

18-26 Septembre 2021

Modèle fluvial puis modes actifs



Sur proposition de SAS l'Équipage 31 (Responsable : Jean-Marc Samuel), le premier scénario a été envisagé en septembre 2021.

Cette opération a été conduite en collectif:

- SAS l'équipage 31 : Jean-Marc SAMUEL (capitaine marinier, suivi du projet pour l'Equipage31)
- Vivre le Canal : Catherine JAUFFRED (communication, presse, suivi du projet pour VLC, lien avec le fluvial) puis Bence en dernière semaine (alternant logisticien)
- Dem&Terria : Hervé Marcé (suivi reportage, photos, vidéo, communication) Pierre AGHA (préparation table-ronde), Thierry Dubuisson (organisation logistique, mise en relation de territoires, suivi du projet)

Le projet a été conduit en fonction des compétences des personnes et non en fonction de l'appartenance aux trois structures

Le « TOUT A INVENTER ET S' ADAPTER » a été de circonstance tout le voyage même si les points communication et logistique avaient été préparés en amont.





Communication

les 24-25-26 septembre 2021



Participez au premier
Transport
Eco-logistique Occitanie
de produits alimentaires.

un voyage bas-carbone
avec des modes de transport différents.
pour le report-modal des circuits courts alimentaires régionaux

Fourgon+Péniche+Vélo cargo



ENEZ A PIED OU EN VÉLO !

Faites votre panier de produits locaux transportés par voie d'eau
dans la cale de la péniche le Tourmente.



Ouverture au public:

Ramonville-Saint-Agne, Port-Sud
Le 24 septembre, de 14h à 19h30
Toulouse, boulevard Monplaisir

Les 25 et 26 septembre de 8h à 19h30

Marché des producteurs embarqués le 25 de 10h à 12h



produits transportés

Soutien du SICOVAL et des salariées du pôle du PAT

- rôle de facilitateur pendant toute l'organisation de l'événement (notamment de la table ronde)
- communication de l'événement vers des personnes politiques et citoyennes participant au PAT expérimental
- envoi de mails pour inviter les habitants à venir acheter des produits à la péniche
- Présence le jour de l'événement d'un chargé de communication du SICOVAL pour retranscrire l'événement auprès des habitants
- Impression de 10 affiches A3 sur l'événement Banderoles posées sur les côtés de la péniche
- Achats de pommes par la cuisine centrale de Ramonville prêt de chaises de la mairie de Ramonville
- paiement du lunch avec une traiteure locale (à base de produits agricoles de proximité)

Autres communications :

- Envoi de 6 000 Newsletters par La Maison du Vélo du 01/09 (peu d'effets visibles)
- Point presse : seul FR3 est intervenue- connaissance de Jean-Marc Samuel
- Vidéos et photos depuis Sète jusqu'à Toulouse en passant par la table ronde, par Hervé Marcé-Dem&Terria
- Tenue à jour des sites de Dem&Terria et Vivre le Canal
- Affichage de flyers et affiches par Bense dans Ramonville et Toulouse la semaine précédant l'événement
- Envoi de mails aux magasins et personnes participants à la Table ronde pendant septembre

Points de réussite

- Suivis vidéo, photos, table-ronde quasiment en temps réel (Hervé)
- Soutien com & logistique d'une collectivité (SICOVAL) et prise en charge matérielle et relais de com (banderole, mails, table-ronde) et relais de com du SICOVAL vers le public local (pour le marché dans la péniche du vendredi)
- Présence de deux chaînes de magasin : Ceci Cela et réseau Biocoop + magasin de producteurs Le Récantou
- Collectivités : achat de produits d'une cuisine centrale
- présence des transporteurs bas carbone : Applicolis, Railcoop

Faiblesses

- Table ronde : pas de présence d'élus du Sicoval et de Toulouse métropole (présences seules de salariés.ées)
- Vente de produits : manque de communication vers le grand public

Éco-logistique

Ce scénario en péniche a été possible du fait qu'il se soit greffé sur un autre projet. sinon il n'aurait pas été réalisable d'un point de vue économique

L'achat de produits a été traité individuellement par les structures du collectif

VLC et l'Équipage 31 : Faire la promotion du fluvial sous toute ses formes (fret fluvial et maritime). L'achat de produits diversifiés chez des producteurs de connaissance et des produits transportés par voilier (origine Italie, Sardaigne) sont destinés à être vendus sur la péniche lors des escales le long du canal.

Dem&Terria : Ce premier voyage de fret fluvial associé à d'autres modes de transports bas carbone est le premier de la série. Les objectifs étaient à la fois d'embarquer des produits des différents territoires traversés et destinés à différentes catégories d'acheteurs

(particuliers, collectivités, groupement d'achat, magasins). Recherche d'une palette de produits diversifiés à la fois emblématique d'un territoire, de produits valeurs santé (produits certifiés AB, Nature&Progrès)



Points de réussite

- Tous les producteurs Dem&Terria ont livré leurs marchandises
- Aucune casse ou détérioration de marchandises

Faiblesses

- Gros investissements pendant 10 jours à temps plein pour le capitaine et aussi pour la com, la vidéo et la logistique
- Attente et manque de coordination entre producteurs et transporteurs pour l'heure et le point de livraison
- Chargement et déchargement manuel (présence d'un transpalette électrique)
- Crainte de la part des producteurs des conditions de stockage et des conditions de transport de leurs produits (durée du transport, température, prise en charge de qualité jusqu'au consommateur final).

Perspectives d'amélioration

- Faciliter le transbordement des marchandises (grue)
- Utiliser et acquérir des pallox multimodaux pour faciliter les transbordements lors des changements de modes de transports. Avantage : les marchandises restent dans les mêmes contenants du producteur à l'acheteur
- Massification par la recherche d'écoulement de produits qui sont délicats à stocker (exemple des fruits)
- Installer une balise GPS avec report visuel des coordonnées sur une carte via un site Web permettant de suivre la péniche sur le canal. Avec ce principe on peut imaginer rajouter une interface permettant à Jean-Marc d'indiquer les points où il s'arrête pour charger/décharger avec le temps d'arrêt estimé
- Organiser l'enlèvement des produits depuis le producteur avec des véhicules propres type biogaz ou hydrogène

Voyage au fil de l'eau et perspectives fluviales



Nos objectifs communs étaient d'embarquer depuis le port de Sète des produits alimentaires diversifiés et de les acheminer jusqu'au bassin toulousain. Six étapes ont été identifiées.

Quatre étapes correspondaient à des bassins de production

1. 18/09 - Port de Sète : embarquement depuis un voilier de produits en provenance de Sicile
2. 21/09 - Quai de Trèbes : embarquement de pommes, produits oléicoles et vins
3. 22/09 - Quai de Bram : pommes, jus de pommes, pâtés végétaux
4. 23/09 - Gardouch : sacs de farine

Les producteurs acheminaient leurs produits à un rendez-vous fixé le long du canal, au plus près de leur lieu de production.

Deux étapes identifiées comme zone de consommation

5. 24/09 - Port-Sud Ramonville-SICOVAL : déchargement de pommes + Table ronde + vente de produits dans la péniche
6. 25/09 - Monplaisir Toulouse : déchargement de pommes, vins, produits oléicoles, pâtés végétaux, jus de pomme + vente de produits dans la péniche



Points de réussite

- Intérêts formulés par les producteurs et par des collectivités, Sète (à vérifier) Trèbes et Sicoval pour le fret fluvial
- cohérence validée par les acheteurs : produits locaux + transformation de qualité + transport bas carbone et actif

Les faiblesses

- Cout de l'opération : le financement prévisionnel (investissement du transport et énergie dépensée par le transporteur et par la com et logistique) n'a pas été abordé
- Organisation complexe du fait de transports multimodaux (fourgon + péniche + vélo-cargo) la préparation s'est faite dans l'urgence en plein été (difficulté à mobiliser les personnes) période de reprise (rentrée, Covid, reprise économique difficile), commandes de produits difficiles en entrée de saison avec un manque de préparation
- demande de froid pour produits transformés : gelée royale, pâtisseries, confiserie



Recherches

- Utilisation de locaux de stockage fermés et/ou réhabilitation de l'existant au niveau des points d'embarquement/déchargement
- Cibler et communiquer sur des points de vente directe autour du fluvial, création de zones portuaires
- Inviter les territoires traversés par le canal à être parties prenantes d'une relance du fret fluvial
- Créer un suivi-lien avec les producteurs pour les rassurer sur le bon acheminement de leur produits (exemple des services de la poste comme Chronopost)
- Fixer un calendrier de navettes régulières et organisées pour les producteurs comme pour les acheteurs
- Avoir plus de produits bruts à la vente. Les produits transformés sont chers et leur écoulement n'est pas assez fluide
- Demande de logistique des producteurs pour le transport de leurs marchandises : produits secs et de conservation : 1 fois par mois
- produits frais : 1 fois tous les 15 jours
- On pourrait imaginer le long du canal avoir non seulement des producteurs mais aussi des Distributeurs (épiceries, marchés...) qui pourraient réceptionner et vendre des «produits du canal», Ce qui assurerait une plus large diffusion des produits mais qui implique plus de main d'oeuvre en logistique

- Nous pouvons estimer que ce premier voyage a été une réussite compte-tenu des moyens que nous avons. Il est dû essentiellement au travail collectif et une bonne collaboration, notamment d'Osanne Billand. Il est à regretter que les élus aient été absents, ainsi que les médias, manque de poids politique pour susciter de l'intérêt ?
- Nous devons rechercher une collaboration avec les partenaires potentiels qui s'investissent peu ou prou dans cette dynamique.
- Les producteurs en bio Les magasins
- La région Occitanie et notamment reprendre contact avec Jean-Luc Gibelin, vice président de la Région, pour des scénarios spécifiques (exemple des bus scolaires, etc...)
- Les collectivités territoriales de la région Occitanie
- Les collectivités territoriales spécifiques traversées par le Canal Les PAT expérimentaux de la région Occitanie
- Les transporteurs bas carbone ESS de préférence. Il s'agit de chercher un transporteur fourgon au biogaz
- Les partenaires économiques MIN, industrie, associations de consommateurs, AMAP, etc... Les partenaires économiques spécifiques lancés dans une dynamique de changement de paradigme



<https://dem-et-terria.fr/>

Octobre 2021