

IMPULSER L'ECONOMIE LOCALE ET CIRCULAIRE PAR LE RENFORCEMENT DES RESEAUX PRODUCTEURS-CONSOMMATEURS

BILAN DE MISSION

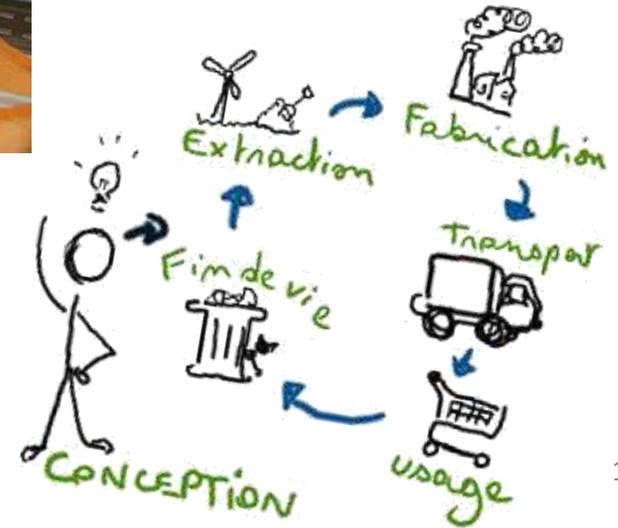
Avec le Pays Haut Languedoc et Vignobles



Tous **acteurs** de notre
alimentation



Projet Alimentaire Territorial



MARS 2019

SOMMAIRE

Le Projet Alimentaire Territorial : Les Fondamentaux	3
Présentation opérateur de la mission	7
Le contexte territorial	10
Présentation des 5 axes de la mission	12
Axe 1 : Animation territoriale	13
Axe 2 : Actions pédagogiques	21
Axe 3 : Soutien aux commerces locaux	29
Axe 4 : Expérimentation	31
Axe 5 : Communication & Sensibilisation	35
10 chantiers à ouvrir et/ou à poursuivre	40
En conclusion...	43
ANNEXES	47

Le Projet Alimentaire Territorial : Les Fondamentaux...

14 octobre 2014 – Adoption de la loi d’avenir pour l’agriculture, l’alimentation et la forêt



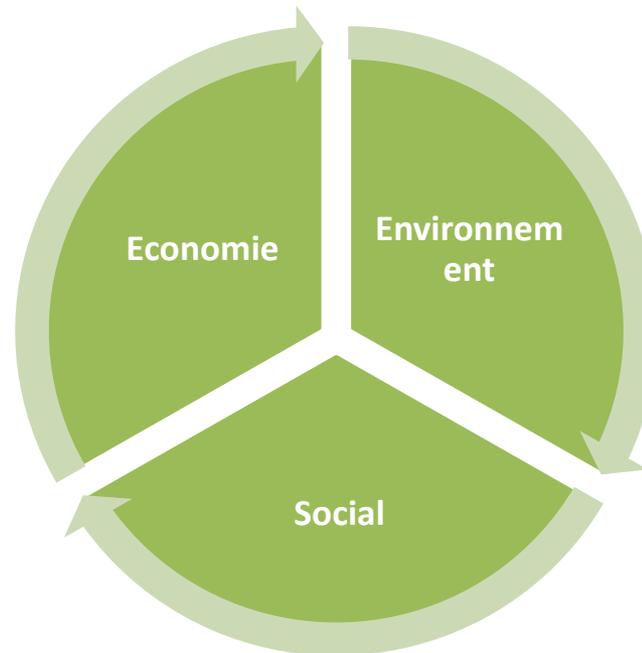
Mise en place d’une politique nationale de l’Alimentation



Ancrage territorial de cette politique avec la mention des projets alimentaires territoriaux (PAT - article I titre III).

Le Projet Alimentaire Territorial : Les Fondamentaux...

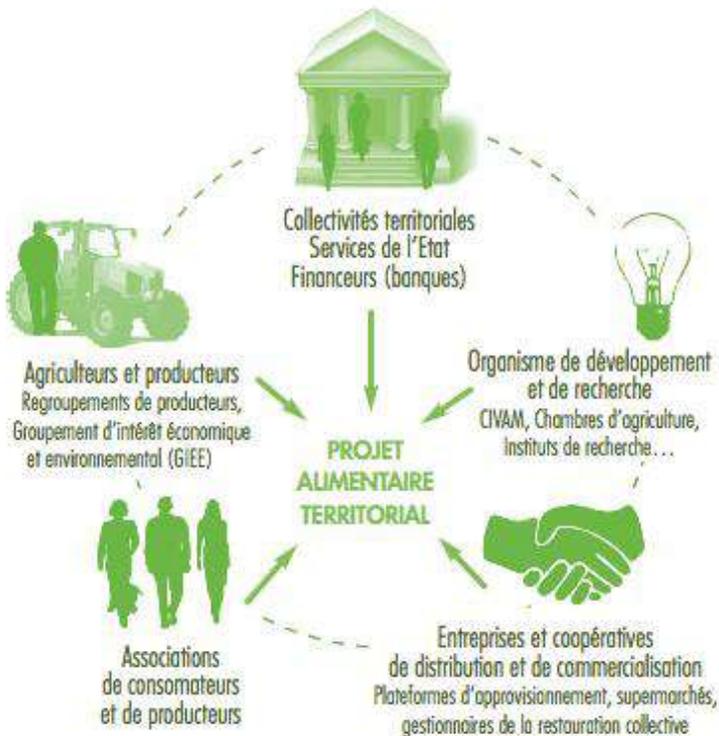
Consolidation et structuration des filières, installation d'agriculteurs, préservation des espaces agricoles ...



consommation de produits locaux, valorisation d'un nouveau mode de production agroécologique, préservation de l'eau et des paysages, lutte contre le gaspillage alimentaire...

éducation alimentaire, création de liens, accessibilité sociale, don alimentaire, valorisation du patrimoine...

Le Projet Alimentaire Territorial : Les Fondamentaux...



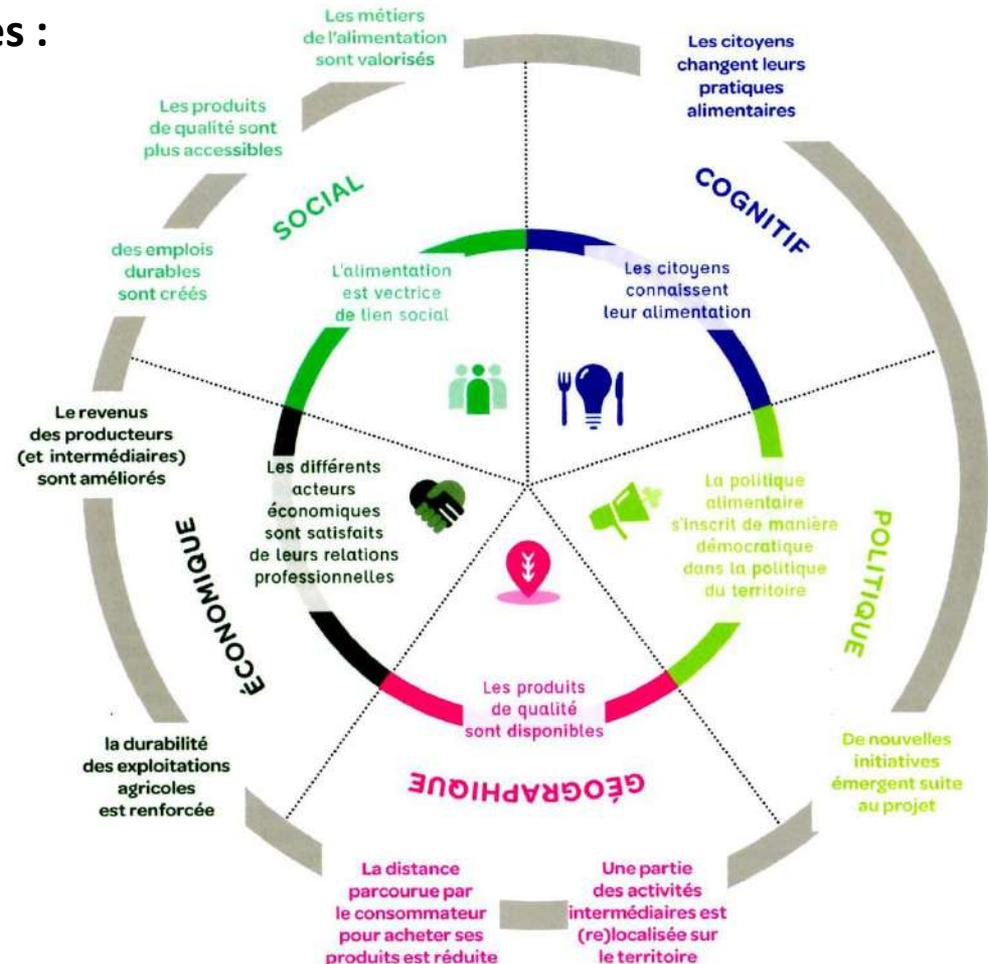
Le Projet Alimentaire Territorial (PAT) c'est :

- Établir une nouvelle gouvernance alimentaire
- Engager une dynamique de développement économique local
- Préserver la santé et l'environnement
- Mener un véritable projet de territoire
- Fédérer les énergies

EVALUATION D'UN P.A.T. – Exemple de grille d'analyse

Une grille d'évaluation en deux cercles :

- En premier cercle
Différentes composantes d'un système alimentaire, déclinées en 5 dimensions : Cognitive, politique, sociale, économique, et géographique.
- En second cercle
Série complémentaire d'indicateurs associés à ces 5 dimensions.
Permet de mesurer les changements de pratiques induits par les différentes initiatives.



ADAT – Présentation de l'opérateur de la mission

- **Une PLATEFORME DE COMPETENCES**
Techniciens, universitaires, ingénieurs, acteurs impliqués au cœur des territoires...
- **Membre de l'UNADEL** (Union Nationale des Acteurs du Développement Local) pour la Région Occitanie / Pyrénées Méditerranée.
- Titulaire de l'**agrément Entreprise Solidaire**
- Lié en partenariat avec le **MOUVEMENT RURAL DE L'HERAULT**
(missions « comment se nourrit-on ? », « Marchés en mouvement », etc.)
- 2016 : Opérateur d'une mission de développement et d'accompagnement pour la **plateforme AGRILocal** sur l'Ouest Hérault (PHLV concerné)

ADAT – Présentation de l'opérateur de la mission

 Bonne connaissance de la démarche impulsée par le PHLV pour la mise en œuvre de son **PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL** :

- **RENFORCER** les circuits alimentaires de proximité
- **ORGANISER ET PROMOUVOIR** l'offre de produits locaux et le patrimoine agricole
- **FACILITER L'ACCES** des populations fragiles à une bonne alimentation
- **SENSIBILISER** les publics au « mieux produire pour mieux manger »

 Ce qui guide nos actions, nos engagements et notre méthodologie :
le **DEVELOPPEMENT LOCAL PARTICIPATIF**

- Importance du **travail de terrain**
- **Présence active** auprès des acteurs territoriaux

ADAT – Présentation de l'opérateur de la mission

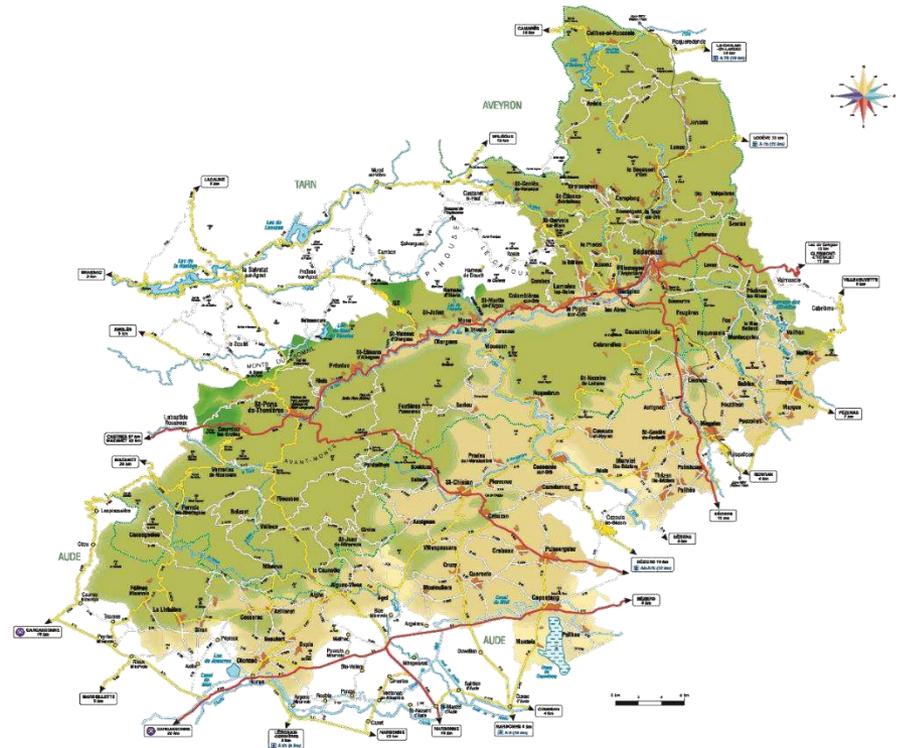
Les PARTENAIRES qui nous ont accompagné

- Le réseau **RACINES**
Axe pédagogique en direction du jeune public
- La **FR-CIVAM**
Connaissance, mobilisation et animation
des acteurs du monde agricole
- Le centre **CEBENNA**
Animations pédagogiques
Contribution à la construction du réseau
- **Camille CLEMENT**
Chercheuse, consultante indépendante
Volet « expérimentation & logistique »



Contexte territorial

- **Nombreuses spécificités**, autour de trois principales typologies territoriales :
 - Plaine viticole, du Minervois jusqu'aux portes de Béziers, densités de population les plus élevées (aire périurbaine Biterroise)
 - Piémont et petits reliefs (bassins de Faugères, St Chinian, zone médiane du Minervois...)
 - zone de « vallées et montagnes », (aire du PNRHL), très faible densité de population excepté bassin de Bédarieux + quelques bourgs-centres (Olargues, St Pons)



Contexte territorial

 **Différences significatives** liées à cette grande variété du territoire :

- Typologie des productions agricoles et activités de transformation agro-alimentaires
- Nature et densité des commerces (sédentaires ou itinérants)
- Comportements alimentaires des habitants

 **La prise en compte de toutes ces spécificités territoriales aura été un élément majeur de notre démarche qui s'est organisée en fonction de « bassins de vie » bien identifiés.**

Une mission articulée en 5 AXES :

ANIMATION TERRITORIALE

Axe principal, travail de fond sur lequel reposera l'ensemble du dispositif
Enjeu majeur : animation d'un **réseau pluridisciplinaire** autour des acteurs de l'alimentation, « R2A » = Réseau des Acteurs Alimentaires

ACTIONS PEDAGOGIQUES

Inscrire la question alimentaire **au cœur des projets pédagogiques** des acteurs concernés : Scolaires, ALSH, associations d'éducation populaire...

SOUTIEN AUX COMMERCES LOCAUX

Soutenir les entreprises existantes et les projets émergents de commerce de proximité dans leurs engagements à promouvoir les produits locaux

EXPERIMENTATION

Etude de faisabilité d'un **point de vente collectif itinérant** (en réponse à un besoin exprimé lors d'une précédente mission)

COMMUNICATION / SENSIBILISATION

Associer tout au long de la mission une ou plusieurs personnes spécifiquement en charge de la communication (en interne, en externe)

Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE



Axe principal, travail de fond sur lequel reposera l'ensemble du dispositif

Enjeu majeur : animation d'un **réseau pluridisciplinaire** autour de tous les acteurs de l'alimentation

- **Agriculteurs** (toutes filières)
- **Artisans transformateurs** de l'alimentation
- **Citoyens-consom'acteurs**, à titre individuel ou collectif
- **Tissu associatif**, particulièrement riche sur ce territoire
- **Commerçants** sédentaires ou ambulants
- Acteurs de la **RHD** (restauration hors domicile), publics ou privés
- Représentants des **institutions** et des dispositifs concernés : chambres consulaires, PNR, DRAF, AGRILocal (CD34), chargés de mission des intercommunalités, etc.



Première étape méthodologique :

prise en compte des **réseaux et groupes déjà constitués** (groupements d'achats, associations de producteurs, professionnels déjà impliqués dans le club des entrepreneurs, etc.)

Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

Organisation par bassin de vie

Prise en compte de la diversité et de l'étendue du territoire

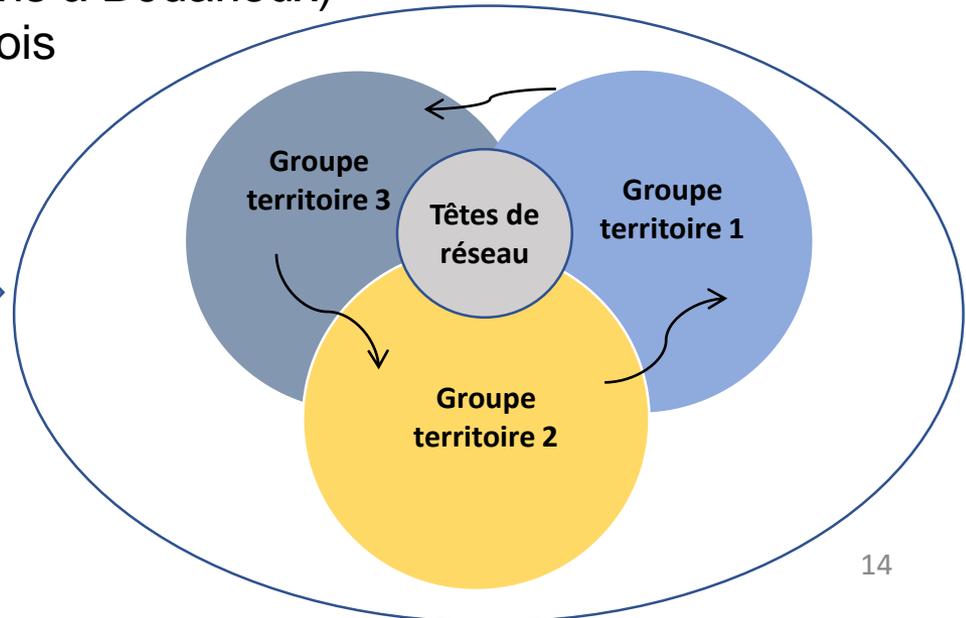
3 groupes de travail se sont constitués, organisés sur **3 bassins de vie**, avec pour chacun une ou plusieurs « **têtes de réseau** »

- ✓ Minervois / St Chinianais
- ✓ Vallées Orb & Jaur (de St Pons à Bédarieux)
- ✓ Périurbain Biterrois & Piscenois

Réseau des acteurs alimentaires PHLV

Avec représentants institutionnels :

- Observatoire éco PHLV
- PNR Haut-Languedoc
- Chambres consulaires
- Coordination AGRILocal (CD34)
- Intercommunalités,...

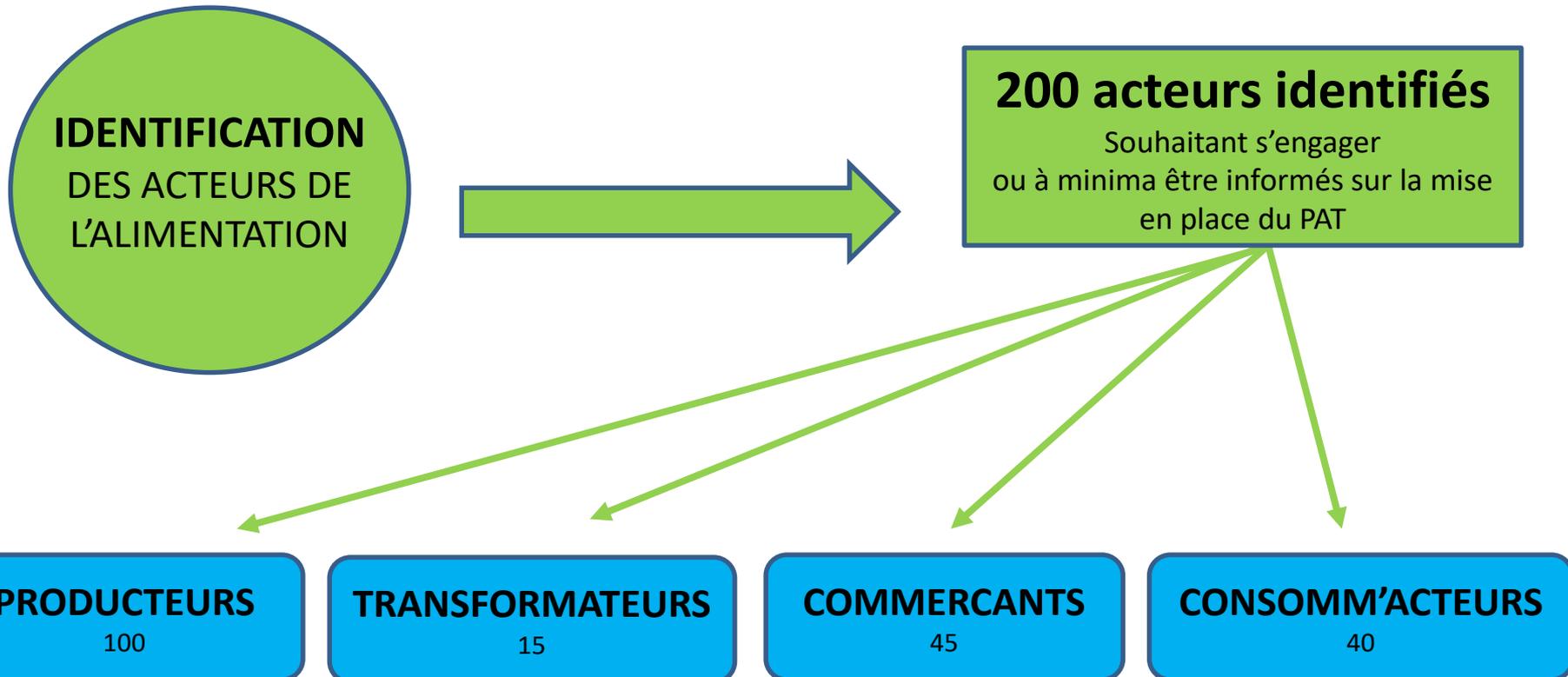


Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

- **Les groupes de territoire** ont constitué un lieu d'échange, de réflexion et d'action pour :
 - ✓ Les actions pédagogiques jeune public
 - ✓ Les actions pédagogiques grand public
 - ✓ Les actions de soutien aux commerces locaux
 - ✓ L'expérimentation d'un point de vente itinérant (ou toute autre expérimentation...)
 - ✓ Les actions de communication et de sensibilisation en direction du grand public : habitants, résidents saisonniers, touristes de passage, etc.
- **Trois « passerelles »** nous ont aidé à construire ce réseau
 - ✓ Plateforme AGRILocal (identification des acteurs de l'alimentation)
 - ✓ Réseau de la FR-CIVAM
 - ✓ Le réseau des fermes RACINES

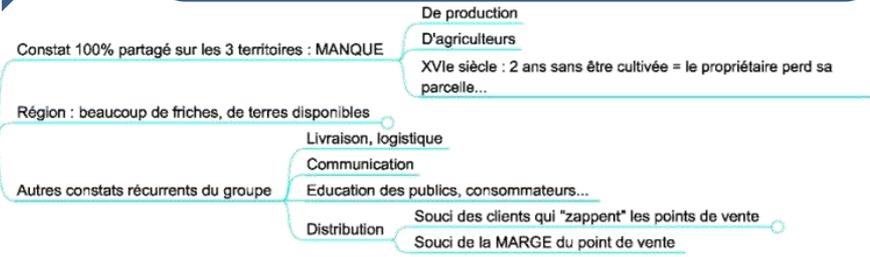
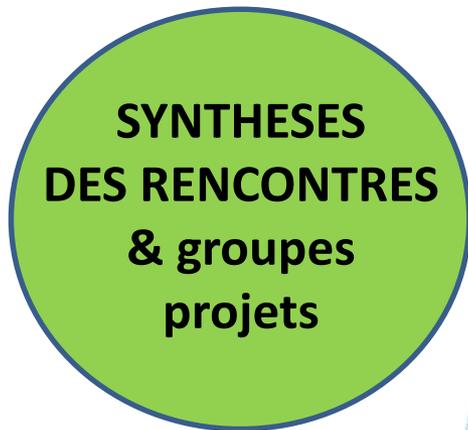
Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

ETAPES REALISEES

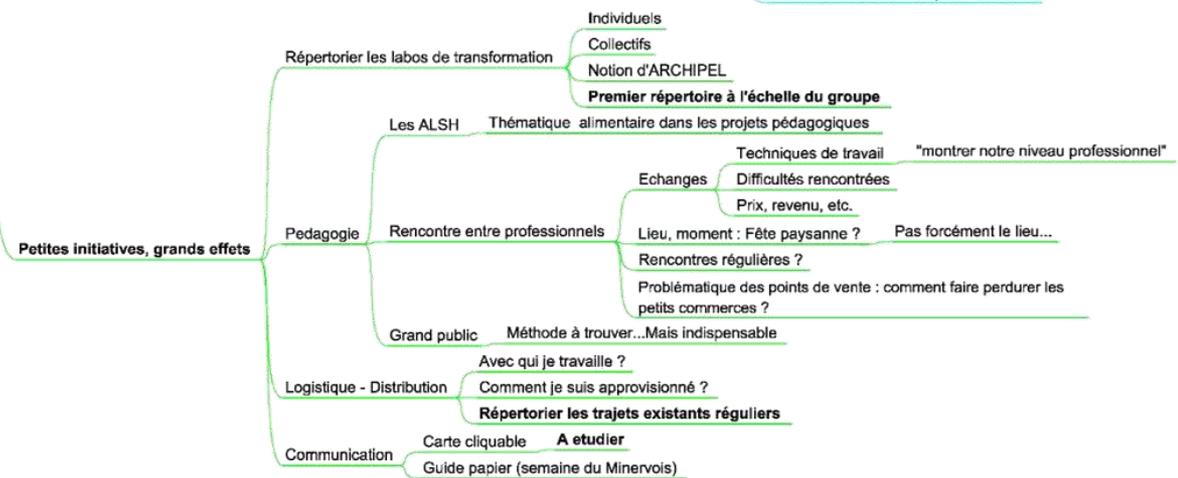


Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

ETAPES REALISEES

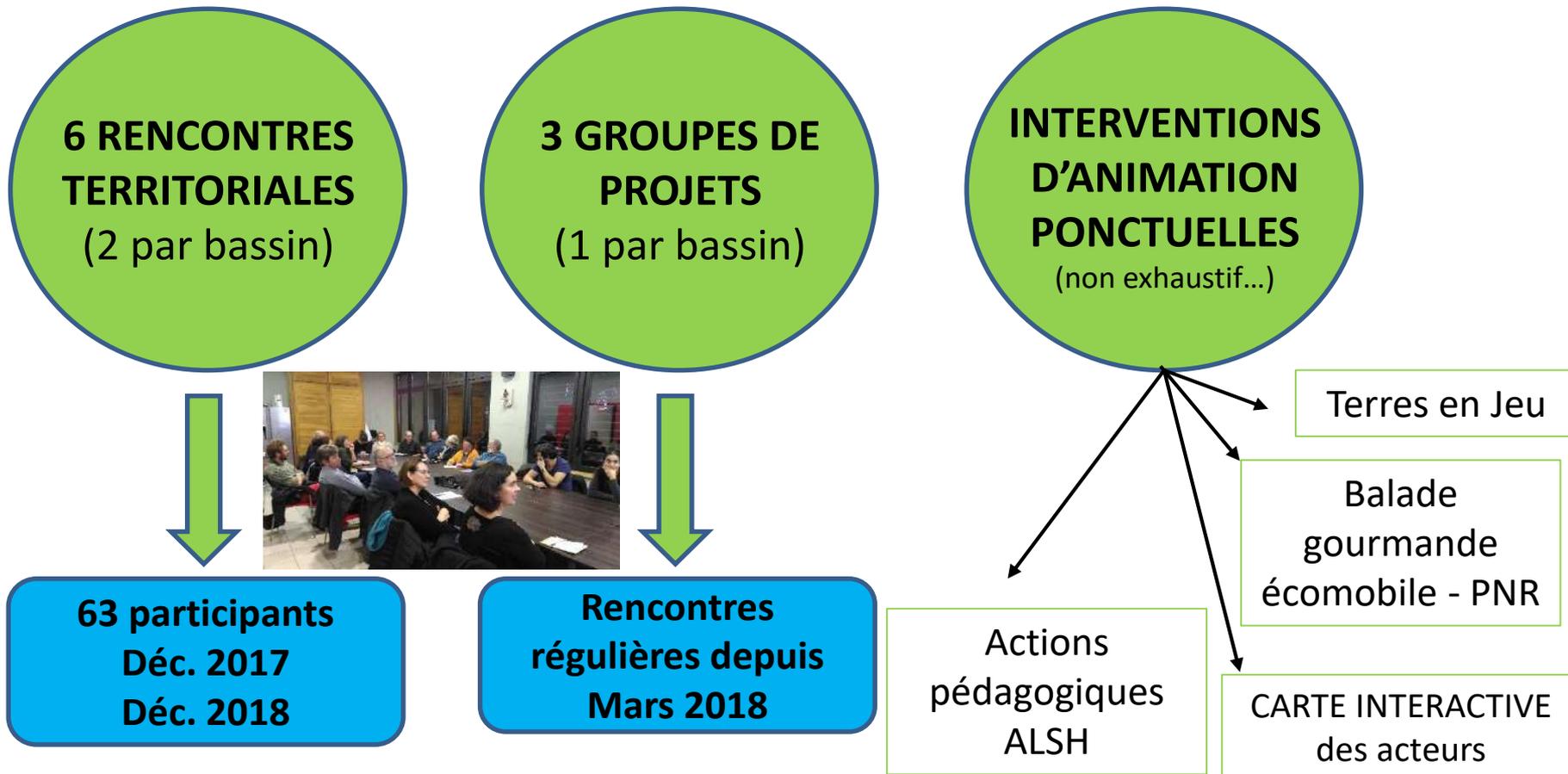


Exemple :



Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

ETAPES REALISEES



Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

LES PROBLEMATIQUES RECURRENTES OBSERVEES LORS DES RENCONTRES



- ➔ Manque général de disponibilité foncière
- ➔ Manque d'information entre élus et porteurs de projets agricoles
- ➔ Pression globale vers l'immobilier d'habitation
- ➔ Crainte de certains élus, risque de « cabanisation »
- ➔ Accès à l'eau (pas toujours indispensable, notamment dans le cas d'élevages extensifs)



- ➔ Régulièrement entendu : « il manque un maillon »
- ➔ Livraisons producteurs / commerçants : qui doit se déplacer ?
- ➔ Coût élevé des véhicules frigorifiques : souci d'équipement
- ➔ Problématiques identiques pour « Agrilocal » (resto. collective)
- ➔ Besoin d'ateliers de transformation en proximité, petites unités

Axe 1 de la mission : ANIMATION TERRITORIALE

LES PROBLEMATIQUES RECURRENTES OBSERVEES LORS DES RENCONTRES

INFORMATION COMMUNICATION

Vers le Grand public
ET
Entre acteurs
professionnels



Qui produit Quoi ? Où ?



Qui vend quoi ? Où ?



Qui possède quel matériel ? Mutualisable ou pas ?



Globalement : manque de travail en réseau...
Le travail sur le PAT peut « poser des bases »...

ANIMATION PEDAGOGIE LIEN SOCIAL



Manque de visibilité sur « l'engagement local » dans les fêtes,
événements culturels, sportifs, etc.



Sensibilisation jeune public : on peut mieux faire...



Peu de sensibilisation vers le « grand public » (adultes...)
Beaucoup de préjugés (produits sains et locaux = chers)



Peu d'accès aux produits locaux pour les publics précaires, en
difficulté...

Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

1. En direction du jeune public

- Nous avons proposé d'inscrire la question de l'alimentation **au cœur des projets pédagogiques** des acteurs concernés :
 - ✓ Ecoles primaires
 - ✓ Collèges
 - ✓ Associations d'éducation populaire (foyers ruraux, MJC...)
 - ✓ Services enfance-jeunesse et ALSH liés aux intercommunalités et/ou aux communes
- **Outils pédagogiques** : En lien avec le réseau des fermes « Racines »
 - ✓ Visite commentée d'une ferme avec rencontre de l'agriculteur
 - ✓ Animation thématique, en fonction des programmes scolaires (dynamique territoriale, production agricole...)
 - ✓ Atelier(s) éducatif(s) : Fabrication de fromages, semis, nourrissage des animaux, cueillette...
 - ✓ Dégustation

Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

1. En direction du jeune public

THEMATIQUE
ALIMENTAIRE
& Agricole



INTEGRATION DANS LES
PROJETS PEDAGOGIQUES ALSH
Et établissements scolaires (avec AGRILocal)

Printemps

Eté

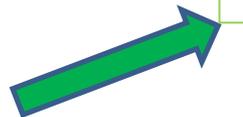
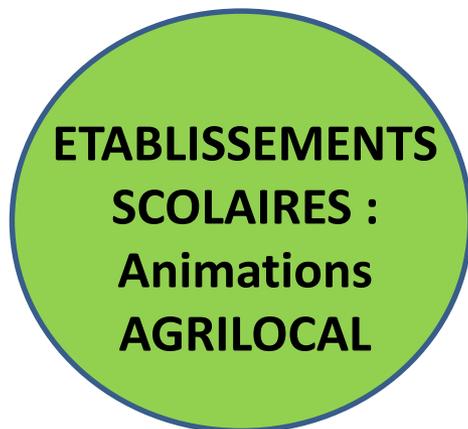
Automne

Hiver



Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

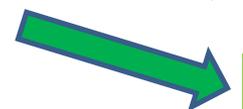
En direction du jeune public (suite)



15 Repas à thèmes



**4 Interventions
fournisseurs**



4 Sorties à la ferme



Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

Exemple : « les Loustics » (Olonzac) – Printemps - Eté 2018 Hiver 2019

ATELIER SOUPÉ avec Grains d'Ici dans le cadre de



Mardi 17 avril

Alim'en-terre : à la découverte des goûts
Surprise aux fleurs

Mardi 31 juillet ✂

Grand jeu : mène l'enquête! au marché d'Olonzac.
projet alimentaire de territoire

Mardi 14 août 🚗

Atelier cuisine des sportifs projet alimentaire de territoire

Atelier crêpes avec Grains d'Ici dans le cadre de



Jeudi 19 avril

Alim'en-terre, découvre le métier d'agriculteur *visite de ferme*

Mercredi 25 juillet

Vendredi 3 août 🚗 ✂

Découverte de la Ferme de Roquecave
à Ferrals-Les-Montagnes projet alimentaire de territoire

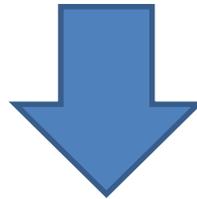


Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

Exemple : Les repas thématiques « 100% local » et sorties scolaires (avec Agrilocal 34)

- ➡ Opérations « Au pré de l'assiette » (Automne 2017 & 2018)
- ➡ Opération « Connectez-vous local » (Printemps 2018)
- ➡ Opération « Au pré de la ferme » (Juin 2018)

... entre Octobre 2017 et Septembre 2018



- **15 actions de type « repas thématiques », sur 7 collèges et lycées du territoire**
- **4 Sorties scolaires à la ferme, impliquant 3 établissements scolaires**
 - Travail de fond sur le « mieux manger » avec enseignants et personnel culinaire
 - Approche « métier », au contact des agriculteurs
 - Actions ludiques sous forme de « quizz-express »

Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

2. En direction du Grand Public

- **Objectif:** relier la question alimentaire aux grands enjeux environnementaux, sociaux, économiques, ainsi qu'à la santé publique et à la question du gaspillage alimentaire...
 - ✓ Informer
 - ✓ Réfléchir
 - ✓ Débattre
 - ✓ Décider
- **Outils pédagogiques :**
 - ➔ **Au démarrage de la mission** => orientation souhaitée vers des espaces de débats, échanges, etc...
 - ➔ **A L'ARRIVEE.... Une méthode plus active et ludique**
 - Un stand itinérant de dégustation avec atelier culinaire
 - Présence de ce stand sur divers événements Grand Public, particulièrement les « RENDEZ-VOUS AU PAYS »
 - En marge de l'atelier culinaire : info, documentation, animation, invitation à rejoindre les groupes de projets, etc.

Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

En direction du Grand Public

ACTIONS SPECIFIQUES SUR EVENEMENTS EXISTANTS

Les opérations

Balade écomobile & gourmande
Marché de terroir du Mas
Rolland
Les Pardailhades
Fête du pain
Ban des vendanges
Fête de la cerise
Fête de la gastronomie
Fête paysanne d'Azillanet ...

Les contenus

Dégustations, ateliers cuisine
Stand info (le PAT, c'est quoi ?)
Repas collectifs, « grande tablée »...

Axe 2 : ACTIONS PEDAGOGIQUES

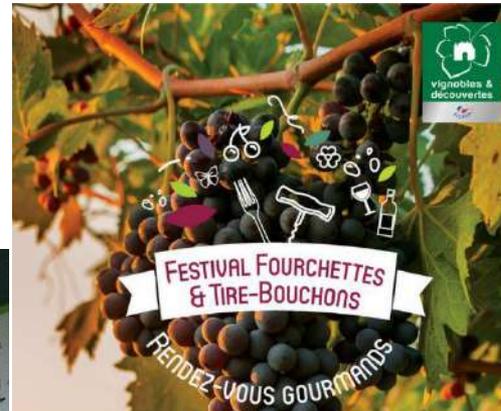
Atelier cuisine itinérant...



Les Pardailhades...



Fête du pain (Avène)



Fête de la cerise (Mons)



Fête paysanne
(Azillanet)

Axe 3 : SOUTIEN AUX COMMERCES LOCAUX

- **Objectif:** soutenir les entreprises existantes et les projets émergents de commerce de proximité dans leurs engagements à promouvoir les produits locaux
- **Outils :**
 - ✓ Information
 - Qui propose quoi ? Ou ? (cartes interactives, documents papier, etc...)
 - Etiquetage des produits, dans les commerces : pictogrammes simples et clairs, aidant à définir la provenance

 **Se référer à l'expérience d'étiquetage menée lors de la mission « marchés de plein vent »**
 - ✓ Communication par l'objet
 - Ce point ayant été jugé comme prématuré par les groupes de projets, il a été décidé de le remettre à des échéances ultérieures
 - ✓ Formation aux outils numériques
 - Développement de la lisibilité sur le web

 **Voir la partie « carte cliquable » dans l'axe COMMUNICATION**

Axe 3 : SOUTIEN AUX COMMERCES LOCAUX

GROUPES DE PROJETS

Intégration d'acteurs majeurs :

Epicerie La Ruche, Courniou

Bio Minervois, Olonzac

Le pain Levain, Azillanet

Grains d'ici, Pouzols

+ autres commerces, dans « grands groupes »...

BESOINS URGENTS

Communication (qui vend quoi et où ?)

Logistique de livraison

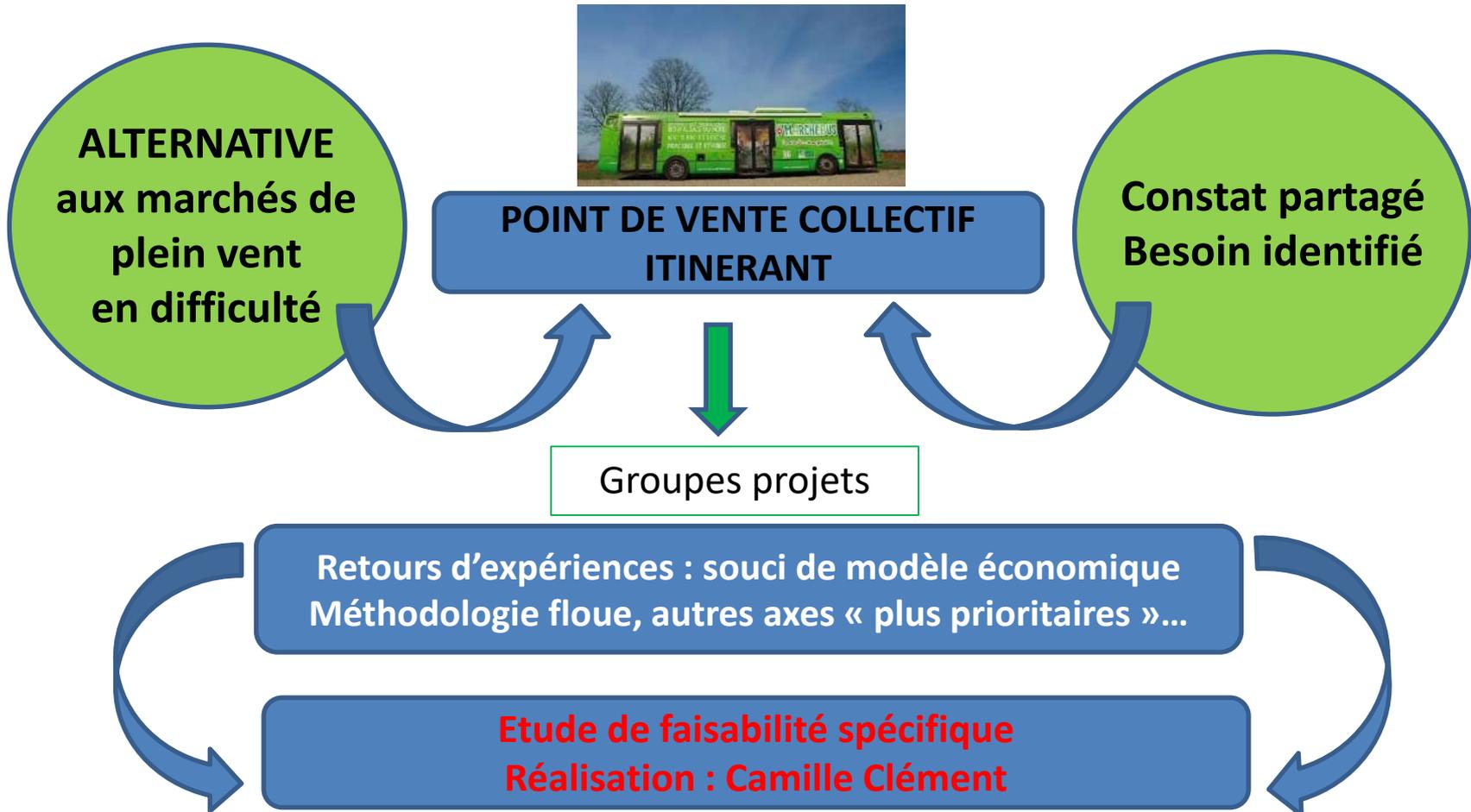
PREMIERE REPONSE OPERATIONNELLE :

La CARTE INTERACTIVE (voir axe « communication »)



Axe 4 : EXPERIMENTATION

Objectif: répondre à un besoin exprimé sur ce territoire lors de notre précédente mission, pouvant représenter une alternative au problème de certains marchés de plein vent en déclin



Axe 4 : EXPERIMENTATION



A la base : étudier la faisabilité d'un POINT DE VENTE INITERANT



Ce point a fait l'objet d'une **ETUDE SPECIFIQUE**, confiée à **Camille Clément**



PROCESSUS DE L'ETUDE : (voir détails en annexe)

- Rencontres avec des élus locaux autour des problématiques liées aux marchés de plein vent
- Rencontres avec des commerçants du territoire
- Rencontres avec les producteurs
- Etudes d'initiatives similaires / comparables

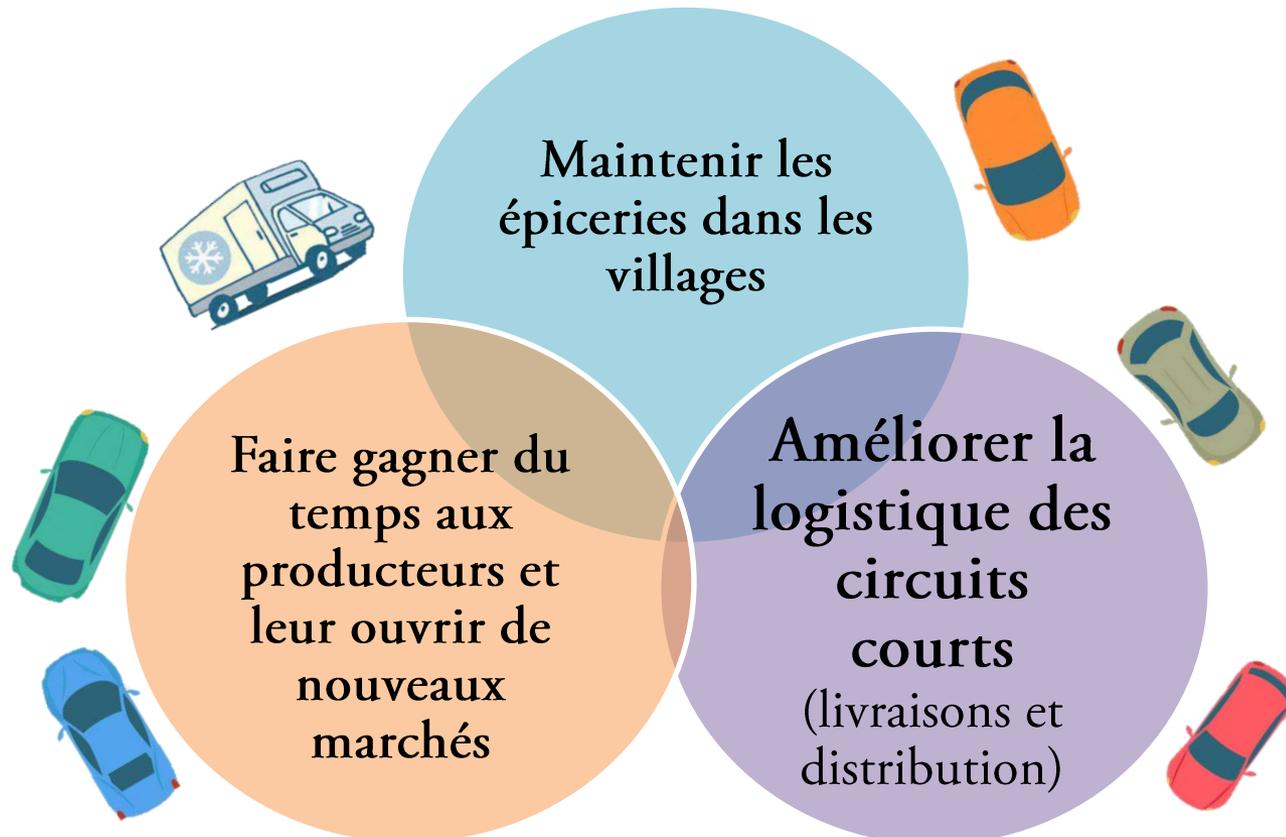


A L'ARRIVEE.... Une toute autre orientation !

- Point de vente collectif itinérant = risque de « cannibaliser » les autres exposants
- Risque de distorsion concurrentielle pour le commerce local
- **MAIS...** de vraies problématiques identifiées dans les domaines de **LOGISTIQUE ET LIVRAISON**

Axe 4 : EXPERIMENTATION

**CONCLUSIONS DE L'ETUDE DE Camille CLEMENT :
REPENDRE D'ABORD A DES PROBLEMATIQUES DE LIVRAISON ET DE LOGISTIQUE**



Axe 4 : EXPERIMENTATION

SUITE AUX CONCLUSIONS DE L'ETUDE...

- Découverte de l'expérience « **LA CHARRETTE** » (Rhône-Alpes)
- Organisation d'une **rencontre avec les porteurs de ce projet** le 18 Mars 2019 à Babeau-Bouldoux



SUITE A CETTE RENCONTRE...

- Ce « blablacar alimentaire » peut répondre à de nombreuses problématiques de livraison constatées sur ce territoire ➡ **Piste à expérimenter**

Axe 5 COMMUNICATION & SENSIBILISATION

- **Transversalité totale** avec les points précédents : la communication globale autour du PAT du Pays sera constituée de tous les éléments de communication élaborés sur les différents axes.

1. OUTILS DE COMMUNICATION INTERNE AUX GROUPES

- Création d'un **groupe Facebook spécifique** pour :
 - **Echanger** les informations
 - **Informer** des événements, initiatives à suivre, etc.
- **Listes de diffusion** propres au fonctionnement de chaque groupe
- **Outils numériques coopératifs** : pages framapad, cartes heuristiques, etc.

2. OUTILS DE COMMUNICATION EXTERNE, en direction du grand public

- Banderoles signifiant la présence du projet de PAT sur divers événements
- Dépliant « Tous acteurs de notre alimentation » pour une large diffusion
- Parutions régulières dans la presse locale, régionale....
- CARTE INTERACTIVE

➡ Producteurs, vendeurs, transformateurs... **QUI PROPOSE QUOI, ET OU ?**

Axe 5 COMMUNICATION & SENSIBILISATION

Pages FRAMAPAD



Groupe Facebook
« acteurs du PAT »



COMMUNICATION
INTERNE

Cartes heuristiques

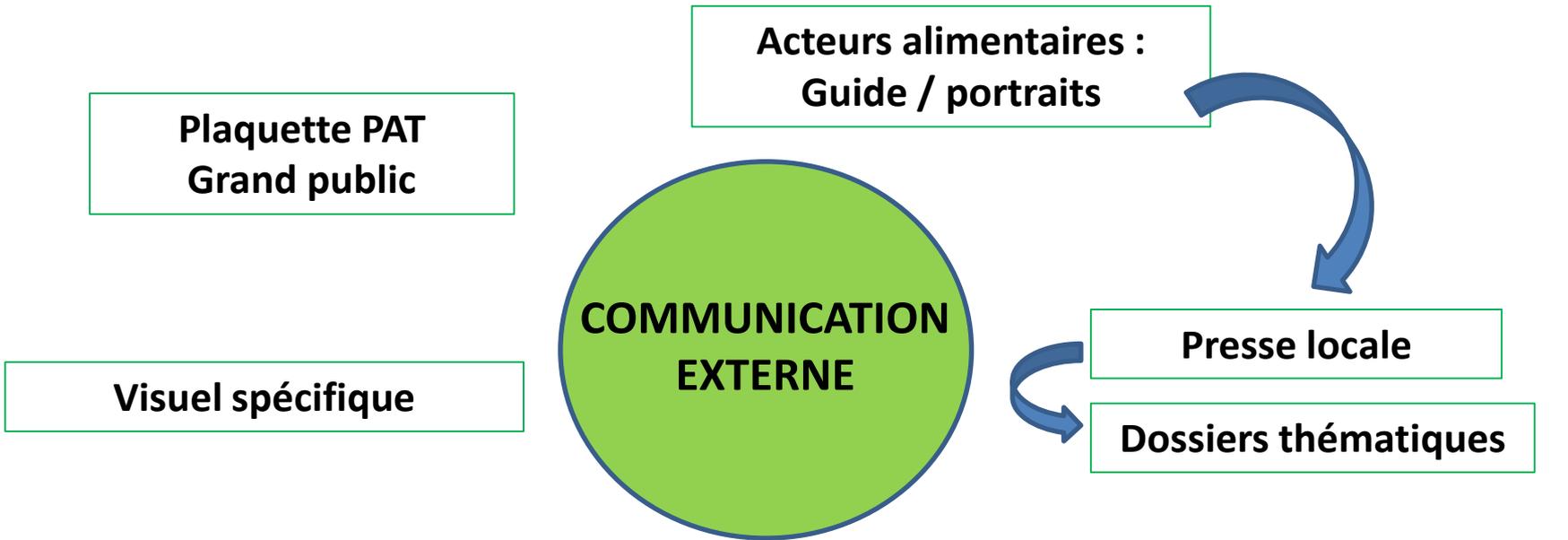


Intranet des acteurs

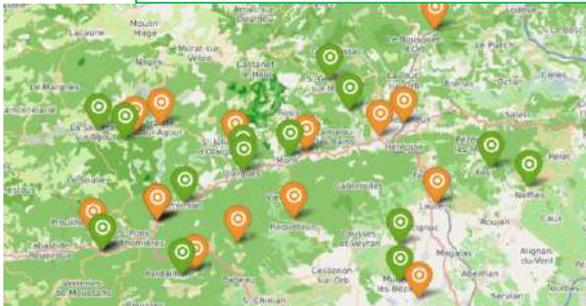
Qui dispose de quoi ? Où ?



Axe 5 COMMUNICATION & SENSIBILISATION



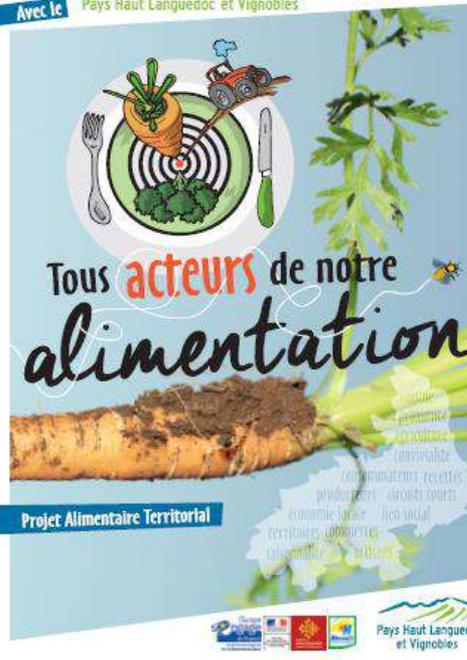
Carte INTERACTIVE



Axe 5 COMMUNICATION & SENSIBILISATION

ZOOM SUR... LA PLAQUETTE « Grand public »

Avec le Pays Haut Languedoc et Vignobles



Pour qui ?
Pourquoi ?

- Pour mettre l'alimentation **AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE** de notre territoire
- Pour élaborer un **PROJET COLLECTIF** avec tous les acteurs concernés (agriculteurs, artisans transformateurs, commerçants, consommateurs, associations, collectivités...)
- Pour une alimentation répondant aux **ATTENTES DU TERRITOIRE**
- Pour **RENFORCER LES INITIATIVES EXISTANTES** et **ACCOMPAGNER LES NOUVEAUX PROJETS**
- Pour **SENSIBILISER TOUTS LES PUBLICS** aux enjeux du **BIEN PRODUIRE** et **BIEN MANGER**

Des projets, des actions concrètes

Depuis 2017, des groupes se sont réunis sur plusieurs bassins de vie et travaillent sur des priorités définies collectivement. Ces groupes sont composés de tous les acteurs concernés et restent totalement ouverts. Si la question alimentaire vous tient à cœur, n'hésitez pas à les rejoindre ! (voir au verso)

Des actions déjà réalisées ou en cours

- Actions pédagogiques jeune public (implication des ALSH, sorties à la ferme, ateliers culinaires...)
- Inventaires matériels de transformation alimentaire
- Repérage des trajets de livraison existants
- Carte "cliquable" des acteurs alimentaires (qui produit quoi et où ? Qui vend quoi et où ?)
- Groupe Facebook d'échanges d'infos
- Jeu de rôle sur les enjeux du foncier ("Terres en jeu")
- Interventions en direction de la restauration collective (repas à thèmes, présence des producteurs...)
- Rencontres culinaires, formelles ou informelles...
- Balade "écomobile et gourmande"

Des initiatives à venir : les vôtres !

Ce projet alimentaire territorial est toujours en cours d'écriture... Des "petites initiatives aux grands effets" se développent... en prélude à des projets plus ambitieux ! Vous pouvez (même très modestement) contribuer aux travaux en cours, et à venir...

> POUR CELA, N'HÉSITEZ PAS À PRENDRE CONTACT !
(infos au verso)



OBJECTIFS :

- INFORMER le grand public sur la démarche entreprise par le Pays
- INCITER le grand public à rejoindre les groupes de travail, ou à se tenir informé grâce aux outils mis en place

Axe 5 COMMUNICATION & SENSIBILISATION

ZOOM SUR... LA CARTE INTERACTIVE www.cliketik.fr

OBJECTIFS :

- **INFORMER** le grand public sur les acteurs de la production, transformation, vente...
- Fournir aux acteurs alimentaires un **OUTIL PERFORMANT** leur permettant d'actualiser leurs informations en temps réel.
- **DIFFUSER** largement le lien vers cet outil, afin que tous les acteurs et institutions du territoire puissent l'intégrer sur leurs sites, pages de réseaux sociaux, etc.
- Créer un **CALENDRIER PARTAGE** pour tous les acteurs de l'alimentation du territoire : événements, rencontres, réunions....
- **DYNAMISER** la base de données des acteurs alimentaires, grâce à une possibilité de **mises à jour autonomes des données** (avec droits d'accès)
- **MUTUALISER** le matériel disponible mais aussi les trajets de livraison récurrents

➡ lien vers **LA CHARRETTE**

JE CHERCHE...

UN PRODUCTEUR (PAR PRODUIT)

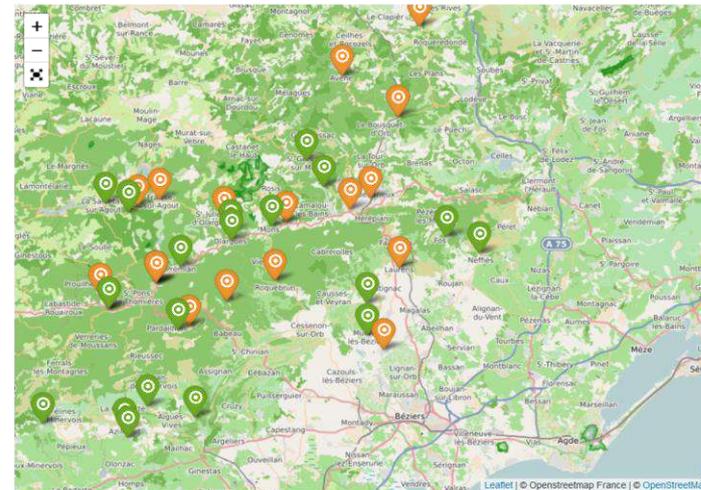
UN POINT DE VENTE (PAR PRODUIT)

UN MARCHÉ / UN POINT DE VENTE ITINÉRAIRE

QUI VEND OÙ ?

Chercher un producteur, un produit, un artisan, un point de vente...

Il y a 38 fiche(s) correspondant à vos filtres.



PRODUITS PROPOSÉS

- légumes (12)
- soupes (1)
- conserves salées (2)
- fruits (4)
- compotes Confitures et fruits transformés (8)
- miel (5)
- fromage de chèvre (3)
- pain frais (1)
- pâtisserie et viennoiserie (2)
- glaces (1)
- viande d'agneau (3)
- viande de Porc (4)
- viande de boeuf (6)
- viande de veau (8)
- viande de volaille (2)
- charcuteries et salaisons (4)
- vin (5)
- jus de fruits et boissons non alcoolisées (5)
- huiles (4)
- œufs et ovoproduits (3)
- plantes aromatiques et condiments (5)
- autres produits épicerie salée (3)
- autres produits épicerie sucrée (5)

A PARTIR DE 2019... 10 chantiers du PAT à ouvrir et/ou à poursuivre !

Problématique identifiée	Préconisation	Bassin de vie concerné	Echéance	Contenu	Partenaires & Ressources
Nécessité de renforcer le réseau	Poursuite des groupes projets	Les 3 bassins	2019 et au-delà	1 à 2 rencontres plénières annuelles (dont une en mode « 100% convivial » + rencontres thématiques petits groupes	Tous les acteurs du territoire
Manque d'outil de communication interactif « où trouver quoi » ? « Qui vend où ? »	Carte interactive Cliketik.fr	Les 3 bassins Et au-delà...	2019 et au-delà	Organiser un « lancement officiel » Large diffusion du code d'intégration Lien avec le concepteur pour mettre en œuvre les évolutions nécessaires	Tous les « relais » de la carte : PNRHL, les com com, les OT... Laurent Marseault, développeur
Problème de livraison des commerces et structures de restauration en produits locaux	Engagement dans l'outil LA CHARRETTE	Les 3 bassins Et au-delà...	2019 et au-delà	Convention entre le Pays et les dirigeants de la plateforme => fonctionnement avec un référent de territoire Tenter premières « livraisons-test »	La Charrette Laura Giacherio AGRILOCAL34 : peut contribuer à « amorcer » l'expérience
Urgence à sensibiliser les plus jeunes aux enjeux alimentaires	Animations ALSH + Etablissements scolaires	Priorité Sud & Minervois	2019 et au-delà	Poursuite actions engagées + contacts vers les autres bassins	Les Com Com CEBENNA PNRHL AGRILOCAL34

A PARTIR DE 2019... 10 chantiers du PAT à ouvrir et/ou à poursuivre !

Problématique identifiée	Préconisation	Bassin de vie concerné	Echéance	Contenu	Partenaires & Ressources
Manque de producteurs => Souci d'accès au foncier agricole	Réflexion engagée sur la « souveraineté alimentaire » du territoire	Avants-Monts Sud-Hérault	2019 et au-delà	Accéder au résultat de l'étude menée par les élèves ingénieurs Supagro Création rencontres porteurs de projets / élus A terme, « speed-dating » annuel du foncier ! Suivi du projet amorcé par Capestang	Com com Avants-Monts Terres de Liens Camille Clément (terres en jeu...) PNRHL CFPPA Béziers & Montpellier
Manque d'ateliers de transformation en petites unités de proximité	Accompagnement des projets identifiés	Hauts Cantons Sud & Minervois	2020	Suivi de l'avancée du projet sur Riols Organisation rencontre avec la FR CUMA Occitanie Visite d'expériences comparables	FR CUMA Occitanie Chambre agri Atelier transfo de Castans (11) Missions Eco des com com PNRHL
Livraisons en froid : Pas ou peu de véhicules frigorifiques pour les éleveurs	Recherche de solutions...	Hauts Cantons	2020	Rencontrer l'abattoir de Pézenas (utilisation collective de leur véhicule) Rencontre avec la FR CUMA Occitanie	Abattoir Pézenas FR CUMA Occitanie Transporteurs locaux Missions Eco des com com

A PARTIR DE 2019... 10 chantiers du PAT à ouvrir et/ou à poursuivre !

Problématique identifiée	Préconisation	Bassin de vie concerné	Echéance	Contenu	Partenaires & Ressources
Restauration collective en demande d'approvisionnement local	Contribution au développement de la plateforme AGRIOCAL sur le territoire	Les 3 bassins	2019 et au-delà	Intégrer AGRIOCAL comme un des principaux « leviers » sur lesquels le PAT peut s'appuyer. Suivi des animations proposées en milieu scolaire Participation aux rencontres acheteurs/fournisseurs	AGRIOCAL34 PNRHL Gestionnaires & chefs cuisiniers des établissements LA CHARRETTE (après mise en place...)
Difficulté d'accès aux produits locaux de qualité pour les personnes les plus fragiles	Accompagnement du projet « atelier solidaire »	Hauts Cantons Sud & Minervois	2019 et au-delà	Trouver les « relais » au projet : fournisseurs, points de dépôt, repérage des publics bénéficiaires Assurer la « mixité » des produits entre banque alimentaire & producteurs locaux	Familles rurales Département 34 Services d'aide sociale des co com LA CHARRETTE (après mise en place...)
Manque de connaissance de l'action entreprise par le « grand public »	Communication permanente tous médias confondus	Les 3 bassins	2019 et au-delà	Articles réguliers Dossier « portraits de producteurs » par la semaine du Minervois Réseaux sociaux : poursuite du groupe FB	Semaine du Minervois Echo des Hauts Cantons Midi Libre

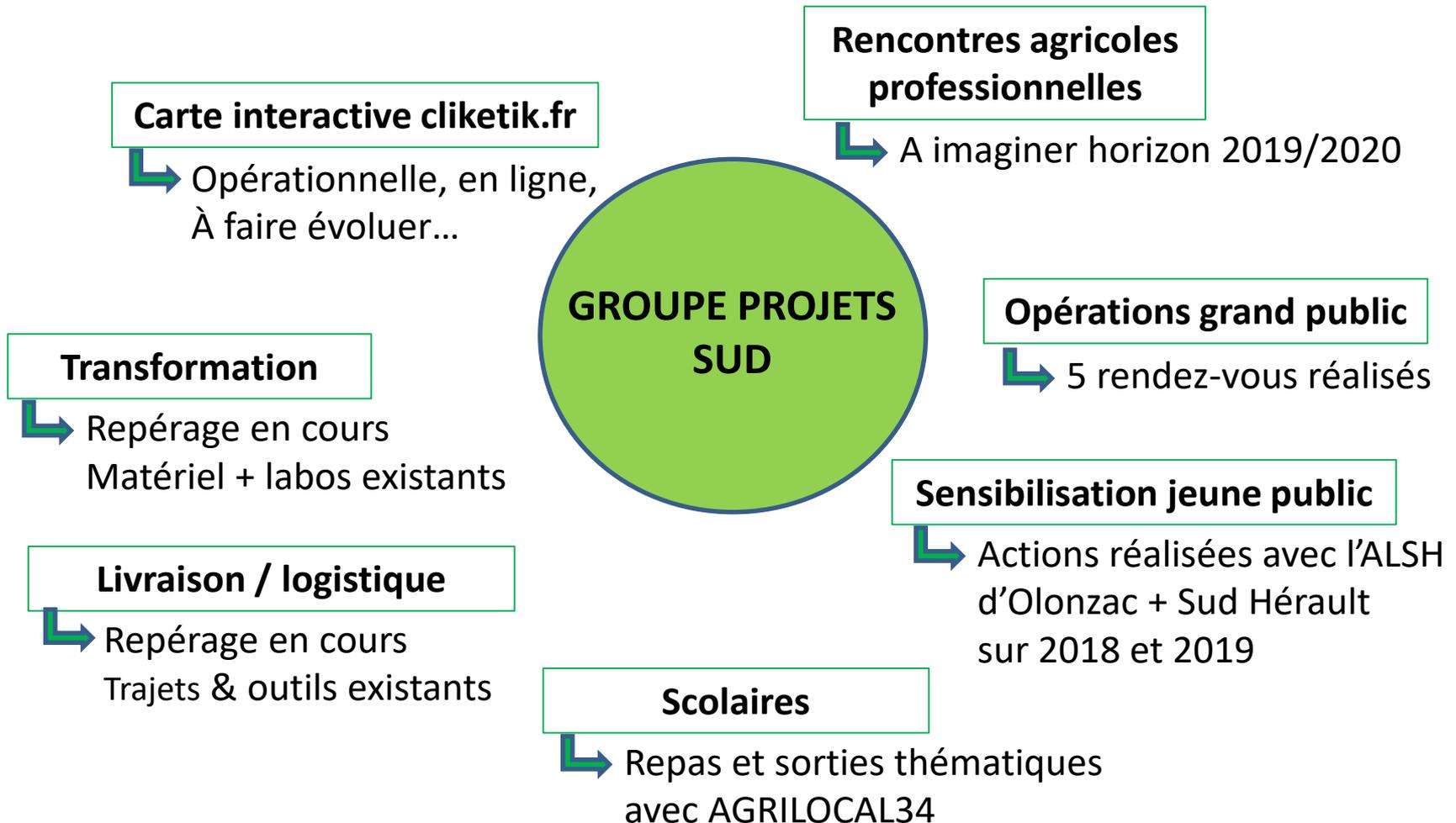
EN CONCLUSION...

Cette mission a permis depuis son démarrage des **avancées très significatives** pour le développement d'une politique alimentaire de proximité sur le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles.

Les 5 axes de la mission, menés simultanément, ont apporté une **transversalité jusqu'ici jamais atteinte** entre différents acteurs alimentaires. Parmi les principaux résultats obtenus, on peut citer :

- La création d'un **réseau d'acteurs**, réunissant autour d'objectifs communs agriculteurs, commerçants, transformateurs, restaurateurs, consommateurs, collectivités, organismes à vocations éducatives, touristiques, économiques...
- Un **travail participatif** pour une **vision partagée** sur les problèmes rencontrés par les acteurs de l'alimentation, ainsi que sur les **solutions à mettre en œuvre**
- La mise en place **d'outils simples et performants**, permettant à ce réseau d'exister, de travailler efficacement, et (peut-être) de se pérenniser
- La réalisation **d'actions concrètes**, répondant aux demandes exprimées sur chaque bassin de vie, qui dessinent d'ores et déjà les contours du futur **PROJET ALIMENTAIRE DE TERRITOIRE**.
- Ce sont ces actions qui ont fortement contribué à **féderer le réseau**, et que nous qualifions de « **petites initiatives aux grands effets** », dont nous citons les principales ci-après, pour la plupart en cours de développement ... Pour peu que cette dynamique puisse perdurer !

EN CONCLUSION, PETITES INITIATIVES... GRANDS EFFETS



EN CONCLUSION, PETITES INITIATIVES... GRANDS EFFETS

Restauration collective

↳ Abeilhan avec l'Occitane de restauration : 20 % de bio sur tous les repas à la rentrée 2019 + un 100% bio par mois

Opérations Grand Public

↳ Marché du Mas Rolland 2018
Ban des vendanges 2018

GROUPE PROJETS EST & PERIURBAIN

Enjeux du foncier

↳ « Terres en jeu » réalisé avec les élus
Repérage friches communales
(à petite échelle)

Intervention porteurs de projets

↳ CFPPA contactés
(Béziers & Montpellier)
Rencontres à envisager sur 2019

EN CONCLUSION, PETITES INITIATIVES... GRANDS EFFETS

Dégustations

↳ « Balade des mouflons » avec dégustation : à l'étude

Action jeune public

↳ Balade gourmande écomobile avec l'ALSH du Bousquet + projets 2019 à l'étude

Projet atelier transformation

↳ Initiative portée par la mairie de Riols, Le groupe projets souhaite s'y associer

Groupe Facebook « Acteurs PAT »

↳ En place, administré par un membre de ce groupe

Rencontre informelle des acteurs

↳ Rendez-vous convivial entre acteurs alimentaires 15 Janvier 2019
Conclusion : à renouveler !!

Opérations Grand Public

↳ 3 interventions réalisées + projets 2019

Scolaires

↳ Repas et sorties thématiques avec AGRILocal34

Carte interactive

↳ Réalisée, en lien avec le groupe « Sud »

**GRUPE PROJETS
VALLEE
& HAUTS CANTONS**

ANNEXES

ANNEXE 1 : Récapitulatif exhaustif des 157 rendez-vous, rencontres, réunions, animations...

JUILLET 2017

- 04 : Copil « circuits courts » Pays HLV (Cessenon)
- 05 : CORALIM Occitanie (Toulouse)
- 24 : Réunion technique méthodo PNRHL / PAT (St Pons)
- 24 : Réunion partenariat Cebenna (Olargues)

AOÛT 2017

- 16 : RDV Stanislas Wysocki (Pardailhan)
- 18 : RDV Charline Papet, partenariat Agrilocal (Clermont l'H.)
- 24 : Réunion partenariat Cebenna (Olargues)

SEPTEMBRE 2017

- 07 : RDV collègue St Chinian, pour animations Agrilocal /PAT
- 07 : Réunion partenariat FR CIVAM / RACINES (Montpellier)
- 11 : Réunion Patricia Charvin / Familles Rurales (Béziers)
- 12 : Réunion préparatoire Echanges Gourmands (PNRHL, St Pons)
- 14 : RDV méthodologie Camille Clément (Montpellier)
- 15 : RDV Mme Couget, Lycée J. Brel animations /alimentation (St Pons)
- 18 : Commission régionale InterBio (Carcassonne)
- 21 : Réunion de travail Nina Guilbert, FR CIVAM (Montpellier)
- 22 : RDV M. Carretier, Lycée F. Fabre animations /alimentation (Bédarieux)
- 25 : Point d'étape technique PAT (St Chinian)
- 26 : RDV Marine Chaix & M. Rougeot , Com Com Avants-Monts (Magalas)
- 28 : RDV François Guiter, Com Com Minervois/Caroux (Olargues)

OCTOBRE 2017

- 02 : Comité pilotage projet épicerie solidaire (Cessenon)
- 02 : Point d'étape technique PAT (Cessenon)
- 02 : RDV association ADAPAC (Pardailhan)
- 03 : RDV Audrey Bancal, Com Com Sud Hérault (Puisserguier)
- 09 : Présentation PAT dans l'opération « au pré de l'assiette », collègue Capestang
- 09 : RDV Sylvie Gisbert, adjointe mairie Capestang
- 11 : RDV Fabrice Grillon, conseiller Chambre Agriculture (St Pons)
- 12 : RDV CFPPA Montpellier, porteurs de projets d'installation
- 13 : RDV Yannick Chevrier, SICA du Caroux (Villemagne l'Argentière)
- 18 : Point d'étape Camille Clément (Prémian)
- 29 : Fête de la châtaigne, rencontres producteurs (St Pons)

NOVEMBRE 2017

- 07 : réunion technique articulation Agrilocal / PAT (Hôtel du Dpt, Montpellier)
- 08 : Point d'étape FRCIVAM / RACINES (Montpellier)
- 16 : Animation avec producteurs collègue de Cessenon PAT/Agrilocal
- 22 : Réunion préparatoire balade gourmande écomobile / PNRHL (St Pons)

DECEMBRE 2017

- 01 : réunion préparatoire rencontres territoriales PAT avec FRCIVAM (Montpellier)
- 06 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « sud » (Agel)
- 11 : RDV Anne Camelot, chèvrerie de Combebelles (Bize-M.)
- 11 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « est » (Magalas)
- 12 : Réunion projet cuisine territoriale F. Boutes, M. Chaix, A. Bancal (Magalas)
- 14 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « Hts Cantons » (Olargues)
- 21 : RDV Karine Terrasse, Com Com Sud Hérault / animations PAT (Puisserguier)

ANNEXE 1 : Récapitulatif exhaustif des 157 rendez-vous, rencontres, réunions, animations...

JANVIER 2018

- 09 : Réunion cahier des charges étude souveraineté alimentaire (Magalas)
- 09 : Présentation du projet de PAT aux élus Com Com avants-Monts (Magalas)
- 15 : RDV Sonia Piquer, service enfance Com Com Minervois Caroux (Olonzac)
- 16 : Point technique Agrilocal / PAT (Alco Montpellier)
- 25 : Réunion préparatoire balade gourmande écomobile / PNRHL (St Pons)
- 29 : Réunion préparatoire Echanges Gourmands (PNRHL, St Pons)
- 30 : RDV Gerome Hernandez, service jeunesse Avants Monts (Magalas)

FEVRIER 2018

- 01 : RDV M. Carretier, Cité Mixte F. Fabre, projets animations (Bédarieux)
- 05 : RDV Yannick Chevrier, SICA du Caroux (Villemagne l'Argentière)
- 08 : RDV Frédéric Laguna, service jeunesse Gd Orb (Bédarieux)
- 13 : RDV Mme Couget, Lycée J. Brel animations /alimentation (St Pons)
- 13 : Point d'étape technique PAT (Bédarieux)
- 16 : RDV café/épicerie foyer rural Plaisance
- 19 : Réunion technique projet échanges gourmands, CD34 (Montpellier)
- 26 : RDV Familles rurales, projet épicerie solidaire (Montpellier)
- 28 : Réunion équipe ALSH Les Loustics (Olonzac)

MARS 2018

- 01 : REUNION GROUPE PROJET « Sud » (Olonzac)
- 05 : Réunion HLV articulation PAT/ »rendez-vous au Pays » (St Chinian)
- 06 : Point d'étape Marine Chaix (Magalas)
- 06 : REUNION GROUPE PROJET « Est » (Magalas)
- 07 : REUNION GROUPE PROJET « Hauts Cantons » (Cebenna, Olargues)
- 12 : Intervention pédagogique lycée J. Brel , Mme Salles (St Pons)
- 14 : Reconnaissance balade gourmande écomobile / PNRHL (Plaisance)
- 14 : RDV Boris Degand, l'arbre à Pains (St Gervais S Mare)
- 15 : Opération « au pré de la ferme », SICA du Caroux
- 20 : Animation « Terres en jeu », élus Avants-Monts (Magalas)

AVRIL 2018

- 10 : REUNION GROUPE PROJET « Sud » (fournil d'Azillanet)
- 13 : RDV M. Carretier, Cité Mixte F. Fabre, projets animations (Bédarieux)
- 16 : Point d'étape avec équipe technique HLV + Marie-Pierre Pons (Cessenon)
- 17 : Réunion préparatoire fête paysanne (Azillanet)
- 17 : animation atelier goût ALSH les Loustics
- 19 : Visite ferme ALSH Les Loustics Minervois/Caroux (Ferrals les M.)
- 20 : Comité de pilotage mission PAT (Cessenon)
- 24 : REUNION GROUPE PROJET « Est » (Magalas)
- 25 : REUNION GROUPE PROJET « Hauts Cantons » (Mas du Rouyre, St Martin A.)

MAI 2018

- 03 : Réunion fête de la cerise, Mons la Trivalle
- 09 : RDV Laurent Marseault, préparation carte interactive (Olonzac)
- 18 : RDV enseignants Cité Mixte F. Fabre, projets animations (Bédarieux)
- 22 : Réunion préparatoire fête paysanne (Azillanet)
- 23 : balade gourmande écomobile / PNRHL (Plaisance)
- 25 : Point technique Agrilocal / PAT (Béziers)
- 28 : Animation « Connectez-vous local », collège Capestang
- 28 : RDV Laurent Marseault, préparation carte interactive (St Chinian)
- 28 : GROUPE PROJET « Sud et Hts cantons », carte interactive (St Chinian)
- 29 : Animation « Connectez-vous local », collège Murviel les Béziers
- 30 : point d'étape Camille Clément / logistique & livraisons
- 31 : Comité technique épicerie solidaire (Béziers)

JUIN 2018

- 03 : Marché ferme Mas Rolland : atelier cuisine + info PAT Grand public (Montesquieu)
- 03 : Fête de la cerise : atelier cuisine + info PAT Grand public (Mons la Trivalle)
- 04 : RDV Philippe Lelong, ass. Chemin Cueillant (Azillanet)
- 05 : Animation « Connectez-vous local », lycée J. Brel (St Pons)
- 06 : Réunion ALSH Les Loustics, préparation animations alimentaires (Olonzac)
- 08 : Animation « Connectez-vous local », cité Mixte F. Fabre (Bédarieux)
- 14 : Sortie à la ferme lycée J. Brel (Ferrals les M.)
- 19 : point d'étape Camille Clément / logistique & livraisons

ANNEXE 1 : Récapitulatif exhaustif des 157 rendez-vous, rencontres, réunions, animations...

JUILLET 2018

- 03 : Comité de pilotage épicerie solidaire (Cessenon)
- 10 : Point technique d'étape PAT (St Chinian)
- 11 : Réunion préparatoire Echanges Gourmands (PNRHL, St Pons)
- 12 : point d'étape Camille Clément / logistique & livraisons
- 13 : Commission régionale InterBio (Carcassonne)
- 16 : RDV technique Laurent Marseault, carte interactive
- 24 : Point d'étape mission PAT (St Chinian)
- 25 : animation ALSH « les loustics font leur marché », déco fruitée (Olonzac)
- 27 : « Les Pardailhades », atelier cuisine + info PAT Grand public (Pardailhan)
- 28 : Fête du Pain, atelier cuisine + info PAT Grand public (Avène)
- 31 : visite local projet atelier de transformation (Riols)
- 31 : animation ALSH « grand jeu-enquête au marché d'Olonzac »

AOUT 2018

- 03 : visite ferme ALSH Olonzac (annulé cause canicule)
- 08 : Réunion projet atelier transformation (mairie de Riols)
- 14 : animation ALSH « atelier cuisine des sportifs » (Olonzac)
- 22 : RDV Esther Diaz (Supagro), étude circuits courts (Olonzac)
- 23 : Ban des Vendanges, atelier cuisine + info PAT Grand public (Laurens)

SEPTEMBRE 2018

- 12 : RDV Laurent Marseault, optimisation de la carte interactive
- 23 : Fête de la gastronomie, atelier cuisine + info PAT Grand public (St Chinian)
- 26 : Finalisation Pré-bilan mission pour dépôt dossier PAT
- 27 : Rencontres établissements scolaires pour animation « au pré de l'assiette »

OCTOBRE 2018

- 02 : Réunion technique chefs cuisiniers, Echanges Gourmands (PNRHL, St Pons)
- 03 : Showroom régional RHD (Toulouse)
- 04 : Sortie à la ferme 2 classes collège Bédarieux (St Gervais)
- 06 : Fête Paysanne Azillanet, atelier cuisine/info PAT Grand public + débat Terres de liens
- 08 : sortie 2 classes collège St Gervais à la SICA du Caroux
- 08 : animation « au pré de l'assiette » (lycée J. Brel, St Pons)
- 09 : point d'étape Camille Clément / logistique & livraisons
- 11 : animation « au pré de l'assiette » (cité Mixte Bédarieux)
- 15 : animation « au pré de l'assiette » (collège St Gervais)
- 18 : animation « au pré de l'assiette » (collège d'Olargues)
- 18 : point d'étape livraison / logistique (St Chinian)
- 24 : RDV Mathilde Gibaud (Supagro), étude foncier/souveraineté alimentaire (Capestang)

NOVEMBRE 2018

- 05 : rencontre commerçants avec Camille Clément, / logistique & livraisons (St Chinian)
- 07 : rencontre producteurs avec Camille Clément, / logistique & livraisons (St Chinian)
- 13 : point d'étape PAT (St Chinian)
- 19 : RDV Lucie Lafolly, ALSH com com Sud Hérault (Puisserguier)
- 22 : Réunion bilan projet pédagogique alimentaire ALSH « les loustics » (Olonzac)
- 22 : RDV La semaine du Minervois, projet de hors-série « portraits de producteurs »
- 22 : RDV « tartines et friandises », entreprise transformation petits fruits (Agel)
- 27 : RDV ferme Combebelle, pour animations avec ALSH Sud Hérault
- 28 : Echanges Gourmands, rencontre producteurs/acheteurs 34+81 (St Pons)
- 29 : Commission régionale InterBio (Carcassonne)

DECEMBRE 2018

- 08 : rdv Hadrien Hennequin, éleveur à Ferrals les Montagnes
- 10 : réunion perspectives PAT/Agrilocal 2019 (Béziers)
- 11 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « Hts Cantons » (Riols)
- 12 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « Est » (Laurens)
- 13 : RENCONTRE ACTEURS ALIMENTAIRES secteur « Sud » (Aigues Vives)

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

1. Repérage et analyse de 4 EXPERIENCES comparables

	Le marché bus	La charrette bio	La cour des miracles	L'Hirondelle
Lieu	Alsace du Nord	Agglomération grenobloise	Dordogne verte	Sud de l'Indre
Date de création (et fin)	Printemps 2016 : « En 2015, on a sondé les municipalités, afin d'obtenir les autorisations. En fin d'année, on a embauché deux salariés et acheté le bus. Enfin, en mars 2016, on a fait notre première tournée. »	2009	2012	Juillet 2012
Principe	Un bus qui se déplace dans quelques villages et qui vend des produits de 7 producteurs locaux en bio	10 producteurs bio pratiquant de la vente directe veulent se libérer du temps pour leur exploitation. Magasin commun trop onéreux, ils choisissent une boutique itinérante. Le principe : la camionnette va sur des points de livraison de commandes passées sur Internet (pas d'engagement).	Epicerie itinérante « classique » mais qui vend des produits locaux	Sorte de mini-Biocoop itinérante
Lien producteurs	Initiateurs (certains ont des points de vente perso d'autres ne vendent que dans le bus)	Initiateurs (10 au départ, 12 aujourd'hui)	revente	revente
Produits	Bio – locaux en grande majorité mais pas que : idée d'une épicerie achalandée	Bio et locaux (uniquement vente des produits des producteurs)	Locaux, choix de la qualité (priorité au bio)	Bio, produits secs en priorité et des fruits et légumes de saison Fournissent des cantines en riz et pâtes bio
Organisation des tournées (lieux)	14 – tentative de lieux stratégiques sur la passage mais pas toujours réussi	11 – associations, entreprise, campus	Matin : marché de plein vent des villages. Après-midi : tournée dans les hameaux	Marchés, points relais, livraison à domicile
Salarié	2 (mais maintenant il me semble 1)	1 qui centralise les commandes, récupère les produits sur deux points relais et assure	2	2 entrepreneuses, salariées d'une coopérative

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

1. Repérage et analyse de 4 EXPERIENCES comparables

	Le marché bus	La charrette bio	La cour des miracles	L'Hirondelle
Lieu	Alsace du Nord	Agglomération grenobloise	Dordogne verte	Sud de l'Indre
Date de création (et fin)	Printemps 2016 : « En 2015, on a sondé les municipalités, afin d'obtenir les autorisations. En fin d'année, on a embauché deux salariés et acheté le bus. Enfin, en mars 2016, on a fait notre première tournée. »	2009	2012	Juillet 2012
Principe	Un bus qui se déplace dans quelques villages et qui vend des produits de 7 producteurs locaux en bio	10 producteurs bio pratiquant de la vente directe veulent se libérer du temps pour leur exploitation. Magasin commun trop onéreux, ils choisissent une boutique itinérante. Le principe : la camionnette va sur des points de livraison de commandes passées sur Internet (pas d'engagement).	Epicerie itinérante « classique » mais qui vend des produits locaux	Sorte de mini-Biocoop itinérante
Lien producteurs	Initiateurs (certains ont des points de vente perso d'autres ne vendent que dans le bus)	Initiateurs (10 au départ, 12 aujourd'hui)	revente	revente
Produits	Bio – locaux en grande majorité mais pas que : idée d'une épicerie achalandée	Bio et locaux (uniquement vente des produits des producteurs)	Locaux, choix de la qualité (priorité au bio)	Bio, produits secs en priorité et des fruits et légumes de saison Fournissent des cantines en riz et pâtes bio
Organisation des tournées (lieux)	14 – tentative de lieux stratégiques sur la passage mais pas toujours réussi	11 – associations, entreprise, campus	Matin : marché de plein vent des villages. Après-midi : tournée dans les hameaux	Marchés, points relais, livraison à domicile
Salarié	2 (mais maintenant il me semble 1)	1 qui centralise les commandes, récupère les produits sur deux points relais et assure	2	2 entrepreneuses, salariées d'une coopérative

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Repérage et analyse de 4 EXPERIENCES comparables (suite)

	Le marché bus	La charrette bio	La cour des miracles	L'Hirondelle
Financement(s)	<p>Etude de faisabilité : agence de l'eau</p> <p>Association des producteurs bio d'Alsace du Nord investit 100 000 € pour l'achat et la retape du bus retraité des transports en commun lyonnais et l'embauche deux salariés à temps plein.</p> <p>Perso des producteurs et subventions (à préciser)</p>	<p>Investissement des producteurs.</p> <p>Projet CASDAR</p> <p>20% du prix de vente va au fonctionnement du camion.</p>	<p>Fondation de France 15000€ puis rentabilité de l'épicerie (précaire) et subventions locales.</p>	<p>Bourse défi jeune. Souscription collective (famille etc.).</p> <p>Dans une coopérative d'activités (pas de compte à gérer, des formations, statut de salarié)</p>
Forces	<p>Originalité</p> <p>Espace (plus grand qu'un camion)</p> <p>Produits locaux et bio – groupe de producteurs soudés</p>	<p>Régulation des volumes (commande à l'avance)</p> <p>Les producteurs ont plus de temps sur leur exploitation</p> <p>Limitation des transports avec un système de double livraison (les producteurs livrent au salarié sur deux points puis le salarié livre aux consommateurs).</p> <p>Flexibilité des lieux de livraison (si un ne marche pas possibilité de le supprimer et d'en prendre un autre)</p>	<p>Grande diversité des produits vendus tout en favorisant les produits locaux et/ou bio et en formant à la saisonnalité des produits</p> <p>Motivation des épiciers</p>	<p>Diversité des produits</p> <p>Produits bio majorité de sec</p> <p>Motivation des épicières</p>
Faiblesses	<p>Rentabilité économique - frais fixes importants</p> <p>Régulation de la température dans le bus</p>	<p>Pas assez d'infos pour les identifier (le projet semble fonctionner)</p>	<p>Rentabilité économique difficile à atteindre en gardant des prix raisonnables et en fidélisant la clientèle</p>	<p>Faiblesse économique ?</p>
Opportunités	<p>Remplacement de certains marchés de plein vent</p> <p>Mode des produits bio et locaux</p>	<p>Localisation géographique favorable à proximité d'une grande ville avec habitants sensibles aux problèmes environnementaux</p>	<p>Zone rurale, peu de concurrence</p>	<p>Zone rurale, pas de concurrence avec d'autres épiceries bio fixes</p> <p>Pas de concurrence avec des producteurs locaux qui vendent du frais</p>
Menaces	<p>Certains emplacements ne facilitent pas la rentabilité</p>	<p>Gamme de produits limitée à celle des producteurs (peu de diversité)</p>	<p>Repose sur le dynamisme des créateurs, si départ, le projet s'effondre</p>	<p>Développement des magasins bio dans les bourgs</p> <p>Repose sur dynamiques de deux personnes</p>

« Le Marchébus perd de l'argent, 2 000 euros par semaine environ ... On tourne autour de 250 clients par semaine, il nous en faudrait 150 de plus pour rentrer dans nos frais. Comment on tient ? On ne paye pas nos propres factures en tant que fournisseurs. Heureusement qu'aucun des paysans associés ne dépend du bus. On a tous des débouchés ailleurs. »

→ audit programmé idée de se repositionner dans les centres ville et sur les marchés hebdomadaires et d'organiser des lieux éphémères de vente

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Repérage et analyse de 4 EXPERIENCES comparables (suite)

	Le marché bus	La charrette bio	La cour des miracles	L'Hirondelle
Sites et vidéo pour en savoir plus	<p>Vidéo France 3 de présentation : https://www.youtube.com/watch?v=J4ggazKEorU</p> <p>Site du bus : http://marchebus.eu/ et Facebook https://fr-fr.facebook.com/marchebus/</p> <p>Article de rue 89 : https://www.rue89strasbourg.com/le-marchebus-une-fragile-epicerie-ambulante-et-bio-en-alsace-du-nord-128261</p> <p>Article dernières nouvelles d'Alsace : https://www.dna.fr/edition-de-hagenau/2018/02/23/l-epicerie-ambulante-bio-secherche-un-second-souffle</p>	<p>Un document PDF CASDAR qui résume l'ensemble du projet : http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/b1bff1bdc37df748c125791a0043db4a/999562be7fc76f19c1257da40054715c/\$FILE/La%20Charette%20bio.pdf</p> <p>Site de l'association : http://www.lacharettebio.fr/</p> <p>Une petite vidéo explicative du projet : http://www.initiatives-vercors.fr/La-Charette-bio-le-systeme-de</p>	<p>http://www.leparisien.fr/magazine/grand-angle/solidaires-un-marchand-ambulante-en-campagne-17-12-2014-4381673.php</p> <p>https://www.franceinter.fr/emissions/carnets-de-campagne/carnets-de-campagne-16-septembre-2014</p> <p>Facebook : https://fr-fr.facebook.com/pages/biz/Association-La-Cour-des-Miracles-Bourdeilles-122201321288269/</p> <p>Vidéo de la fondation de France https://www.youtube.com/watch?v=Ns0oUhWEzoA</p>	<p>Site de l'épicerie : http://epicerielhirondelle.wixsite.com/indre/visit_us (lien avec interview carnet de campagne, article du monde qui parle des épiceries ambulantes et film sur le projet)</p>
Contact	A trouver	Charles Granat – Pré Borel 38210 Tullins lacharettebio@gmail.com 0658147209	Axel Tandonnet 0553051901 ou 0621134497 association.courdesmiracles@gmail.com	Léna Simon : 06 71 59 26 78 et epicerielhirondelle@yahoo.fr

D'autres épiceries itinérantes « classiques » mais avec de petites spécificités ont également été repérées et étudiées

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Différents scénarios pour le développement d'une épicerie paysanne itinérante

	Scenario 1 : Une boutique paysanne itinérante tenue par des producteurs avec ou sans salarié (sorte de fusion entre projet de la charrette bio et le marchébus)	Scenario 2 : Une boutique paysanne itinérante combinée à un camion de livraison (outil logistique pour les circuits courts du territoire)	Scenario 3 : Une boutique itinérante « classique » et privée qui vend des produits locaux
Principe	<p>Constitution d'un groupe de producteurs qui pourront :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vendre sur des marchés de plein vent sans devoir y être à chaque fois - Livrer des paniers à des personnes ayant commandé à l'avance à la boutique sur des marchés et sur des points relais (plusieurs points relais livrés en retour de marché) 	<p>Base du scénario 1 mais à la place ou en complément de la livraison de panier le camion itinérant servirait également de camion de livraison :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour les producteurs qui viendraient déposer leurs marchandises - Pour la restauration collective qui serait livrée de leur marchandise - Pour les épiceries locales qui pourraient récupérer des produits locaux - Potentiellement pour la restauration privée qui pourrait également acheter par ce biais des produits locaux (comme des consommateurs privés) - Potentiellement pour des comités d'entreprise (repérer les entreprises etc.) 	<p>Basée sur la motivation d'un acteur qui veut se lancer dans l'épicerie itinérante et/ou sur la dynamique d'une épicerie fixe existante qui déploierait une activité itinérante.</p> <p>Epicerie itinérante classique (avec une diversité de produits) qui privilégierait les produits locaux. Les producteurs ne seraient pas directement associés (revente).</p>
Salarié	<p>Avec ou sans selon la volonté des producteurs de vouloir se dégager du temps. Si salarié c'est lui qui s'occupe de la préparation des commandes et des marchés et de la vente. Dans ce cas là plus de points de livraison. Si pas de salarié les producteurs préparent et font les marchés et les points de livraison à tour de rôle.</p>	<p>Nécessité d'un salarié car activité logistique importante pour optimiser les trajets, les lieux de dépôts et les lieux de retraits...</p>	<p>Entrepreneur ou salarié selon la structure</p>

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Différents scénarios pour le développement d'une épicerie paysanne itinérante (suite)

	Scenario 1 : Une boutique paysanne itinérante tenue par des producteurs avec ou sans salarié (sorte de fusion entre projet de la charrette bio et le marchébus)	Scenario 2 : Une boutique paysanne itinérante combinée à un camion de livraison (outil logistique pour les circuits courts du territoire)	Scenario 3 : Une boutique itinérante « classique » et privée qui vend des produits locaux
Statut	Associatif	Associatif ou entreprise	Entreprise ou associatif
Produits	Locaux (uniquement les producteurs adhérents à l'association). Nécessité d'une diversité (fruits, légumes, produits laitiers, viande) pour attirer un maximum de client	Locaux (uniquement les producteurs adhérents à l'association). Nécessité d'une diversité (fruits, légumes, produits laitiers, viande) pour attirer un maximum de client	Diversité des produits en privilégiant les produits locaux
Organisation des tournées	Ciblage de 5 à 6 marchés (en fonction du nombre et de l'implication des producteurs) par semaine avec, à chaque fois livraison de plusieurs points de livraison sur le retour	Peut être moins de présence dans les marchés pour favoriser et faciliter l'activité de livraison et de récupération de produits, sinon même organisation que dans le scénario 1.	Sur le modèle du scénario 1 avec marché le matin puis tournée dans les petits villages l'après-midi. Peut être idée de desservir des hameaux et petits villages (sortir de l'isolement les personnes âgées) avec, de ce fait, des tournées plus concentrées autour de l'implantation de base de la boutique. Donc peut être une zone géographique moins grande.

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Différents scénarios pour le développement d'une épicerie paysanne itinérante (suite)

	Scenario 1 : Une boutique paysanne itinérante tenue par des producteurs avec ou sans salarié (sorte de fusion entre projet de la charrette bio et le marchébus)	Scenario 2 : Une boutique paysanne itinérante combinée à un camion de livraison (outil logistique pour les circuits courts du territoire)	Scenario 3 : Une boutique itinérante « classique » et privée qui vend des produits locaux
Forces	Uniquement produits locaux Multiplication des lieux de vente et des modalités d'achat – appui sur un collectif de producteurs motivé !	Mutli-activité (vente et livraison / logistique) – diversification des clients avec ouverture à la restauration collective et aux épiceries Uniquement des produits locaux	Diversité des produits / pallier à l'absence de magasins dans certaines parties du territoire / sortir les personnes âgées de l'isolement
Faiblesses	Coût de transport et d'entretien du véhicule + coût de stockage (tout ne peut pas se faire dans le camion, nécessité d'un local fixe)	Coût de transport et d'entretien du véhicule + coût de stockage (tout ne peut pas se faire dans le camion, nécessité d'un petit local fixe). Camion plus gros pour contenir l'ensemble des marchandises	L'équilibre économique de ce genre d'initiative semble très difficile à atteindre il faut : <ul style="list-style-type: none"> - Viser une zone géographique pertinente où l'offre alimentaire est insuffisante et où il y a des personnes âgées isolées - Compléter avec une boutique fixe servant de local de stockage ce qui implique un minimum de 2 salariés (équilibre économique plus ou moins facile à trouver en fonction de la santé économique de l'épicerie support)

ANNEXE 2 : extraits de l'étude spécifique menée par C. Clément

Différents scénarios pour le développement d'une épicerie paysanne itinérante (suite)

	Scenario 1 : Une boutique paysanne itinérante tenue par des producteurs avec ou sans salarié (sorte de fusion entre projet de la charrette bio et le marchébus)	Scenario 2 : Une boutique paysanne itinérante combinée à un camion de livraison (outil logistique pour les circuits courts du territoire)	Scenario 3 : Une boutique itinérante « classique » et privée qui vend des produits locaux
Opportunités	<p>Motivation des maires pour relancer les marchés de plein vent</p> <p>Développement d'Internet (plus de facilité pour les commandes en ligne)</p> <p>Montée en puissance de l'intérêt pour les produits locaux</p>	<p>Permet de résoudre des problématiques logistiques récurrentes dans le déploiement de circuits courts tout en faisant de la vente directe (demande des producteurs et de la restauration)</p>	<p>Possibilité de s'appuyer / s'adosser à des épiceries existantes</p> <p>Possibilité de repérer des jeunes motivés par un tel projet</p> <p>Organisation du territoire Haut Languedoc pertinente avec de nombreux hameaux</p>
Menaces	<p>Assez de clientèle ?</p> <p>Gros marchés peu enclin à ce type d'initiative (fonctionnement opaque des gros marchés locaux)</p> <p>Augmentation prix du carburant + pollution</p>	<p>Culture de la livraison le matin pour la restauration collective (projet qui prévoit la livraison post-marché donc livraison du jour pour le lendemain)</p> <p>Augmentation prix du carburant + pollution</p> <p>Organisation logistique complexe</p>	<p>Equilibre économique difficile à trouver entre charges de transport et vente à des prix raisonnables</p>

ANNEXE 3 : REVUE DE PRESSE (non exhaustive...)

COMMERCES DE PROXIMITE

Un besoin constant d'évolution



Des jeunes innovent en privilégiant les circuits courts et des anciens témoignent de leur réussite, P.5

VITICULTURE
Des mesures d'aide suite aux faibles récoltes, p.6

JAZZ
Les 30 ans du festival de Conilhac, p.13

PEPIEUX
Une journée pour les bébés lecteurs, p.7

FOOT
Une période faste pour le ballon Haut Minervois, p.3

TERRITOIRE ET ALIMENTATION
Du nouveau dans nos assiettes

Avant-Monts Le projet alimentaire se dessine

Le groupe Est & périurbain s'est réuni. Plusieurs pistes lancées.

Depuis 2017, le Pays Haut-Languedoc et Vignobles, dont le territoire des Avant-Monts fait partie, est engagé sur l'élaboration d'un projet alimentaire territorial. Cette démarche concerne tous les acteurs de l'alimentation : producteurs, transformateurs, commerçants... Mais aussi les citoyens, le monde associatif, éducatif, etc.

« À l'issue de rencontres participatives qui se sont déroulées en décembre dernier, plusieurs groupes ont vu le jour et se sont mis au travail, afin de tracer le contour du futur projet alimentaire, depuis les plus petites initiatives jusqu'aux projets structurants les plus ambitieux », souligne Bertrand Fritsch, chargé de mission pour le projet alimentaire territorial (PAT), du Pays Haut-Languedoc et Vignobles.



La réunion a été animée par Bertrand Fritsch.

Dernièrement, le groupe de projet Est & périurbain, composé d'agriculteurs engagés dans la promotion de l'alimentation locale, s'est réuni au siège des Avant-Monts à Magalas. Simultanément, le même travail se faisait sur la zone Sud et sur le secteur Vallée et Hauts-Cantons. Des pistes de travail concrètes sont ressorties : organisation de repas 100% local dans une ou plusieurs cantines scolaires, répertoire des friches et terrains disponibles, susceptibles de pouvoir accueillir l'installation de jeunes agriculteurs, organisation d'ateliers cuisine sur des manifestations grand public, etc. Parallèlement, un travail se met en place autour de l'éducation au goût via les centres de loisirs (ALSH), mais aussi auprès du grand public.

Ce groupe reste ouvert aux participants et se réunira de nouveau au mois d'avril.

Contact : Bertrand Fritsch au 06 38 49 88 20.

Bertrand Fritsch Pour une synergie territoriale avec un projet alimentaire

« Contrairement aux idées préconçues, en tout cas dans notre département, les gens continuent à s'approvisionner principalement sur les marchés à l'air libre. Mais ils veulent des marchés plus fiables en terme de traçabilité et parfois plus d'animations » rapporte Bertrand Fritsch, coordinateur du Mouvement rural de l'Hérault en charge du Projet alimentaire territorial du Pays Haut-Languedoc et Vignobles (PAT). Le PAT ? Il s'agit de l'application locale d'une opération nationale émanant du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Le principe de cette opération est d'envisager l'alimentation d'une population à l'échelle de son territoire et à travers tous les secteurs, économiques, sociaux et culturels. « C'est la seule politique publique qui traverse tous les services : jeunesse, économie et touristique » rajoute Bertrand Fritsch. Ce nouveau dispositif donne une suite à une étude menée en 2015 au sein du Pays HLV, également par B. Fritsch. Cette étude a permis d'identifier les pratiques et les besoins de la population en terme d'alimentation. Des actions au sein de certains marchés ou dans les écoles avaient suivi et lancé une dynamique. Les PAT d'aujourd'hui s'appuient sur un diagnostic élargi cette fois aux atouts socio-économiques et environnementaux de la production agricole et alimentaire d'un territoire. A travers ces opérations, les collectivités qui en décident la mise en œuvre mettent en place des actions transversales. Les enjeux sont vastes et sur plusieurs axes : structurer et consolider les filières, rapprocher l'offre et la demande, aider les installations, préserver les espaces agricoles, valoriser les modes de production agroécologiques, biologiques, tout en se positionnant aussi sur une dimension sociale, comme l'éducation, les liens, les dons, le patrimoine. Un projet ambitieux pour répondre aux urgences sanitaires, environnementales et agricoles. Reste à voir les moyens dont disposeront les collectivités pour la mise en œuvre.

Autour d'une table
Bertrand Fritsch souhaite dans un premier temps partager le territoire concerné (le Pays HLV) en trois bassins et réunir les acteurs en groupe de travail. « Nous allons créer des clubs alimentaires pour rassembler le monde associatif, les producteurs, les transformateurs, et se parler. C'est la base pour commencer à trouver des synergies communes. Nous venons par exemple de découvrir qu'un atelier de transformation vient d'être créé à Pardailhan et qui recherche des producteurs » Bertrand Fritsch connaît bien son terrain. Il a aussi participé à la création de la plateforme Agriloal 34 de dée aux restaurations collectives. Un dispositif en ligne (OF-di-contre) qui existe dans de nombreuses régions et qui permet aux collectivités de se servir en produits locaux. Un pari plutôt réussi pour Bertrand Fritsch qui voit les commandes plus que doubler entre 2016 et 2017 dans l'Hérault. Dans un contexte encore très difficile, le coordinateur se veut positif. « Ce qui est encourageant c'est qu'au niveau national la surface agricole utilisée en bio augmente chaque année entre 8 à 10%. Le contexte est difficile autant au niveau économique, que foncier. Les agriculteurs sont parmi les professions les plus fragiles, beaucoup se suicident mais il y a aussi de plus en plus de conversions en bio et d'installations de jeunes » explique B. Fritsch. S'il y a l'annonce d'un changement et une demande croissante d'une meilleure alimentation, le coordinateur se réjouit aussi d'entendre qu'aujourd'hui il est en fin de question de caler les prix sur le coût de production : « rien de plus normal ! »

ANNEXE 3 : REVUE DE PRESSE (non exhaustive...)

Magalas : l'alimentaire territorial au coeur du Pays

il y a 106 jours

0

MIDI LIBRE



Le projet alimentaire se dessine
Depuis 2017, le Pays Haut-Languedoc et vignobles sur l'élaboration d'un projet alimentaire territorial. Ur

ABONNÉS

OLONZAC

il y a 26 jours

0

Capestang Du bon et du local dans les assiettes des collégiens

L'opération "Au pré de l'assiette" s'est déroulée dernièrement dans l'établissement.

À l'initiative du Département, de la chambre d'agriculture et de la communauté de communes Sud Hérault, une rencontre entre consommateurs, les élèves et les fournisseurs de la restauration hors domicile (RHD) s'est déroulée dernièrement à la cantine du collège afin de promouvoir la plateforme Agrilocal 34 avec l'opération "Au pré de l'assiette".

Promouvoir les produits locaux

Les collégiens ont ainsi pu apprécier des produits locaux et répondre à un quiz leur permettant de gagner des cadeaux.

Cette plate-forme, mise en place dans l'Hérault comme dans plus d'une trentaine d'autres départements, est totalement gratuite et constitue un vrai levier visant à promouvoir l'approvisionnement local pour tous les acteurs de cette filière, de la cantine scolaire jusqu'au restaurant privé (permanent ou



■ L'apiculteur Michel Sebe est venu présenter son miel à la cantine du collège Paul-Bert.

saisonnier), en passant par les Ehpad, restaurants d'entreprise, etc. Grâce à cette plate-forme, un cuisinier ou un gestionnaire de restauration peut lancer des consultations (ou demandes de devis) auprès de tous les fournisseurs répertoriés, dans un rayon géographique

de son choix, et ainsi garantir la proximité et la traçabilité des produits. À ce jour, pour le seul département de l'Hérault, plus de trois cents fournisseurs sont référencés sur cette plate-forme : agriculteurs (arboriculteurs, maraîchers, éleveurs...), artisans (boulangers, bouchers,

charcutiers...), ou entreprises locales (coopératives, grossistes...). Mais l'offre des fournisseurs situés dans les départements limitrophes est également accessible. Le repas de la cantine a connu un franc succès pour cette manifestation qui sera renouvelée.

ANNEXE 3 : REVUE DE PRESSE (non exhaustive...)

Renforcer les circuits très courts en Minervois



Le Projet alimentaire territorial (PAT) démarré en 2017 poursuit son travail de préfiguration afin d'identifier les besoins et les actions qui permettraient de développer les circuits courts sur des échelles réduites. Missionné par le Pays Haut-Languedoc et Vignobles qui porte l'opération sur l'ouest héraultais, Bertrand Fritsch organise le 10 avril prochain la troisième réunion du secteur Minervois. Pour ce territoire, les deux premières rencontres ont donné satisfaction autant par le nombre de participants que par leur engagement à se mobiliser. Environ quinze personnes se sont retrouvées. Etaient représentés le monde agricole, la petite distribution locale, le monde associatif ou celui des consommateurs. Ensemble, ils ont pu identifier les manques sur le territoire et déjà quelques actions sont lancées. "Je

leur ai demandé d'imaginer des «micro-actions» concrètes, pouvant être mises en place très rapidement, et qui préfigureront les projets plus ambitieux, lesquels seront élaborés dans le cadre du PAT" reprend Bertrand Fritsch. Sur le Minervois, la multiplication des producteurs est sensible et positive au regard de la demande des consommateurs ; en revanche, l'absence de production de type demi-gros ne permet pas toujours de répondre aux besoins des commerces locaux ou de la restauration collective.

Les différents acteurs ont mis en avant aussi le manque de soutien des politiques (notamment dans la gestion du foncier agricole hors viticulture) et un manque de coordination entre eux pour réduire certains coûts comme la transfor-

mation ou la multiplication des livraisons avec de petites quantités. "Tout le monde se déplace vers les mêmes lieux avec peu de marchandises, un système de livraison mutualisé pourrait servir les producteurs" explique Bertrand Fritsch. Les producteurs ont relevé aussi un manque de pédagogie vers le public et surtout les jeunes. Sensibles aux aléas climatiques, ils attendraient plus de confiance et de compréhension de la part des consommateurs mal habitués par

“ Un système de livraison pourrait servir les producteurs. ”

la production industrielle. Ils ont aussi souligné l'impact polluant des industries proches comme l'usine de traitement des déchets nucléaires du Narbonnais. A venir, des priorités ont été posées et des actions proposées. Il a été commandé un recense-

ment des laboratoires de transformation sur tout type de filières ainsi que des personnes ressources disposant du matériel nécessaire. Les membres du groupe vont aussi répertorier les trajets professionnels existants en terme de livraison. Dans l'idée d'une communication interactive, une carte cliquable a été imaginée pour répertorier et actualiser en temps réel les lieux de vente, de production et de transformation. Afin de travailler avec un maximum de réactivité, un petit groupe de six personnes volontaires a été constitué pour entreprendre une première série de petites actions aux grands effets. C'est ce groupe de projet qui se réunira le 10 avril prochain. ■

Pour toute information :
bertrandfritsch.adat@gmail.com

ANNEXE 4 : « LA CHARRETTE », C'EST QUOI ??

Mutualiser les livraisons des uns pour transporter les fruits et légumes des autres : c'est la recette de La Charrette, une plateforme de livraison collaborative pour producteurs. Ses deux cofondatrices espèrent ainsi rendre les circuits courts plus rentables et plus écologiques.

Pourquoi une orange locale peut-elle avoir une empreinte carbone supérieure à une orange importée d'Espagne ? Et pourquoi une pomme de terre cultivée localement coûte-t-elle souvent plus cher qu'une autre qui a parcouru 1000 kilomètres ? À ces deux questions, la réponse est la même : la livraison est complexe et onéreuse pour les producteurs locaux. En Nord-Pas de Calais, elle représenterait par exemple jusqu'à 40 % de leur chiffre d'affaires, selon une étude de l'institut IFSTTAR.

« On s'est aperçu que c'était le principal problème pour les producteurs en circuits courts, explique Laura Giacherio. La vente directe est aléatoire, et la livraison, quand on est seul, revient chère puisque tout le véhicule n'est souvent pas rempli. » Avec sa soeur Marie, elle a lancé « La Charrette » pour y remédier. Leur plateforme reprend les principes du Blablacar des débuts pour l'appliquer à la livraison de fruits, légumes, viandes, vin ou champignons...



ANNEXE 4 : « LA CUMA », C'EST QUOI ??

Le sigle C.U.M.A. désigne une Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole

Les exemples de CUMA appliqués à des ateliers de transformation sont nombreux, comme en Ardèche par exemple...

L'Ardèche est l'un des premiers départements où les cuma de transformation ont vu le jour au début des années 1980. Mais derrière le mot «transformation», se cachent des activités très diverses.

En admettant sous ce vocable l'ensemble des activités liées à la transformation pure, à la découpe, à la distillation et au conditionnement, l'Ardèche compte aujourd'hui, dix cuma de «transfo». Découpe, transformation de viande, transformation de légumes et fruits dont la symbolique châtaigne d'Ardèche, distillation de lavande puis conditionnement avec l'embouteillage de vin ou de jus de fruit, toutes ces activités se retrouvent au sein d'ateliers collectifs en cuma.

Créés dans le but de valoriser les produits agroalimentaires des exploitations tout en diminuant les coûts de transformation, ces ateliers ont fait le choix du statut cuma pour plusieurs raisons. La CUMA est à la fois un outil facile à gérer, maîtrisable, et constitue une aide à l'installation de nouveaux agriculteurs



La cuma des Chataigniers est l'une des 10 cuma de transformation que compte l'Ardèche.



Dans les Landes, à la demande de 6 de ses adhérents, une Cuma s'est équipée d'un véhicule frigorifique (Opel Combo Cargo).

ANNEXE 5 : TERRES EN JEU, aborder la question du foncier en jouant...

Jeu conçu par Camille Clément (intervenue à plusieurs reprises sur cette mission)

Les élus des avant-monts ont joué le jeu...

Comment les agriculteurs accèdent-ils au foncier ?

Comment les communes mènent-elles de front politique d'urbanisme et soutien à l'agriculture locale ?

Quelles sont les conséquences de la pression foncière sur l'activité agricole ?

Quel est l'avenir de l'agriculture en périurbain et en zone rurale touristique ?

En mettant en situation des **agriculteurs**, des **propriétaires fonciers**, un **maire** et un **promoteur immobilier**, ce jeu de rôle, créé dans le cadre d'un projet de recherche sur le foncier agricole, a pour objectif de **mieux comprendre les dynamiques agricoles dans les territoires sous pression foncière**.

L'action se déroule dans une commune périurbaine fictive située dans le sud de la France à proximité d'une ville de 500 000 habitants en forte croissance.

Les joueurs négocient entre eux **la vente, la location ou le prêt de parcelles** afin de remplir leurs objectifs, spécifiques pour chaque joueur.

La partie se déroule en quatre tours représentant les **quatre années d'élaboration du plan local d'urbanisme**, soit une période d'incertitude quant à la constructibilité des parcelles de la commune.

