetée en vert, renforcer leurs relations avec d'autres producteurs pour substituer des produits étiquetés violet en produits étiquetés orange, et développer des pratiques plus écologiques, en particulier au niveau de la protection des plantes. L'un d'entre eux a converti son exploitation à l'agriculture biologique. Ces changements sont à la fois dus aux conditions d'usage de la marque, au souci de répondre aux attentes exprimées par les consommateurs ou de ce que les producteurs en imaginent, à l'émulation entre utilisateurs de la marque et/ou aux discussions techniques renforcées avec d'autres exposants du marché, plus avancés en matière d'environnement. Ils se comprennent aussi comme la conséquence d'une marque qui valorise économiquement et socialement l'implication dans les circuits courts, à la fois localement et jusque dans les médias, et donne envie de montrer l'exemple, tout en permettant à chacun de participer à sa gestion.

Envie d'en savoir plus ?

Sur les circuits courts :

- Maréchal G. (ed.), 2008. *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Dijon, Educagri.
- Résultats du recensement agricole 2010, <http://agriculture.gouv.fr/recensement-agricole-1-producteur-sur-5-vend-en-circuit-court>
- Enquête nationale 2012 sur les exploitations en circuits courts : performances techniques, économiques, sociales et environnementales ; projet Casdar RCC coordonné par le CERD, <http://www.centre-diversification.fr/Dossier-circuit-court/p/3/478/0/>
- Enquête nationale 2013 sur les consommateurs en circuits courts ; projet Casdar CODIA coordonné par le GRET, <http://www.gret.org/2014/06/circuits-courts-qui-pensent-les-francais/>

Sur les politiques publiques en lien avec les circuits courts :

- Loi d'Avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, promulguée par le Président de la République le 13/10/2014: http://www.assemblee-nationale.fr/14/dossiers/avenir_agriculture_alimentation_foret.asp
- Programme National pour l'Alimentation : consulter le site du Ministère de l'Agriculture, « alim'agri »
- FEADER - Politique de développement rural 2014-2020 - sous-programme thématique Circuits courts dans certaines régions
- Allain B., 2015. *Les circuits courts et la relocalisation des filières agricoles et alimentaires*. Rapport d'information déposé par la commission des affaires économiques à l'Assemblée Nationale, n°2942, juillet 2015.
- Proposition de loi sur l'ancrage territorial de l'alimentation, adoptée par l'Assemblée Nationale le 16 janvier 2016 : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/cri/2015-2016/20160101.asp>

Sur l'histoire d'Ici.C.Local :

- Chiffolleau Y., Dalmais M., Divet J.-P., 2013. *Signaler et garantir l'origine des produits dans les circuits courts alimentaires : l'expérience du marché de Grabels*. Projet PSDR Coxinel, Languedoc-Roussillon, Série Les Focus PSDR3.

Sur les impacts d'Ici.C.Local à Grabels :

- Bazin M., 2013. *Quelles médiations marchandes et sociales pour favoriser le développement des circuits courts alimentaires? Diagnostic et perspectives à partir de l'expérimentation d'un nouveau système d'étiquetage sur un marché de plein vent*. Mémoire de fin d'études, Agrocampus Ouest.
- Canard A., 2015. *Le rôle des circuits courts dans les changements de pratiques alimentaires des consommateurs « ordinaires » : pour une prise en compte des facteurs relationnels*. Mémoire de master 2 Environnement : Dynamiques des Territoires et des Sociétés, Museum National d'Histoire Naturelle.
- Millet-Amrani S., 2015. *Circuits courts et transition agroécologique : une analyse socio-économique du rôle des circuits courts alimentaires dans le changement de pratiques agricoles*. Mémoire de Master 2 Agriculture, alimentation et Développement Durable, Montpellier SupAgro

Ici.C.Local comme initiative promue dans des instances européennes :

- Smith J., Lang T., Vorley B., Barling D., 2016. *Policy recommendations and policy roadmap*. FP7 Glamur European Research project.
- Loconto, A., Poisot, A.S., Santacoloma P. (eds), 2016. *Sustainable practices, sustainable markets? Exploring institutional innovations that link sustainable agricultural practices with markets*. Rome, Italy, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- Kneafsey M. (dir.), 2015. *EIP-AGRI Focus Group Innovative Short Food Supply Chain management*. Final report, Brussels, European Commission.

Ici.C.Local dans les médias, exemples récents :

- Dossier spécial « Systèmes alimentaires territorialisés ». *Végétale*, fév. 2016.
- « L'agriculture péri-urbaine, un projet ambitieux porté par la ville ». *Journal municipal d'information La Ciotat*, déc. 2015.
- « Ici.C.Local es una marca para productores y distribución minorista de los alimentos de proximidad (III) », *Tecnologías de horticultura mediterranea, horticulturablog*, Spain, 14 avr. 2015.
- « Vente directe : du champ à l'assiette ». *Reportage sur France 5*, 1^{er} mars 2015.
- « "Ici.C.Local", une innovation organisationnelle et sociale pour des systèmes alimentaires durables ». *La lettre aux entreprises de l'INRA*, n°69, janv. 2015.
- « Hérault (3/5) ». *Carnets de Campagne, France Inter*, 5 nov. 2014.
- « Le marché circuit court de Grabels ». *Alternatives Economiques Poche*, Dossier « Consommer autrement », n°68, mai 2014.
- « Garantir l'origine des produits ». *La France Agricole*, n°3525, 7 fév. 2014.
- « Villages : quatre idées pour manger local ». *La Gazette de Montpellier*, n°1380, 27 nov-2 déc. 2014.



Photo : A. Canard, 2016

CONTACTS ET INFORMATIONS

Yuna Chiffolleau
yuna.chiffolleau@inra.fr
INRA UMR Innovation,
chargée de recherche

Hélène Andrianarinosy
helene.andriana@gmail.com
Chargée d'étude indépendante

Jean-Pierre Divet
jeanpierredivet@gmail.com
Ville de Grabels, élu en charge
des marchés et de l'agriculture

Comité de suivi national
comitedesuivi.ici.c.local@inra.fr

SITE INTERNET

<http://www.sad.inra.fr/Partenariat-innovation/Ici.C.Local-Valoriser-les-circuits-courts-dans-les-territoires>

La marque Ici.C.Local a été co-financée par l'**INRA**, département **SAD**, et la **Ville de Grabels**. Son dépôt à l'**INPI** a été initié par **AgroValo Méditerranée**, INRA-Montpellier SupAgro (G. Lépine). Elle a bénéficié du soutien juridique de l'**UCPI de l'INRA** (C. Nicolas) et de la **DGS de la Ville de Grabels** (M. Blanc). L'expérimentation et le suivi de la démarche ont par ailleurs bénéficié de fonds du **Casdar**, du **Programme PSDR**, de la **FAO** et du **Programme européen FP7**.



Remerciements à l'ADPM, à C. Detraz (Service Communication et Culture de la Ville de Grabels), aux consommateurs et exposants ayant accepté de participer aux enquêtes sur Ici.C.Local, ainsi qu'aux membres du comité de suivi du marché de Grabels.

Ce guide a été rédigé par **Y. Chiffolleau** et **A. Canard**.

Avril 2016

ISBN : 2-7380-1394-5

Code EAN : 978 273 801 3941