



**PROJET
ALIMENTAIRE
TERRITORIAL
DE HAUTE-MAYENNE**

**PLAN D'ACTION
MARS 2021**

INTRODUCTION

Le projet alimentaire territorial de Haute-Mayenne (PAT) est porté par le GAL (groupe d'action locale). Cette structure accompagne différents projets (collectifs, individuels) à l'échelle des quatre communautés de communes (CC) formant le territoire nord du département : CC du Bocage Mayennais, CC de l'Ernée, CC Mayenne Communauté, et enfin CC du Mont des Avaloirs.

Le PAT vise la relocalisation de l'agriculture et de l'alimentation à cette échelle (renforcement de la production et de la consommation de produits locaux), ainsi que la reterritorialisation (processus aboutissant à une gouvernance alimentaire territoriale, à savoir une coordination de différents acteurs autour du fait alimentaire, souhaitant "reprenre en main" leur alimentation). Les conditions de production de cette alimentation et de sa consommation doivent être écologiquement responsables.



Pour répondre à ces objectifs, quatre axes ont été décidés pour orienter les stratégies et actions de ce projet :

- Développer l'offre en produits locaux et de qualité
- Favoriser l'approvisionnement de la restauration collective avec ces produits
- Sensibiliser les citoyens-consommateurs à ces produits
- Mettre en valeur un patrimoine alimentaire

C'est autour de ces objectifs, que s'est construit le présent plan d'action.

La forme de ce document est inspirée par les plans d'actions du PAT du Pays des Châteaux et de l'Île d'Yeu. Merci à eux pour le partage de leur document.



CE PROJET EST COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN AGRICOLE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL. L'EUROPE INVESTIT DANS LES ZONES RURALES.

MÉTHODOLOGIE

Ce plan d'action est le fruit de nombreuses rencontres et ateliers. En tout 15 moments collectifs se sont déroulés durant la première année du projet.

En effet, depuis fin 2019, le GAL de Haute-Mayenne mobilise les acteurs de son territoire, et va à leur rencontre, afin de mieux comprendre le fonctionnement du système alimentaire, de saisir les différents enjeux, d'identifier les problématiques et solutions possibles liées au territoire.

En tout, plus de 80 personnes d'horizons différents se sont rencontrées dans le cadre des ateliers et réunions du PAT. Un travail participatif a été mené afin de co-construire la stratégie, puis d'analyser les actions à mettre en place pour y répondre.

Un état des lieux sous forme de "diagnostic partagé" rassemble l'ensemble des éléments obtenus jusque-là, à partir de données chaudes (ateliers, réunions, entretiens) et froides (lecture de rapports, données statistiques). Ce document est en cours d'élaboration.



AXE 1 : DEVELOPPER L'OFFRE EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

A) Favoriser le renouvellement des actifs agricoles

Action n°1 : Sensibiliser les acteurs du territoire aux enjeux fonciers

Action n°2 : Susciter des carrières agricoles et l'installation sur le territoire

Action n°3 : Créer un collectif territorial pour faciliter la transmission et l'installation

B) Consolider les opportunités commerciales locales

Action n°4 : Quantifier l'offre et les besoins sur le territoire

Action n°5 : Etudier l'opportunité d'un label/d'une charte pour valoriser les acteurs engagés dans les circuits courts et la qualité

Action n°6 : Faciliter l'achat de produits locaux et de qualité

C) Accompagner la diversification en produits locaux et de qualité

Action n°7 : Inciter à la diversification de la production

Action n°8 : Accompagner la création d'espaces tests agricoles sur le territoire (ZA des Chevreuils et ailleurs)

Action n°9 : Développer les pratiques agroécologiques sur le territoire

AXE 2 : SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS AUX PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

D) Expliquer les intérêts d'une alimentation locale et de qualité

Action n°10 : Vulgariser la question du consommer local

Action n°11 : Former des ambassadeurs de l'alimentation de proximité

E) Rendre accessibles les produits locaux et de qualité

Action n°12 : Favoriser la vente de produits locaux dans des commerces multi-produits existants

Action n°13 : Créer des groupes d'échanges "manger sain, local et pas cher"

F) Connaître les besoins et les attentes des consommateurs

Action n°14 : Mener une enquête sur les pratiques et habitudes alimentaires des habitants du territoire

AXE 3 : FACILITER L'APPROVISIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

G) Sensibiliser les acteurs de la restauration collective

Action n°15 : Initier un réseau d'acteurs pour le partage d'expériences

Action n°16 : Formation des différents acteurs

Action n°17 : Bâtir une méthodologie de démarche de progrès avec les cuisines

H) Structurer l'approvisionnement

Action n°18 : Générer plus de liens entre l'amont et l'aval : dynamiser les démarches territoriales pour l'approvisionnement

Action n°19 : Simplifier la logistique

I) Mutualiser la restauration collective

Action n°20 : Accompagner l'émergence de cuisines mutualisées à l'échelle des communes

AXE 4 : METTRE EN VALEUR UN PATRIMOINE ALIMENTAIRE

J) Identifier, définir notre patrimoine alimentaire

Action n°21 : Réaliser une base documentaire pour définir le patrimoine alimentaire

Action n°22 : Etat des lieux global des productions rattachées au patrimoine alimentaire

K) Sensibiliser au patrimoine alimentaire

Action n°23 : Organiser des animations pour présenter à différents publics les données et produits identifiés

L) Favoriser le développement de produits alimentaires patrimoniaux

Action n°24 : Faire émerger un groupe d'éleveurs de races patrimoniales engagés dans la valorisation des produits

AXE 1 : DEVELOPPER L'OFFRE EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

A) Favoriser le renouvellement des actifs agricoles

Action n°1 : Sensibiliser les acteurs du territoire aux enjeux fonciers

Action n°2 : Susciter des carrières agricoles et l'installation sur le territoire

Action n°3 : Créer un collectif territorial pour faciliter la transmission et l'installation

B) Consolider les opportunités commerciales locales

Action n°4 : Quantifier l'offre et les besoins sur le territoire

Action n°5 : Etudier l'opportunité d'un label/d'une charte pour valoriser les acteurs engagés dans les circuits courts et la qualité

Action n°6 : Faciliter l'achat de produits locaux et de qualité

C) Accompagner la diversification en produits locaux et de qualité

Action n°7 : Inciter à la diversification de la production

Action n°8 : Accompagner la création d'espaces tests agricoles sur le territoire (ZA des Chevreuils et ailleurs)

Action n°9 : Développer les pratiques agroécologiques sur le territoire

A.1. SENSIBILISER LES ACTEURS DU TERRITOIRE AUX ENJEUX FONCIERS

Contexte et objectifs

Dans un contexte où de plus en plus d'exploitations sont à transmettre, il devient nécessaire de favoriser l'installation agricole pour pérenniser l'économie agricole et la relocalisation de l'alimentation

L'objectif de cette action est de faciliter les démarches, en expliquant en amont les enjeux et solutions possibles

Description de l'action

- Des sessions d'animation et de formation seront mises en place à destination des collectivités territoriales (enjeux, outils mobilisables), mais aussi des cédants (imaginer un modèle de reprise différent, penser à "l'après"), des porteurs de projets (susciter l'envie d'aller vers des carrières en élevage...), des propriétaires.
- Parallèlement à ces animations et formations, un diagnostic sera mené au niveau des EPCI pour savoir de quelle superficie de terres agricoles sont-ils propriétaires, mais aussi avoir une visibilité sur les exploitations en situation d'urgence.
- Un outil de veille foncière mutualisé pourrait être créé. Cet outil servira à appuyer les temps de sensibilisation.

Les freins

L'accès aux données, parvenir à mobiliser les acteurs concernés.

Le manque de transversalité entre des projets sur le territoire / les services d'une collectivité (enjeux économiques, environnementaux, agricoles) = travail en "silos".

L'existant

Les cafés transmission/installation de l'ADEARM, les formations de la Chambre d'agriculture, de Terre de Liens, de la CIAP53.

Des visites de fermes.

Vigifoncier et autres données.

Les leviers

Un réseau d'acteurs qui se connaissent et partagent un avis commun sur ces questions, des outils d'accompagnement activables.



A.1. SENSIBILISER LES ACTEURS DU TERRITOIRE AUX ENJEUX FONCIERS

Public(s) ciblé(s)

Les collectivités territoriales (élus et techniciens), les cédants, les porteurs de projets, les propriétaires fonciers.

Qui mène l'action ?

Le GAL sera le chef d'orchestre et accompagnera des actions de sensibilisation existantes portées par : l'ADEARM, la Chambre d'Agriculture, la CIAP53, Terre de Liens PDL.

La partie diagnostic pourra être prise en charge par un stagiaire ou étudiant.

Les partenaires

Les EPCI, la SAFER, le CERFRANCE pour les données.

Les lycées agricoles et centres de de formations.

Les résultats attendus

Avoir des événements organisés sur ces thématiques (formation, sensibilisation). Au minimum deux par an, et pouvoir dupliquer si nécessaire.

Une veille foncière sera mise en place, voire un outil permettant de mettre en valeur ces données.

Temporalité

Cette action devra commencer le plus tôt possible et être pérennisée sur du long terme.

Une formation Terre de Liens à destination des collectivités territoriales aura lieu en juin 2021.

Le GAL accompagnera les actions ponctuelles portées par les autres structures expertes sur ces questions.

A.2. SUSCITER DES CARRIÈRES AGRICOLES ET L'INSTALLATION SUR LE TERRITOIRE

Contexte et objectifs

Face à un nombre croissant de départs à la retraite, il n'y a actuellement pas assez de candidats pour reprendre ces exploitations.

L'objectif de cette action est de donner envie à des jeunes de se lancer en agriculture, mais aussi d'aller chercher des actifs sur d'autres départements des Pays de la Loire, voire dans d'autres régions.

Description de l'action

- Identifier sur le territoire et ailleurs s'il y a des porteurs de projets en recherche de terres.
- Avoir une formule d'accompagnement regroupant les différentes offres de formation pour s'installer (parcours à l'installation, de l'idée au projet, stage paysan créatif...), expliquer les étapes.
- Adapter la communication selon le type de public. Cette communication doit aussi valoriser le métier d'agriculteur et le territoire (richesse paysagère, historique, réseaux...). Pourquoi pas avoir un support vidéo pour faire la promotion des fermes sur le territoire avec différents points de vue.
- Organiser des fermes ouvertes pour montrer les possibles. S'appuyer sur des Espaces Tests Agricoles (ex: ZA des Chevreuils).
- Pourquoi pas passer des Appels à Manifestation d'Intérêt ? et les relayer par différents réseaux.

Les freins

L'accès à la terre peut s'avérer compliqué (prix, critères de sélection des candidats, concurrence...). Les porteurs de projets peuvent ne pas être assez "mûrs". Eventuelle inadéquation entre le projet du candidat et la ferme à transmettre.

Les leviers

Le parcours d'aide à l'installation de la Chambre d'agriculture permet de prendre le temps, la communication entre les acteurs est un élément clé, l'état des lieux sur le foncier agricole sera nécessaire.

L'existant

Il existe aujourd'hui des solutions de portage foncier sur du court et long terme (SAFER, Terre de Liens). Mais aussi du portage d'activité (CIAP53).

Vidéos de la Chambre d'agriculture.

Les témoignages au sujet de l'agriculture biologique.



A.2. SUSCITER DES CARRIÈRES AGRICOLES ET L'INSTALLATION SUR LE TERRITOIRE

Public(s) ciblé(s)

Citoyens de la région Pays de la Loire, citoyens, porteurs de projet, collège, lycée, formation agricole.

Qui mène l'action ?

Le GAL et les organisations agricoles.

Les partenaires

Les acteurs publics à différentes échelles (communes, EPCI, département, région), les réseaux agricoles à différentes échelles (régional et national), les enseignants et les producteurs du territoire.

Les résultats attendus

Avoir une offre centralisée, des contacts avec d'autres acteurs.

Une stratégie de communication et un support.

Des visites dans des établissements scolaires, ou des visites de fermes organisées pour le jeune public.

Temporalité

Cette action devra commencer le plus tôt possible et être pérennisée sur du long terme.

Un support vidéo pourrait être réalisé cette année sur l'année 2021 sous formes de portraits (prise de contact avec un vidéaste).

A.3. CRÉER UN COLLECTIF TERRITORIAL POUR FACILITER LA TRANSMISSION ET L'INSTALLATION

Contexte et objectifs

Cette action sera transversale aux précédentes. Elle permettra leur bon déroulement. L'objectif est de mettre en commun les compétences des acteurs agricoles, afin d'optimiser l'accueil, la transmission et l'installation de porteurs de projets sur le territoire.

Description de l'action

- Identifier les acteurs intéressés par cette démarche : ADEARM, Chambre d'agriculture, CIAP53, CIVAM Bio 53, CIVAM AD 53, DDT, SAFER, Terre de Liens... + collectivités territoriales.
- Réunir ces acteurs dans le but de créer un groupe d'appui local / un groupe d'accueil pour la transmission / installation.
- Définir les objectifs de ce groupe, écrire une charte, évaluer le temps de travail par structure.
- Trouver un moyen de pérenniser ce groupe, par exemple en passant des conventions, trouver des fonds pour soutenir le travail de ce groupe.
- Etudier plus précisément le fonctionnement d'organisations de ce type sur d'autres territoires (Nantes Métropole, Ile d'Yeu, Clermont Ferrand/Livradois Forrez...).

Les freins

Le budget à mobiliser pour pérenniser ce groupe.

Le temps disponible par structure pour s'investir dans ce groupe.

Les leviers

Des acteurs qui se connaissent et qui se sont déjà rencontrés plusieurs fois dans le cadre du PAT.

Une vision commune des problématiques foncières sur le territoire.

L'existant

Sur d'autres territoires des modèles de gouvernance multi-acteurs existent : PAT de Nantes Métropole, PAT de l'île d'Yeu...



A.3. CRÉER UN COLLECTIF TERRITORIAL POUR FACILITER LA TRANSMISSION ET L'INSTALLATION

Public(s) ciblé(s)

Les collectivités territoriales et les acteurs agricoles.

Qui mène l'action ?

Le GAL.

Les partenaires

Les collectivités territoriales et les acteurs agricoles.

Les résultats attendus

Une réunion organisée avec les acteurs identifiés pour discuter de la création de cette organisation.

Avoir une intervention d'un autre territoire ayant mis en place une instance comme celle-ci.

Viser à pérenniser ce groupe.

Temporalité

Sur le court terme (cette année) : la création de ce groupe et ses conditions d'existence doivent être définies et validées.

Sur le long terme : le groupe doit être pérennisé. Des réunions plusieurs fois par an devront être prévues (en fonction des demandes).

B.4. QUANTIFIER L'OFFRE ET LES BESOINS SUR LE TERRITOIRE

Contexte et objectifs

Ce diagnostic permettra de savoir quels sont les volumes produits, mais aussi d'identifier les besoins sur le territoire, afin de mieux cibler quelles sont les productions à développer. L'objectif est d'avoir une meilleure visibilité de l'offre locale.

Description de l'action

- Au niveau de l'offre : savoir par type de produits quelle quantité est produite sur le territoire, quelle partie est en filière courte, quelle partie est en filière longue. Savoir s'il y a des besoins en outillage/matériel.
- Au niveau des débouchés : définir quel type de débouché (distribution, restauration privée ou collective) et à partir de ce débouché, quels sont les besoins.
- Etre accompagné pour bâtir cette étude, voire trouver un prestataire pour la mener.

Les freins

Le manque de connaissance actuel de l'offre, le temps et le budget à consacrer pour établir une étude comme celle-ci. Parvenir à affiner les objectifs de l'étude.

Les leviers

Une telle étude permettra d'accompagner les autres actions du PAT, en apportant plus de précisions.

L'existant

Des données sont déjà mobilisables (Chambre d'agriculture, Conseil Départemental...).

Grille de questions de la FNAB pour s'inspirer pour bâtir l'enquête.



B.4. QUANTIFIER L'OFFRE ET LES BESOINS SUR LE TERRITOIRE

Public(s) ciblé(s)

L'amont : les producteurs.

L'aval : les lieux de restauration, les commerces...

Qui mène l'action ?

Le GAL + un prestataire (identifier ce prestataire = bureau d'étude ?)

Les partenaires

Les collectivités territoriales, les réseaux agricoles (Chambre Agriculture, CIVAM Bio 53, CIVAM AD, ADEARM...) et autre chambres consulaires (CMA...).

Les résultats attendus

Avoir une étude réalisée.

Temporalité

Sur le court terme (cette année) : affiner les objectifs de cette étude et trouver un prestataire. L'étude démarrera ensuite mais devra être terminée au plus tard été 2022.

B.5. ETUDIER L'OPPORTUNITÉ D'UN LABEL/D'UNE CHARTE POUR VALORISER LES ACTEURS ENGAGÉS DANS LES CIRCUITS COURTS ET LA QUALITÉ

Contexte et objectifs

Dans le but de mettre en lumière les démarches favorisant les circuits courts, une charte et un label peuvent être créés sur le territoire. L'aspect terroir pourra aussi être étudié.

Cela aura pour objectif, d'une part de créer une démarche distinctive, et d'autre part, d'appuyer la relocalisation alimentaire.

Description de l'action

- Définir les objectifs de cette charte, de ce label. Faire le lien avec d'autres actions du PAT. Idée de mettre en avant le territoire, mais aussi le terroir (axe patrimoine).
- Co-construire les objectifs avec un petit groupe, puis agrandir ce groupe. Définir la notion de "qualité" et de "local". Pourquoi pas mettre en place une "démarche progrès" + patrimoine alimentaire.
- Etudier les différentes formes juridiques possibles : association, marque, label...
- Référencer les acteurs ayant déjà des certifications en place, étudier l'intérêt de créer cette charte/label. Prospecter auprès des producteurs, des distributeurs et des restaurateurs.
- Une fois ce réseau consolidé, cela peut être une base pour l'animation.

Les freins

Temps nécessaire pour participer à ce réseau.
Ingénierie de communication à mettre en place.

Les leviers

Les réseaux sur le territoire.
Avoir une entrée "territoriale".
Bien définir les critères pour "adhérer" à cette charte.

L'existant

Label "qualité/proximité" dans le Pays du Mans, marque régionale comme "Produit en Bretagne", association de producteurs, transformateurs (ex: Association Produit en Pays de Retz). Goutez à la Mayenne.



B.5. ETUDIER L'OPPORTUNITÉ D'UN LABEL/D'UNE CHARTE POUR VALORISER LES ACTEURS ENGAGÉS DANS LES CIRCUITS COURTS

Public(s) ciblé(s)

Qui : Producteurs, transformateurs, distributeurs, restaurateurs (privés, collectifs).
Pour qui : les consommateurs.

Qui mène l'action ?

Le GAL + un prestataire pour la communication.

Les partenaires

Chambre d'agriculture, réseau CIVAM, CMA, CRAPAL : pour les agriculteurs, transformateurs.
Collectivités territoriales, CCI : pour les commerces et restaurants.

Les résultats attendus

Contacter les différents acteurs et organiser un premier temps collectif pour définir les notions de "qualité" et de "local" (+ "patrimoine").

Avoir une première analyse de ce qui pourrait être fait comme démarche, combien cela coûterait en temps, quels seraient les moyens à mettre en place => savoir si cela est réalisable et si cela a un intérêt.

Faciliter la connaissance des circuits courts, donner de la visibilité au territoire.

Temporalité

Action à commencer dès à présent et se construira au fil de l'eau.

B.6. FACILITER L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITÉ

Contexte et objectifs

L'achat de produits issus des fermes du territoire n'est pas souvent simple pour tout le monde (accessibilité géographique, temps à consacrer, absence même de point de vente sur des communes).

L'objectif est de parvenir à simplifier ces démarches, en s'appuyant sur les besoins des communes.

Description de l'action

- Accompagner l'émergence de lieux centralisant une offre de produits locaux et de qualité (ex : AMAP, drive, ruches, magasins de producteurs, "corners"...)
- Pour les communes excentrées des lieux d'achat, un système d'épicerie ambulante pourrait être imaginé, proposant un itinéraire par semaine.
- Les commandes par internet peuvent aussi être une solution.
- Partir à la rencontre des usagers pour identifier les besoins, freins, attentes... pour imaginer de nouvelles solutions qui les amènent à consommer des produits locaux et de qualité (prototypage, démarche usager...).
- Identifier les communes sans commerces à proximité (définir des critères) et savoir si elles seraient intéressées.

Les freins

Trouver des personnes intéressées.

Trouver l'espace.

Si magasin de producteurs : temps important à consacrer pour les producteurs.

Qui tient le magasin ?

Les leviers

Permettrait de sensibiliser, penser à d'autres fonctions que pourraient avoir ce lieux ou cette épicerie ambulante,

Les AMAPs peuvent être une base à la création de ce type de commerce.

L'existant

Des magasins de producteurs existent, différents modèles (bénévolat, coopératifs, producteurs/salariés), des corners se développent aussi en Mayenne. Système également de casiers (Serres au comptoir).



B.6. FACILITER L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITÉ

Public(s) ciblé(s)

Les communes peu densifiées et excentrées : élus communaux et intercommunaux.
Les producteurs.
Les citoyens.

Qui mène l'action ?

Le GAL dans un premier temps.
Un porteur de projet ou une autre en activité.
Pour l'étude usager / enquête par commune : possibilité de passer par une université ou école et formaliser une commande (école d'agronomie, formation en développement local).

Les partenaires

Les associations locales, chambre d'agriculture, CIVAM, CCI, Initiative Mayenne.

Les résultats attendus

Rendre l'offre locale plus accessible, aller au plus près des besoins.
Identifier des communes intéressées par ce projet et étudier la faisabilité.

Temporalité

Action à commencer dès à présent et se construira au fil de l'eau.

C.7. INCITER À LA DIVERSIFICATION DE LA PRODUCTION

Contexte et objectifs

La diversification d'une exploitation a plusieurs avantages : rendre plus résilient le système, s'ouvrir à de nouveaux marchés. Mais aussi favoriser la transmission d'une exploitation en s'associant et en créant plusieurs ateliers.

L'objectif de cette action sera de donner envie de créer plusieurs ateliers sur une exploitation, et favoriser l'agriculture biologique pour des nouveaux ateliers.

Description de l'action

- Pour les producteurs déjà en place : Inciter à prendre le temps de la réflexion. Mettre en avant les avantages de diversification + en bio (ex : sur une exploitation en conventionnel, premier pas vers la conversion). S'appuyer sur des groupes d'acteurs locaux qui vont permettre d'élargir les horizons : agriculteurs, citoyens... Accompagner au parcours de la diversification par les réseaux existants, en mettant en place par exemple des visites de fermes, des témoignages. Si volonté de diversifier, rendre possible le remplacement du producteur et donc soutenir ce service. Un pré-requis : l'agriculteur en question s'inscrit dans une démarche qualité et de proximité.
- Pour les porteurs de projets : Suggérer l'association entre personnes et de compétences pour reprendre des exploitations. Favoriser la formation en "alternance", en permettant d'aller sur des exploitations de modèles différents, de se confronter à différentes personnalités, d'avoir connaissance du champs des possibles. Communiquer sur le métier, réappropriation de la communication par les agriculteurs (travailler sur l'image). S'inscrire d'emblée dans des démarches qualité. Valoriser le lien social via les circuits courts, les intérêts de la bio...

Les freins

La charge de travail : mettre en place un autre atelier revient à lancer une nouvelle activité.

Les leviers

La contractualisation.

Le témoignages de personnes ayant diversifié leur offre.

Marges possibles en AB, réduction des coûts de fonctionnement.

L'existant

Fermes diversifiées sur le territoire.

Fermes conventionnelles qui ont développé un atelier en bio sur leur exploitation.



C.7. INCITER À LA DIVERSIFICATION DE LA PRODUCTION

Public(s) ciblé(s)

Producteurs, personnes qui cherchent à diversifier leur activité.
Porteurs de projets, jeunes en formation.

Qui mène l'action ?

GAL, réseau CIVAM, Chambre d'agriculture.
+ ADEARM / CIAP ?

Les partenaires

ADEARM, CIAP 53, EPCI, lycées agricoles, structures de formation, commerces, producteurs diversifiés, structure de remplacement salarial, citoyens.

Les résultats attendus

Avoir mis en place une stratégie de communication, de sensibilisation.
Identifier des personnes intéressées + des personnes ressources.
Avoir un programme de formation montrant les expériences en filières courtes diversifiées.
Organiser des visites de fermes pour les scolaires + pour les porteurs de projets et producteurs en place.

Temporalité

Action à commencer dès à présent et se construira au fil de l'eau.

C.8. ACCOMPAGNER LA CRÉATION D'ESPACES TESTS AGRICOLES SUR LE TERRITOIRE (ZA DES CHEVREUILS ET AILLEURS)

Contexte et objectifs

La création d'espaces test agricoles, permettant à un porteur de projet de tester une activité temporairement avant de se lancer, facilite d'une part la diversification de l'offre, et d'autre part, dynamise les installations.

Il s'agira dans un premier lieu d'accompagner la création d'un espace test sur la ZA des Chevreuils à Aron, dans le cadre d'une compensation agricole. Puis de dupliquer ces espaces ailleurs.

Description de l'action

- Etudier les possibilités de création d'un espace test agricole (diagnostic) : conditions agronomiques, type d'activité, porteurs de projets intéressés, gouvernance, partenariat, lieux, insertion dans une filière...

Idées actuelles : verger (haute-tige et basse tige) en agroforesterie avec élevage, PAM, maraîchage, ruches pour la ZA des Chevreuils.

- Rencontre de partenaires.
- Recherche de porteurs de projets intéressés par le lieu de la ZA des Chevreuils : réseaux des organisations agricoles, prospection par AMI ou par contacts avec d'autres territoires, réseau RENETA.
- Dupliquer cette expérience ailleurs : exploitation ne trouvant pas de repreneurs, terres en friche...

Les freins

Faire coïncider les envies des porteurs de projets et les activités possibles.

Le lieu de la ZA des Chevreuils : pas de bâtiments, pas de système d'irrigation pour l'instant.

Les leviers

Système innovant et en développement sur le territoire.

Peut éventuellement permettre d'éviter l'agrandissement.

L'existant

Plusieurs expériences en région Pays de la Loire.

Réseau RENETA (réseau national des espaces test agricoles).



C.8. ACCOMPAGNER LA CRÉATION D'ESPACES TESTS AGRICOLES SUR LE TERRITOIRE (ZA DES CHEVREUILS ET AILLEURS)

Public(s) ciblé(s)

Jeunes en formation, scolaires, porteurs de projets, principalement des personnes non issues du milieu agricole.

Qui mène l'action ?

GAL, Mayenne Communauté + CIAP 53

Les partenaires

CPIE, CIVAM Bio 53, Chambre d'agriculture, Lycée Rochefeuille, ETIC 53, Maine Atelier, Mayenne Communauté pour la ZA des Chevreuils.

Autres partenaires à identifier pour essayer.

Les résultats attendus

Identifier les conditions de réalisation d'un tel espace sur les parcelles attenantes à la ZA des Chevreuils.

Dans un second temps, identifier des porteurs de projets potentiels, des partenariats... Structuration d'une filière.

Temporalité

Dès à présent jusqu'en 2022.

C.9. DÉVELOPPER LES PRATIQUES AGROÉCOLOGIQUES SUR LE TERRITOIRE

Contexte et objectifs

L'agroécologie est un modèle appliqué à l'agriculture, qui regroupe un ensemble de techniques et de dimensions. En effet, un des éléments fondamentaux est la notion de système : l'exploitation n'est plus seulement pensée à l'échelle de la parcelle, mais bien en prenant en compte son environnement naturel et territorial.

L'objectif est de parvenir à travailler en association avec ces différentes échelles et réduire les externalités négatives de l'outil de production afin d'enclencher une transition agricole sur le territoire.

Description de l'action

- S'accorder sur une définition de l'agroécologie : quelles techniques, quel modèle de gouvernance, avoir des indicateurs.
- Identifier les points de blocage sur le territoire : manque de matériel, contexte culturel...
- Sensibiliser les différents acteurs à l'agroécologie, aux impacts et aux techniques (naturelles) : collectivités territoriales, agriculteurs, porteurs de projets, citoyens...
- Organiser des visites de fermes, des conférences sur le sujet, des formations.
- Si l'opportunité se présente, lancer des expérimentations en agroécologie.
- Faire en sorte de voir le nombre de projets agroécologiques s'accroître.
- Faciliter les démarches de conversion : système de remplacement, interventionnisme des collectivités territoriales pour apporter des aides, appui sur des collectifs d'agriculteurs (GIEE)...

Les freins

La peur du changement, les points de blocage.

Les leviers

Les effets positifs de ce type de modèle.

L'existant

Initiatives portées par différentes associations locales. (Civam AD 53, Civam Bio 53, CPIE, Synergies 53...).

Groupe de travail de la Chambre d'agriculture, groupe DEPHY à échelle régionale.

GIEE en Mayenne.



C.9. DÉVELOPPER LES PRATIQUES AGROÉCOLOGIQUES SUR LE TERRITOIRE

Public(s) ciblé(s)

Collectivités territoriales, agriculteurs, porteurs de projets, personnes en formation, citoyens et autres acteurs du système alimentaire.

Qui mène l'action ?

Le GAL pour démarrer + collectivités territoriales : définition de la méthode avec les organisations agricoles et associations locales.

Les organisations agricoles.

Les partenaires

Chambre agriculture, réseau CIVAM, CPIE, Synergies 53, Lycée Rochefeuille, CIAP53, ADEARM...

Les agriculteurs.

Les résultats attendus

Avoir défini collectivement une méthode.

Mise en place de programmes de sensibilisation, formation.

Stratégie de communication à définir : quels outils ?

Temporalité

Dès à présent.

AXE 2 : SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS AUX PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

D) Expliquer les intérêts d'une alimentation locale et de qualité

Action n°10: Vulgariser la question du consommer local

Action n°11 : Former des ambassadeurs de l'alimentation de proximité

E) Rendre accessibles les produits locaux et de qualité

Action n°12 : Favoriser la vente de produits locaux dans des commerces multi-produits existants

Action n°13 : Créer des groupes d'échanges "manger sain, local et pas cher"

F) Connaître les besoins et les attentes des consommateurs

Action n°14 : Mener une enquête sur les pratiques et habitudes alimentaires des habitants du territoire

D.10. VULGARISER LA QUESTION DU CONSOMMER LOCAL

Contexte et objectifs

Il existe un panel de démarches possibles pour consommer des produits locaux et de qualité sur le territoire. Cependant, la connaissance de ces démarches n'est pas forcément effective.

L'objectif de cette action est de fournir une documentation, des "clés" pour consommer localement et enclencher un éventuel changement de pratiques.

Description de l'action

- Rassembler les documents à but pédagogique sur l'alimentation en circuits courts.
- Proposer des ouvrages dans les bibliothèques ou les médiathèques au sujet de la thématique alimentaire, de la relocalisation alimentaire.
- Faire émerger des lieux ressources où des temps pédagogiques pourront être organisés (fermes, épiceries existantes...)
- Utiliser des outils interactifs et ludiques sur cette thématique : escape game, vidéos, blog, podcast, visites de fermes...
- Expliquer les intérêts du consommer local (développement territorial, autonomie alimentaire, prévention des risques de pénuries, lien social, résilience territoriale...)

Les freins

Ne pas adapter l'action au type d'utilisateur.

Les leviers

Le côté ludique, faire le lien avec d'autres "domaines" (le sport, la nature/paysage, l'histoire, le scolaire...)

L'existant

Différents guides existent.

Des événements autour de l'alimentation et de l'écologie (Planète en fête, visites de fermes...)



D.10. VULGARISER LA QUESTION DU CONSOMMER LOCAL

Public(s) ciblé(s)

Des personnes curieuses mais encore peu sensibilisées, des scolaires, des adolescents voire étudiants, des familles...

Qui mène l'action ?

GAL et associations locales pour accompagner la construction de l'action :

- Acteurs socio-culturel (association de jeux comme Payaso Loco),
- Association de cinéma (Atmosphère 53)
- Centre social
- AMAP

Les partenaires

EPCI (service culturel), bibliothèques/médiathèques, mairies, écoles, collèges, lycées (lien à faire avec la restauration collective).

Des agriculteurs.

Les résultats attendus

Lancer un blog sur l'alimentation de proximité et de qualité.

Identifier des ressources à partager.

Avoir un document pédagogique, ludique qui explique les intérêts, avec exemples territoriaux.

Avoir au moins une bibliothèque/médiathèque opérationnelle pour commencer, puis après une par EPCI = faire émerger des lieux ressources.

Temporalité

2021 : lancer le blog, commencer à constituer une base de documentation et prendre contact avec une bibliothèque/médiathèque/scolaire, avec d'autres lieux volontaires, lancer un premier événement.

2022 : continuer à alimenter le blog, avoir un lieu "ressources" par EPCI qui propose de la documentation à ce sujet, avoir mis en place des événements.

D.11. FORMER DES AMBASSADEURS DE L'ALIMENTATION DE PROXIMITÉ

Contexte et objectifs

Ces ambassadeurs seront des citoyens qui auront pour mission d'accompagner leurs voisins ou amis dans un changement d'habitudes et découvertes de nouvelles techniques pour manger local et de qualité.

L'objectif est d'identifier ces personnes et de les former ensuite.

Description de l'action

- Identification d'ambassadeurs, en passant par les réseaux d'associations locales.
- Former les ambassadeurs, sur chaque EPCI, puis former des équipes.
- Temps forts : visites de fermes, ateliers de transformation, jardinage.
- Faire émerger des groupes autour de ces personnes.
- Analyser les habitudes de consommations, les pratiques à partir de ces groupes.

Les freins

Temps à consacrer pour les agriculteurs qui reçoivent du public.

Les leviers

Le côté ludique et amical.

L'existant

Ateliers qui existent (CPIE, Synergies, CIVAM Bio),

Sur d'autres territoires : défis à l'alimentation positive, visites de fermes.



D.11. FORMER DES AMBASSADEURS DE L'ALIMENTATION DE PROXIMITÉ

Public(s) ciblé(s)

Familles, foyers, citoyens, qui ont envie d'aller vers les autres et qui ont déjà un attrait pour ces questions.

Qui mène l'action ?

GAL + CPIE, Synergies, CIVAM Bio 53.

Les partenaires

EPCI (service culturel/éducation/social), bibliothèques/médiathèques, mairies, écoles, collèges, lycées (lien à faire avec la restauration collective), maisons de quartier, structures sociales...

Les résultats attendus

Prendre conscience de l'impact de sa consommation.
Consommer davantage en local, favoriser le "locavorisme".
Avoir un ambassadeur par EPCI + un groupe autour.

Temporalité

2021 - 2022 : identifier des ambassadeurs, les former et créer un groupe autour + définir le programme autour de ce groupe

2022 - 2023 : lancer la première animation

E.12. FAVORISER LA VENTE DE PRODUITS LOCAUX DANS DES COMMERCES MULTI-PRODUITS EXISTANTS

Contexte et objectifs

L'offre en produits locaux est souvent présente dans des commerces spécialisés, mais parfois absente dans les commerces de proximité.

L'objectif de cette action sera d'accompagner la mise en place de produits locaux dans des commerces de proximité qui n'en proposent pas encore.

Description de l'action

- Identifier les magasins intéressés + les producteurs et transformateurs pour mettre en place un partenariat (ou alors créer un lieu de ce type, comme par exemple un magasin de producteurs qui accueillerait d'autres produits pas seulement de l'alimentaire, via l'action B.6) = rencontrer les commerces + enquête au niveau de la production.
- Organiser des dégustations gratuites avec l'aide des producteurs / transformateurs.
- Mettre en place des promotions sur les produits locaux afin d'inciter les gens à essayer.
- Afficher les recettes en magasin.
- S'appuyer sur l'expérience des épiceries en "circuits courts" : identifier les motivations au début du projet, les clés de réussite, les freins, les critères de sélection.

Les freins

La barrière psychologique au niveau du prix et l'ancrage des habitudes.

Les leviers

Les épiceries en circuits courts peuvent être des références.

L'existant

A Gorrion, le Cocci Market travaille sur ce projet.

Les épiceries de Fontaine Daniel, le Comptoir à Pré-en-Pail, l'épicerie à St Mars/La Futaie...

Développement de corners en Mayenne.



E.12. FAVORISER LA VENTE DE PRODUITS LOCAUX DANS DES COMMERCES MULTI-PRODUITS EXISTANTS

Public(s) ciblé(s)

Commerçants, producteurs, transformateurs.

Consommateurs.

Pourquoi pas les cuisines de restauration collective qui voudraient se fournir auprès de ces magasins.

Qui mène l'action ?

GAL + EPCI et élus communaux + prestataire

Les partenaires

Réseau CIVAM, chambres consulaires et producteurs/transformateurs

Les résultats attendus

Avoir une méthodologie pour mieux identifier les schémas possibles.

Travailler en réseau. Accompagner les partenariats.

Avoir une offre en produits locaux mieux représentée (un commerce de proximité par EPCI qui se lance dans une démarche = 4).

Temporalité

2021 : contacter les magasins/épicerie en circuits courts et analyser les schémas possibles, identifier sur le territoire les commerces ne proposant pas de produits locaux/qualité, commencer ensuite à évoquer des partenariats.

2022 : premiers partenariats, développement de lieux avec offre en produits locaux/qualité.

E.13. CRÉER DES GROUPES D'ÉCHANGES "MANGER SAIN, LOCAL ET PAS CHER"

Contexte et objectifs

Il y a beaucoup de freins qui limitent les citoyens pour aller vers les circuits courts (temps, argent, méconnaissance de l'offre, non pratique de la cuisine). Ces freins peuvent être d'autant plus importants pour un public précaire.

L'objectif sera d'accompagner ces personnes et faciliter l'accessibilité aux circuits courts.

Description de l'action

- Mettre en place sur plusieurs jours des formations : compréhension des impacts de ma consommation, cours de cuisine, faire ses courses autrement, limiter mon gaspillage alimentaire...
- Possibilité de s'appuyer des expériences menées sur d'autres territoire : défi consom'acteur, alimentation positive, association Vrac...
- Mettre en place un système de bons d'achat (ou chèques cadeaux comme May Shopping) utilisables dans magasins en circuits courts (épiceries locales, magasins à la ferme, Biocoop...) pour les participants
- Montrer des commerces en circuits courts ou lieux différents de leurs habitudes : visites de lieux avec animation, visite de fermes avec animation...

Les freins

Le temps disponible des personnes, la distance géographique.

Parvenir à attirer leur attention, ne pas rester dans de "l'entre soi".

Les leviers

Différentes entrées peuvent être activées : le sport (associations sportives), la santé, les entreprises, les écoles, les centres culturels, sociaux...

L'existant

En dehors du territoire : défi alimentation positive, défi consom'acteur.

Le travail de l'association Vrac (Boris Tavernier).



E.13. CRÉER DES GROUPES D'ÉCHANGES "MANGER SAIN, LOCAL ET PAS CHER"

Public(s) ciblé(s)

Public précaire : accompagnement important pour rendre accessible financièrement ces produits (bons d'achat, commandes groupées, cours de cuisine, limiter le gaspillage...), rendre accessible culturellement (différents ateliers cuisine, découvertes des produits...)

Mais aussi public éloigné de ces questions.

Qui mène l'action ?

GAL + EPCI et élus communaux.

Associations locales (Synergies, CPIE, CIVAM Bio, nutritionnistes/diététiciens, sportives et autres).

Centres sociaux. Epicerie sociale et solidaires.

CIAS / CCAS.

Acteurs économie sociale et solidaire.

Les partenaires

Les commerces locaux, les associations locales, associations de voisins, parents d'élèves, AMAP, entreprises locales, agriculteurs...

Les résultats attendus

Avoir des personnes intéressées : des citoyens, des associations, des centres sociaux.

Définir le contenu de ce groupe collectivement (démarche usager, partir du besoin).

Temporalité

2021 : contacter les associations locales, les agriculteurs, les commerces, les centres sociaux, premiers contacts avec des citoyens. Rencontrer les personnes et réfléchir ensemble aux solutions possibles selon besoins.

2022 : lancer un défi, épicerie sociale solidaire, travailler avec le réseau VRAC ?

F.14. MENER UNE ENQUÊTE SUR LES PRATIQUES ET HABITUDES ALIMENTAIRES DES HABITANTS DU TERRITOIRE

Contexte et objectifs

Pour réussir les actions précédentes, il convient de mener une enquête à l'échelle de la Haute-Mayenne, afin de répondre au mieux aux attentes des citoyens.

L'objectif sera d'identifier les habitudes, les pratiques des habitants.

Description de l'action

- Etat des lieux des enquêtes existantes (ADEME...)
- Etudier les catégories de consommateurs sur le territoire, leurs lieux et modes de consommation, s'appuyer sur des données sociologiques pour construire l'enquête. Ne pas oublier les freins.
- Communiquer largement les résultats obtenus. S'appuyer sur ces résultats pour les actions de sensibilisation.

Les freins

Ne pas oublier les freins (barrières psychologiques) dans l'enquête.

Manquer de représentativité.

Le temps disponible et l'envie de répondre au questionnaire.

Les leviers

Accompagnement extérieur : universitaire, recherche...

L'existant

GAL Sud Mayenne a travaillé sur cette action.

Enquêtes existantes : ADEME (observatoire de la consommation durable), CPIE, 60 millions de consommateurs



F.14. MENER UNE ENQUÊTE SUR LES PRATIQUES ET HABITUDES ALIMENTAIRES DES HABITANTS DU TERRITOIRE

Public(s) ciblé(s)

Les consommateurs et habitants de la Haute-Mayenne.

Qui mène l'action ?

GAL + stagiaire pour mener l'enquête ou projet universitaire.
Traitement des données : par stagiaire ou universitaire ou GAL.

Les partenaires

Sociologues, statisticiens pour la conception du questionnaire.
Recueil de réponses par des lycéens (lycées agricoles), étudiants.
En relai : EPCI, producteurs, associations, commerçants...

Les résultats attendus

Avoir un panel représentatif du territoire, pouvoir définir des typologies.
Définir un nombre de réponses par intercommunalité par rapport à ces typologies d'habitants.

Temporalité

Printemps 2021 : bâtir le questionnaire et commencer à le diffuser.

Fin 2021 : avoir terminé l'enquête.

AXE 3 : FACILITER L'APPROVISIONNEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE

G) Sensibiliser les acteurs de la restauration collective

Action n°15 : Initier un réseau d'acteurs pour le partage d'expériences

Action n°16 : Formation des différents acteurs

Action n°17 : Bâtir une méthodologie de démarche de progrès avec les cuisines

H) Structurer l'approvisionnement

Action n°18 : Générer plus de liens entre l'amont et l'aval : dynamiser les démarches territoriales pour l'approvisionnement

Action n°19 : Simplifier la logistique

I) Mutualiser la restauration collective

Action n°20 : Accompagner l'émergence de cuisines mutualisées à l'échelle des communes

G.15. INITIER UN RÉSEAU D'ACTEURS POUR LE PARTAGE D'EXPÉRIENCES

Contexte et objectifs

Pour lancer la dynamique de changement et rendre visible les possibles, un travail de mise en lumière de certaines expériences et de partage sera mené sur le territoire.

L'objectif est de donner envie à des restaurants d'enclencher un changement, à partir d'échanges thématiques et de résultats obtenus.

Description de l'action

- Définir différentes thématiques pour rassembler les acteurs de la restauration collective (scolaire, santé...).
- Valoriser les expériences réussies et qui perdurent : les cuisines ressources.
- Identifier et montrer des exemples de petites et grandes cuisines ayant introduit des produits locaux et de qualité, mis en place une politique de lutte contre le gaspillage alimentaire, contre l'usage du plastique et fait évoluer des techniques en cuisine. Avoir un aperçu sur la situation "avant" et "après" changement entrepris. Quelques éléments : le coût, la main d'oeuvre, l'approvisionnement, le matériel et investissements, la fréquentation, le volume de produits gaspillé...
- Visites dans des cuisines témoins ou ailleurs. Réaliser des petits films qui reprennent les témoignages de ces acteurs (à partir d'une grille d'entretien).

Les freins

Le temps disponible pour participer aux temps de visite.

Une restauration collective à deux vitesses sur le territoire : ne pas parvenir à emmener les plus réticents.

Les leviers

Avoir des cuisines représentatives du territoire.

Favoriser le contact entre les cuisines.

L'existant

Cuisine centrale de Mayenne.

Cuisine centrale de Jublains mutualisée avec Grazezay.

Cuisine centrale du Le Horps.

Sur les autres territoires ?



G.15. INITIER UN RÉSEAU D'ACTEURS POUR LE PARTAGE D'EXPÉRIENCES

Public(s) ciblé(s)

Cuisiniers, personnel d'établissement, gestionnaire, directeurs, élus, convives, parents.

Qui mène l'action ?

GAL + établissements ressources
Chambre agriculture avec Réseau local
CIVAM Bio 53.

Les partenaires

Le conseil départemental, la région, les communes, le CIVAM Bio, la Chambre d'agriculture avec Réseau Local, associations de diététiciens et autres acteurs locaux.
Atmosphere 53 ?

Les résultats attendus

Support de communication : Avoir un document texte synthétisant ces éléments, type poster ?
Format vidéo, audio (podcast) ?
Planifier des rencontres selon thématiques.

Temporalité

Printemps 2021 : début des rencontres des cuisines ressources, si d'accord, première visites de sites à partir de mai-juin 2021.
Juin 2021 : réalisation des portraits format vidéo / audio.
Janvier 2022 : entrée en vigueur de la loi EGALIM

G.16. FORMATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS

Contexte et objectifs

Pour amorcer un changement de pratiques au sein des établissements de restauration collective, il est important de passer par des sessions de formation facilitant la démarche.

L'objectif de cette action sera de proposer des formations pratico-pratiques, mais aussi de vulgariser la loi EGALIM.

Description de l'action

- Organisation de sessions de formation aux nouvelles méthodes de cuisine, aux menus végétariens, à la cuisine évolutive.
- Vulgarisation de la loi EGALIM dans le cadre groupes d'échanges.
- Associer les parents d'élèves, les équipes de cuisine (personnel de service, cuisiniers), les directeurs d'établissements, renforcer les contacts entre cuisiniers et convives (donner du temps au personnel), mais aussi les élus, sous la forme d'ateliers thématiques.
- Avoir des temps de visites de fermes programmés sur l'année pour rencontrer les producteurs, ces visites pourraient être ouvertes au personnel de restauration et aux convives.
- Au niveau du scolaire, avoir un programme d'enseignement sur l'année ayant comme thématique l'alimentation locale.
- Former à la communication (présentation ludique des menus, support vidéo pour montrer comment cela se passe en cuisine)

Les freins

Le temps disponible pour participer aux formations.

Les leviers

S'appuyer sur les expériences passées (projet filières courtes en restauration collective).

L'existant

Formations organisées par le CIVAM Bio 53, le conseil départemental.



G.16. FORMATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS

Public(s) ciblé(s)

Cuisiniers, personnel d'établissement, gestionnaire, directeurs, convives, parents, élus.

Qui mène l'action ?

GAL + prestataire :

CIVAM bio 53 et formateurs.

Chambre agriculture avec le Réseau Local.

Faire le lien avec les formations proposées par le département + région.

Les partenaires

Organismes de formation (CNFPT, Les pieds dans le plat, du pain sur la planche), diététiciens, Chambre d'agriculture, Conseil départemental, région, communes.

Les résultats attendus

Augmentation de la part des produits locaux et de qualité, diminution des pertes, plus de repas fait maison.

Temporalité

Printemps 2021 : début des formations

G.17. BÂTIR UNE MÉTHODOLOGIE DE DÉMARCHE DE PROGRÈS AVEC LES CUISINES

Contexte et objectifs

Certains établissements de restauration collective ont mis en place un projet alimentaire. Cette initiative permet d'une part de faire un état des lieux de la situation, et d'autre part de fixer des objectifs à atteindre pour améliorer ses pratiques et tendre par exemple vers les enjeux EGALIM. L'objectif de cette action est d'accompagner les restaurants dans la formalisation de cet outil qui enclenche un schéma d'approvisionnement en circuits courts.

Description de l'action

- Charte alimentaire ou autre document : Identification des acteurs intéressés pour aller dans ce type de démarche. Accompagnement des établissements ou collectivités à l'écriture de cet outil. Associer d'autres personnes : les parents d'élèves, les équipes de cuisine (personnel de service, cuisiniers), les directeurs d'établissements, les convives. Etat des lieux, diagnostic initial sous forme d'auto-évaluation : "où j'en suis dans mes pratiques et quelle est la part de produits sous signes de qualité et locaux dans mes repas ?" S'aider avec des logiciels : tableau Excel de suivi, Maïa, EMAPP, Mon restau responsable...
- Accompagner la planification et la contractualisation : Rencontrer les restaurants, faire remonter les besoins et les problématiques (enquête). Rencontrer les producteurs, identifier ceux qui travaillent déjà avec la restauration collective, ceux qui souhaiteraient aller vers ce débouché (enquête). Evaluer le nombre de restaurants actuels de restaurants qui planifient sur le territoire. Inciter les restaurants collectifs à planifier en montrant les avantages et proposer une méthodologie pour y parvenir.
- Mettre en place une brigade de remplacement pour les temps de concertation.

Les freins

Le temps disponible pour participer aux temps de concertation.

Ne pas avoir d'indicateurs de suivi pour évaluer si les objectifs sont atteints.

Les leviers

S'appuyer sur les chartes existantes.

Se fixer des objectifs simples et atteignables (SMART).

Travailler par produit.

L'existant

Charte alimentaire de la cuisine centrale de Mayenne.

Charte alimentaire de la cuisine de Jublains.

Mon restau responsable.

Outils informatiques : Maïa, EMAPP...



G.17. BÂTIR UNE MÉTHODOLOGIE DE DÉMARCHE DE PROGRÈS AVEC LES CUISINES

Public(s) ciblé(s)

Cuisiniers, personnel d'établissement, gestionnaires, directeurs, élus, convives, parents pour la partie charte alimentaire.

Producteurs, transformateurs, fournisseurs pour la partie planification.

Qui mène l'action ?

GAL + prestataire

Les partenaires

Les cuisines à un stade avancé, les élus locaux, le conseil départemental, le CIVAM Bio, la Chambre d'agriculture avec Réseau Local, le CPIE, Mon restau responsable...

Manger bio 53, Mayon Court.

Les résultats attendus

Approcher au mieux les objectifs de la Loi EGALIM, engager l'établissement ou la collectivité dans une démarche de progrès.

Avoir une méthodologie à appliquer et des résultats des deux enquêtes. Consolidation, simplification pour aller vers la restauration collective. Plus d'anticipation des deux côtés. Peut donner envie à des producteurs ou des porteurs de projets de se lancer dans une activité avec ce débouché consolidé.

Temporalité

Printemps 2021 : début de l'accompagnement

Janvier 2022 : entrée en vigueur de la loi EGALIM

H.18. GÉNÉRER PLUS DE LIENS ENTRE L'AMONT ET L'AVAL : DYNAMISER LES DÉMARCHES TERRITORIALES POUR L'APPROVISIONNEMENT

Contexte et objectifs

Le lien entre les producteurs du territoire ou les structures qui prennent en charge l'approvisionnement des restaurants, semble nécessaire dans une logique territoriale. Le dialogue et les rencontres peuvent permettre de lever certains freins.

L'objectif est de donner plus de visibilité sur les besoins de chacun, en favorisant la communication entre amont et aval + consolider les approvisionnements.

Description de l'action

- Organiser des rencontres entre producteurs ou structures d'approvisionnement, cuisines, élus communaux en charge de la restauration collective et chambres consulaires : forums type Mayenne Food Dating, réunions, ateliers. A titre d'exemple :

- Plénière entre cuisines, élus communaux en charge de la restauration collective et producteurs : une à deux fois par an (avant les mises en culture) = permettre planification.
+ présence des chambres consulaires en médiateur.
- Forums localisés.

- Communiquer sur les structures existantes sur le territoire : Manger Bio 53, MaYon Court : comment les faire connaître, connaître leur fonctionnement avec leurs réseaux.

Les freins

Le temps disponible pour participer aux temps de rencontre.

Actuellement : manque de connaissance entre les acteurs.

La nécessité d'agrément.

Les leviers

Des outils peuvent permettre d'avoir une meilleure visibilité sur l'offre : Appro Local, Panier Local...

L'existant

Mayenne Food Dating.

Le Réseau Local de la Chambre d'agriculture à dynamiser.



H.18. GÉNÉRER PLUS DE LIENS ENTRE L'AMONT ET L'AVAL : DYNAMISER LES DÉMARCHES TERRITORIALES POUR L'APPROVISIONNEMENT

Public(s) ciblé(s)

Cuisines, élus locaux, producteurs, structures d'approvisionnement, chambres consulaires.

Qui mène l'action ?

GAL + prestataire :

Chambre d'agriculture avec Réseau Local pour l'animation de plénière, le Conseil Départemental pour des événements plus conséquents.

Les partenaires

Les élus locaux, Manger Bio 53, MaYon Court, la région, les EPCI.

Les résultats attendus

Rencontres organisées (voir description), des supports de communication et un suivi.

Temporalité

Printemps 2021 : début des rencontres des cuisiniers, élus, producteurs (faire le lien avec autres réunions)...

Rentrée 2021 : Plénière avec tous les acteurs concernés par l'approvisionnement

Janvier 2022 : entrée en vigueur de la loi EGALIM

H.19. SIMPLIFIER LA LOGISTIQUE

Contexte et objectifs

Un des obstacles identifiés en restauration collective, est la logistique. Du côté du fournisseur/producteur, il peut être compliqué de livrer des produits pour une petite commande, du côté du restaurant, l'effet négatif du "coup de sonnette", peut être un frein pour les entrer dans des logiques en circuits courts.

L'objectif sera de simplifier la logistique entre amont et aval, en travaillant sur la mutualisation.

Description de l'action

- Etudier les conditions de partenariat, de regroupement : au niveau des producteurs, des transformateurs, des plateformes, des entreprises agro-alimentaires + magasins spécialisés (Biocoop Soleil).
- Collecter les produits chez les producteurs, mutualiser les livraisons de commandes : s'appuyer sur la mise en place d'un système de planification, de partenariats avec d'autres restaurants à proximité.
- Mettre en relation les acteurs.
- S'appuyer sur les structures existantes : MaYon Court, Manger Bio 53 qui regroupent l'offre et propose un service de commande en ligne et de livraisons.
- S'appuyer sur l'outil naissant : Coclicaux, qui favorise la mutualisation de livraison et d'espaces de stockage.
- En parallèle, identifier les points de blocage et les solutions possibles.

Les freins

Le temps disponible pour participer aux temps de rencontre.

L'effet coup de sonnette.

l'équilibre matière pour la viande (équilibre carcasse). Les seuils de commandes.

Les leviers

Planification, mutualisation que ce soit au niveau des restaurants mais aussi des livraisons et du stockage, interconnaissance des acteurs.

L'existant

Manger Bio 53.

MaYon Court.

Coclicaux.

Appro Local pour les lycées.



H.19. SIMPLIFIER LA LOGISTIQUE

Public(s) ciblé(s)

Producteurs, transformateurs, entreprises agro-alimentaires, structures d'approvisionnement, magasins spécialisés.

Cuisines, élus locaux, chambres consulaires.

Qui mène l'action ?

Etude échelle dép. : GAL Haute-Mayenne + Sud Mayenne + Laval Agglo + Pays des Coëvrons pour porter l'étude.

CIVAM Bio 53 : étude ?

MaYon Court, Manger Bio 53, Coclicaux.

Les partenaires

Les élus locaux, la région, le conseil départemental, les EPCI.

Chambre d'agriculture, civam bio 53, civam AD 53, producteurs, transformateurs, commerces de bouche.

Les résultats attendus

Gain de temps, économies réalisées.

Temporalité

Dès maintenant.

I.20. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE DE CUISINES MUTUALISÉES À L'ÉCHELLE DES COMMUNES

Contexte et objectifs

Des démarches de mutualisation pourront se mettre en place, afin de développer la cuisine "faite maison", conçue à partir de produits locaux et de qualité. Mais aussi pousser la mutualisation plus loin : mise en commun de personnel, mise en commun administrative...

L'objectif de cette action sera de faire émerger des petites cuisines centrales, permettant de mailler le territoire, et de favoriser du "fait maison" et un approvisionnement en circuits courts.

Description de l'action

- Contacter dans un premier temps les élus locaux, les personnes en charge de la restauration collective pour les collèges et lycées. Puis dans un second temps les cuisiniers, gestionnaires, directeurs. Pour les élus : présenter l'idée de mutualiser, de mise en commun en bureau ou commission. Dans un second temps, avec les élus intéressés et référents, les réunir et discuter pour identifier les besoins, les problématiques. Pour le personnel de restauration (ce temps vient après) : organiser des ateliers thématiques avec élus, avoir des témoignages (lien à faire avec action G.14).
- Identifier les communes qui sont prêtes à mutualiser avec d'autres communes. Fixer les objectifs de cette mutualisation, définir la gouvernance. Indiquer un seuil : jusqu'à quel nombre de repas la mutualisation est-elle possible.
- Accompagnement sur les formes de conventions, sur la recherche de personnel, la recherche de financement, agréments...

Les freins

Le temps disponible pour participer aux temps de rencontre.

Le manque de matériel ou de cuisine.

La distance géographique. La logistique à mettre en place pour la livraison.

Les leviers

Témoignages d'acteurs déjà actifs sur ces questions.

L'existant

Cuisine centrale de Mayenne, cuisine centrale du Le Horps, cuisine de Jublains...



I.20. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE DE CUISINES MUTUALISÉES À L'ÉCHELLE DES COMMUNES

Public(s) ciblé(s)

Cuisines municipales, élus référents.
Cuisiniers.

Qui mène l'action ?

GAL + élus référents

Les partenaires

CD 53, région. Chambre d'agriculture avec Réseau Local, CIVAM Bio 53.

Les résultats attendus

Avoir au moins 2 communes par EPCI intéressées par cette démarche. Organiser un temps par intercommunalité réunion élus // personnel de restauration.

Voir émerger des "petites cuisines centrales" pour plusieurs communes. Avoir un maillage sur le territoire. Répondre aux enjeux de la loi EGALIM + amélioration de la qualité du repas.

Permettre aux cuisiniers et autre personnel d'aller à des formations.

Temporalité

Dès à présent.

Pour Mayenne Communauté : 16/03 présentation de la démarche en bureau des maires - 01/04 : première réunion avec élus référents intéressés.

Pour les autres territoires : ?

AXE 4: METTRE EN VALEUR UN PATRIMOINE ALIMENTAIRE

J) Identifier, définir notre patrimoine alimentaire

Action n°21 : Réaliser une base documentaire pour définir le patrimoine alimentaire

Action n°22 : Etat des lieux global des productions rattachées au patrimoine alimentaire

K) Sensibiliser au patrimoine alimentaire

Action n°23 : Organiser des animations pour présenter à différents publics les données et produits identifiés

L) Favoriser le développement de produits alimentaires patrimoniaux

Action n°24 : Faire émerger un groupe d'éleveurs de races patrimoniales engagés dans la valorisation des produits

J.21. RÉALISER UNE BASE DOCUMENTAIRE POUR DÉFINIR LE PATRIMOINE ALIMENTAIRE

Contexte et objectifs

Le territoire du GAL de Haute-Mayenne possède de nombreuses ressources alimentaires et agricoles en lien avec son histoire, mais aussi l'existence de produits issus de savoirs faire particuliers. Malgré la présence de ces produits, ils ne sont pas reconnus comme patrimoine. L'objectif de cette action sera de définir les contours du patrimoine alimentaire de la Haute-Mayenne.

Description de l'action

- Faire des recherches scientifiques et historiques (articles scientifiques, monographies, archives...).
- Prospection sur d'autres territoires de projets de valorisation de leur patrimoine alimentaire et identifier une méthodologie.
- Rencontrer des acteurs spécialistes de ces questions et les faire témoigner (historiens, producteurs, associations, musées..).
- Rencontrer les "anciens" : organiser des ateliers dans des maisons de retraite (ou ailleurs) où il serait possible de recueillir des éléments sur la base du souvenir.

Les freins

Trouver un consensus sur la définition.

Les leviers

Témoignages d'acteurs déjà actifs sur ces questions.

L'existant

Musée du cidre, données des archives départementales, associations de races patrimoniales...



J.21. RÉALISER UNE BASE DOCUMENTAIRE POUR DÉFINIR LE PATRIMOINE ALIMENTAIRE

Public(s) ciblé(s)

Scientifiques, historiens, associations, producteurs, maisons de retraite, musées, autres territoires ayant une action similaire dans un projet de territoire...

Qui mène l'action ?

GAL + stagiaire ou groupe d'étudiants.

Les partenaires

Office de tourisme, CPIE, CRAPAL, Conseil Départemental, universités.

Les résultats attendus

Avoir un document synthétique permettant de mieux saisir les éléments de définition au sujet du patrimoine alimentaire en Haute-Mayenne (par exemple un poster ?)

Temporalité

Dès aujourd'hui et devra être achevé à la fin de l'été 2021.

J.22. ETAT DES LIEUX GLOBAL DES PRODUCTIONS RATTACHÉES AU PATRIMOINE ALIMENTAIRE

Contexte et objectifs

Suite de l'action 23, après avoir mieux cerner ce qui fait référence au patrimoine alimentaire, il s'agira d'identifier sur le territoire, quels sont les producteurs ou transformateurs travaillant sur ces types de produits.

L'objectif de cette action consistera à réaliser un état des lieux par rapport aux productions végétales, productions animales et produits transformés.

Description de l'action

- Bâtir l'enquête : quels sont les produits ? quelles sont les caractéristiques ? qui sont les producteurs ? Où se situent-ils ? Comment se structure la filière ? Quel mode de commercialisation ? Quelles sont leurs aspirations ? (...)
- Pour les productions animales : état des lieux des éleveurs présents sur le territoire (Haute-Mayenne, voire plus ?) travaillant avec les différentes races à faibles effectifs (la typologie de ces races sera réalisée dans l'action 23).
- Pour les productions végétales : même procédé.
- Idem pour les produits transformés.
- Temps de restitution à prévoir.

Les freins

Echelle de territoire pertinente : Haute-Mayenne ou départementale ?

Les leviers

Les différents réseaux : CIVAM Bio 53, CRAPAL, Chambre d'agriculture.

L'existant

Associations de races patrimoniales (races menacées d'abandon par l'agriculture) en Mayenne : saônoises, bleue de bazougers, chèvres des fossés...

Réseau de paysans travaillant avec techniques traditionnelles.

Le vélo fourchette : recensement de fromages fermiers.



J.22. ETAT DES LIEUX GLOBAL DES PRODUCTIONS RATTACHÉES AU PATRIMOINE ALIMENTAIRE

Public(s) ciblé(s)

Les associations de producteurs et les producteurs : éleveurs, paysans boulangers...

Les transformateurs

Les particuliers ? (qui accueilleraient des races patrimoniales ou cultiveraient des variétés spécifiques au territoire).

Qui mène l'action ?

GAL + CRAPAL pour la partie élevage

CPIE Mayenne Bas Maine ou CIVAM Bio 53 pour la partie végétale ?

Chambre agriculture ?

Les partenaires

Office de tourisme, Chambre d'agriculture, CPIE, CIVAM Bio 53, Conseil Départemental, région

Les résultats attendus

Avoir un questionnaire, puis une base de données reprenant les réponses identifiées.

Temporalité

A partir de septembre 2021.

K.23. ORGANISER DES ANIMATIONS POUR PRÉSENTER À DIFFÉRENTS PUBLICS LES DONNÉES ET PRODUITS IDENTIFIÉS

Contexte et objectifs

Dans le but de donner plus de visibilité à ces produits, mais aussi de sensibiliser les citoyens, commerces, producteurs et autres acteurs, aux produits composant notre patrimoine alimentaire, des animations pourront être organisées.

L'objectif de cette action consistera à réaliser un état des lieux par rapport aux productions végétales, productions animales et produits transformés.

Description de l'action

- Regrouper l'information obtenue : édition de supports de communication => 1 produit/mois
- Les métiers de bouche : communication auprès de ces métiers pour consolider ce débouché pour les producteurs identifiés, travail avec des restaurateurs, des bouchers/charcutiers, fromageries...
- Les producteurs : visites de fermes pour donner envie à d'autres se lancer dans ce type de production mais aussi accueillir du grand public ou des commerces pour découvrir les produits, puis sessions de formation...
- Public scolaire : restauration collective à mettre en lien avec ces producteurs, temps d'animation à prévoir pour visiter des fermes, ou participer à des ateliers de jardinage avec des anciens (1 produit/mois sur un temps de programme défini), échange intergénérationnel
- Grand public : stands sur marchés de producteurs, événements plus larges (Planète en fête...)

Les freins

La situation actuelle : crise sanitaire.
Préparer en amont ces programmations.
Absence de fromagerie sur le territoire.

Les leviers

Intérêt grandissant pour ces questions.

L'existant

Restaurant étoilé : L'Eveil des sens. Autres restaurants inscrits dans des démarches d'approvisionnement en circuits de proximité, mise en valeur les produits de notre terroir. Un livre de recettes sur la Mayenne et sa gastronomie : Du Jardin à l'Assiette (Didier Peschard). Des festivals...et autres événements. Associations locales.



K.23. ORGANISER DES ANIMATIONS POUR PRÉSENTER À DIFFÉRENTS PUBLICS LES DONNÉES ET PRODUITS IDENTIFIÉS

Public(s) ciblé(s)

Les commerces de bouche, les restaurateurs, les producteurs, le milieu scolaire, le grand public...

Qui mène l'action ?

GAL en chef d'orchestre.

CRAPAL et associations représentatives de races pour la partie élevage

CIVAM Bio 53 pour les producteurs en végétal.

Office de tourisme / CPIE Mayenne Bas Maine/ réseau CIVAM / Chambres consulaires pour les animations.

Les partenaires

Les écoles et autres établissements de formation.

Les maisons de retraite pour échange intergénérationnel.

Les chambres consulaires, les organisations agricoles.

Les organisateurs d'événements (festival, marchés de producteurs). Les AMAPs ?

Les communes, les EPCI (services communication,

Les résultats attendus

Support de communication.

Programme d'animation défini avec les partenaires.

Temporalité

A partir de septembre 2021.

L.24. FAIRE ÉMERGER UN GROUPE D'ÉLEVEURS DE RACES PATRIMONIALES ENGAGÉS DANS LA VALORISATION DES PRODUITS

Contexte et objectifs

Terres d'élevage, de nombreuses races patrimoniales sont représentées comme appartenant à l'histoire du territoire. Cependant ces races sont menacées d'abandon par l'agriculture, c'est à dire en sous effectif.

L'objectif est de regrouper les éleveurs volontaires, voire de développer les élevages, pour travailler ensuite à la structuration de la filière sur le territoire et accroître les effectifs.

Description de l'action

- Création d'un groupe multiraces "viandes", à partir d'éleveurs intéressés pour expérimenter un approvisionnement auprès des métiers de bouches (boucheries, charcuteries, restaurants privés et collectifs).
- Identifier les personnes (commerces et restaurants) intéressés : restaurateurs, restauration collective, boucher, charcutier...
- Organiser des rencontres entre les éleveurs et ces "débouchés" : sur visite de ferme, ou lors d'un forum...
- Dans un second temps, s'ouvrir aux commerces de proximité, type épiceries voire enseignes plus grandes.

Les freins

La situation actuelle : crise sanitaire qui limite l'ouverture des restaurants.

Les leviers

Des besoins en viande pour la restauration collective.

Passerelle possible à faire entre restaurant collectif et privé pour équilibre matière.

L'existant

Associations locales rattachées au CRAPAL.
Des restaurants, des boucheries et charcuteries.



L.24. FAIRE ÉMERGER UN GROUPE D'ÉLEVEURS DE RACES PATRIMONIALES ENGAGÉS DANS LA VALORISATION DES PRODUITS

Public(s) ciblé(s)

Les éleveurs de races patrimoniales, les commerces de bouche, les restaurateurs (privés et cantines).

Des éleveurs ou porteurs de projets qui seraient intéressés pour aller dans ce type de production.

Qui mène l'action ?

GAL + CRAPAL

Les partenaires

Les communes, EPCI, chambres consulaires, CIAP, réseau CIVAM (CIVAM AD 53 et Civam Bio 53).

Les résultats attendus

Identification d'éleveurs et de commerces / restaurateurs.

Une première mise en contact au niveau des éleveurs, qui s'engage ensuite dans une démarche collective avec des restaurateurs et commerces de bouche.

Temporalité

A partir de septembre 2021.