

## Entretien avec Marseille, Œuf d'Or 2011



Marseille s'est vu remettre en 2011 notre [Trophée des Œufs d'or](#), pour sa politique d'achats d'ovoproduits issus de poules élevées exclusivement en plein air. Cela représente plus de 600 000 œufs par an. Dans le cadre de notre [campagne](#) en direction des maires de France, leur demandant de ne plus s'approvisionner en œufs et ovoproduits provenant de poules élevées en cage, nous avons souhaité recueillir le témoignage de Danièle Casanova, adjointe au maire déléguée aux écoles maternelles et élémentaires et au soutien scolaire.

**Vous avez reçu en 2011 notre Trophée des Œufs d'Or pour votre politique d'achat d'œufs hors-cage, dans le cadre de la restauration scolaire. Qu'est-ce qui a motivé votre décision ?**

La qualité des produits alimentaires pour la confection des repas pour les petits Marseillais est une priorité pour la ville de Marseille. Faire le choix d'œufs de poules élevées en plein air, est une réponse à cette qualité de produits et au respect des conditions d'élevage des animaux.

**Celle-ci s'inscrivait-elle dans une démarche d'approvisionnement responsable plus large au regard de la restauration collective ?**

Le choix des approvisionnements est primordial. Lors du dernier marché de la restauration, la ville a porté son choix sur la qualité des produits et leurs provenances. C'est ainsi qu'aujourd'hui les repas sont fabriqués avec 30 % de produits locaux, que chaque jour 2 produits bio français sont proposés aux écoliers fréquentant les cantines. Chaque jour le pain est bio et 100% français. 100% du lait utilisé est français, tout comme les viandes de bœuf, porc, volaille et veau. Pour les poissons, les espèces menacées sont exclues des menus.

« Faire le choix d'œufs de poules élevées en plein air est une réponse à cette qualité de produits et au respect des conditions d'élevage des animaux. »

Le respect des saisons est également un élément important dans la construction des menus.

Des engagements de tonnage ont été pris avec des producteurs locaux (pommes de terre, courgettes). Même les biscuits emballés servis sont réalisés par un biscuitier basé à Aubagne.

**Quelles difficultés avez-vous rencontrées lors de la mise en place de cette politique d'achat?**

**« Pour les œufs, la mise en place a été facilitée par une présence importante de producteurs français proposant ce type d'élevage. »**

Pour les œufs, la mise en place a été facilitée par une présence importante de producteurs français proposant ce type d'élevage.

Pour les autres produits locaux, l'une des difficultés a été de trouver des producteurs locaux pouvant répondre au volume et à l'uniformité de la qualité attendue.

**Quelles solutions avez-vous trouvées pour y faire face?**

Il a fallu que nous apprenions à nous connaître, qu'une confiance s'installe entre les 2 parties.

**Le fait que la restauration scolaire de la ville soit en gestion concédée a-t-il rendu votre démarche plus difficile, ou au contraire cela a-t-il facilité son implémentation ?**

Les sociétés privées de restauration comme Sodexo, ont déjà fait un travail en amont sur les produits locaux et les autres produits spécifiques. Leurs structures et leurs expertises ont été des éléments facilitateurs pour répondre à cette demande.

**Avez-vous mis en place des activités de communication liées à cette démarche en direction des enfants et/ou de vos administrés, et si oui lesquelles ?**

Notre prestataire Sodexo a mis en place des supports de communication. Le premier est la lettre « Cuisto Rigolo » qui reprend les menus avec une indication sur les types de produits, en direction des familles.

Une porte ouverte de la cuisine centrale a été réalisée en juin dernier. Ce fut l'occasion de présenter nos produits et producteurs locaux.

Nous réfléchissons à d'autres supports pour faire partager l'ensemble de ces informations produits.

**« Les sociétés privées de restauration [...] ont déjà fait un travail en amont sur les produits [...] spécifiques. Leurs structures et leurs expertises ont été des éléments facilitateurs pour répondre à cette demande. »**

**Comment ont-ils perçu cette politique ?**

Il est difficile d'évaluer aujourd'hui le retour des familles et des enfants sur cette politique.

**Est-ce une démarche que vous comptez poursuivre avec d'autres produits tels que laitiers ou carnés ?**

Même si l'impact sur le coût n'est pas neutre, nous souhaitons poursuivre cette avancée.

Concernant les produits laitiers, un rapprochement est en cours avec La Fermière (fabrication de yaourt à Aubagne) et avec un producteur de lait situé dans les Alpes.

Pour certains producteurs, ce genre de référencement demande parfois des investissements de leur part et peut constituer un frein.

Pour les produits carnés, l'approche est plus difficile car nous ne sommes pas dans une région d'élevage.

### **Pensez-vous que d'autres villes pourraient suivre l'exemple de Marseille ?**

**« Passer des marchés directement avec les producteurs permet de leur assurer des revenus réguliers et de faire profiter les enfants de produits frais de qualité. »**

Bien sûr !

### **Quels conseils pouvez-vous leur donner ?**

Si ces villes ont la chance de se situer dans une région de production agricole, je suggère de passer des marchés directement avec les producteurs. Cela permet de leur assurer des revenus réguliers et de faire profiter les enfants de produits frais de qualité.