

# CO-CONSTRUCTION DU PLAN ALIMENTAIRE TERRITORIAL DU GRAND ANNECY

Compte rendu du quatrième atelier

Thématique « **Offre locale plus accessible** »

31 mai 2022 à Argonay



Avec l'appui de **Algoé**  
consultants

## Introduction et rappel des éléments de contexte de la démarche

Par délibération du 25 mars 2021, le Grand Anney, s'engage officiellement dans une démarche partagée d'élaboration d'un Plan Alimentaire territorial (PAT).

En juin 2021 le **Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation labélise officiellement le PAT** du Grand Anney avec un budget dédié et une finalité: « bien produire, manger sain de saison et local ».

La **première phase de diagnostic** débute en septembre 2021 avec un état des lieux de l'offre et de la demande alimentaire, présentée lors d'un forum partenarial rassemblant 80 personnes en janvier dernier, témoignant de la forte dynamique en cours sur cette thématique alimentaire.

Les élus des communes, les acteurs associatifs, les représentants des usagers ou encore les professionnels de l'agroalimentaire sont associés à la démarche.

Le Grand Anney poursuit ce travail et entre dans la **seconde phase: l'élaboration d'un programme d'actions concrètes**, dont la mise en œuvre débutera en 2023 et durera 5 ans.

Dans ce cadre, le cabinet Algoé anime la démarche participative à partir de groupes de travail thématiques qui se réuniront 8 fois entre mai et septembre.

Une deuxième série d'ateliers à partir de septembre 2022, suite aux premiers groupes de travail en mai 2022, permettra la consolidation d'une feuille de route opérationnelle et partenariale avec la finalisation d'un document stratégique.

## Organisation des Ateliers

Cet atelier s'inscrit dans la perspective plus large des 2 séries de 4 groupes de travail thématiques prévus entre mai et septembre 2022. La 1<sup>ère</sup> série de groupes de travail, dont l'atelier sur l'**Offre locale plus accessible** s'est tenu le 31 mai dernier, a permis de faire émerger des propositions d'actions et initiatives à mener pour favoriser l'accès pour tous au « mieux manger ».

L'idée était d'aborder la problématique de manière large et de poser toutes les pistes d'initiatives imaginées par les participants. Cette réunion du groupe de travail est l'occasion de mettre en débat ces éléments, d'en retenir les plus saillants, ou ceux faisant consensus pour faire aboutir des objectifs communs et partagés, poursuivis par des fiches actions détaillant au possible la démarche à emprunter. Cette 1<sup>ère</sup> série de groupes de travail ouvre donc un temps de structuration des idées proposées afin de juger de leur faisabilité et de leur pertinence. La 2<sup>ème</sup> série de groupes de travail visera à partager la formalisation des fiches actions, s'assurer de l'adhésion des participants à la ligne retenue, affiner les actions et leurs modalités et solliciter les volontés d'engagement dans des démarches de mise en œuvre.

### Les objectifs des ateliers :

Faire émerger avec une diversité d'acteurs constituant l'écosystème 'alimentaire' du territoire communautaire un avis sur les orientations stratégiques entourant le PAT :

- Partager les enjeux et les orientations stratégiques en découlant
- Identifier des premières pistes d'actions permettant de répondre aux enjeux préalablement définis
- Conforter l'effort de constitution d'une communauté d'acteurs à l'échelle du Grand Anancy
- Hiérarchiser les propositions d'actions préalablement identifiées.
- Aboutir à des propositions opérationnelles et construire l'implication des partenaires

### Les thématiques de cet atelier « Offre locale plus accessible » sont :

- **N°1 : Relations entre agriculteurs et consommateurs/restaurateurs/GMS.** *Travailler sur les solutions logistiques; Travailler sur l'interconnaissance et l'amélioration de la visibilité de l'offre locale; Développer les circuits courts et de proximité dans les zones moins pourvues; Développer des relations de confiance entre producteurs et GMS;*
- **N°2 : Public en situation de précarité et accessibilité.** *Lutter contre la précarité alimentaire en rendant plus accessible les produits de qualité aux populations en situation précaire.*
- **N°3 : Communication/Sensibilisation.** *Sensibiliser davantage aux pratiques d'approvisionnements locaux.*

### Participants au groupe de travail

Nom	Structure
VEIRMAN André	Terre d'Union
BREGEARD Bernadette	Terre d'Union + Novel AMAP
MONTESUIT Vincent	Elu Alby
THIEFFINE Anne-Lise	Le cri de l'œuf
LOPES Claudia	LECLERC LA BALME de Sillingy
THOMAS Emmy	LECLERC LA BALME de Sillingy
DUFOUR Pierre	Espace citoyen
BEAUJARD Alexandra	Ville d'Anancy
PANNETIER Marie	Ceux qui sèment
BOZON Frédérique	GPVOS
BURDIN Céline	Fillière
SCHMITT Ariane	Fée Nouille
ROFFINO Cécile	Commune de Duingt
MUGNIER Fabien	La Ferme du Parquet
THOMASSIN Jean-Charles	Terre D'Union
FURTIN Gregory	L'Eco-Drive Monsieur Marius
SERRATE Bénédicte	Ville d'Anancy
BRAND Pierre	Terre d'Union
THAULE Sébastien	Maraicher GAEC / Petit Chaperon Vert
SCOTTON Aude	Mairie Saint-Jorioz
ENRIQUE SALAGRE Sonia	ADDEAR74 & Terre d'Union
GEOFFROY Jennifer	Fermaculture

## Retour sur le premier atelier et échanges autour des enjeux

Afin de revenir sur les objectifs de la démarche de construction du Plan Alimentaire Territorial (PAT), les enjeux et quelques chiffres clés ont été présentés aux participants. Il a été rappelé que la création d'un réseau est l'un des objectifs du PAT afin de favoriser les échanges et l'interconnaissance entre les acteurs.

Lors d'une présentation croisée, les participants ont pu partager leurs attentes et les enjeux du PAT les concernant :

- Enjeu de rendre accessible le bio pour la proximité
- L'Espace citoyen soulève l'enjeu de la distribution alimentaire
- Terre d'Union soulève la problématique de la pression foncière qui impacte l'offre
- Enjeu de précarité et action sociale : augmenter la qualité de l'alimentation pour les plus précaires. Croiser l'accessibilité avec la précarité alimentaire et les chantiers d'insertion maraichère
- Proposer des produits locaux de qualité dans la grande distribution
- Ecodrive ouvert depuis 1an. Pour cet acteur, l'enjeu est de mieux connaître les évolutions potentielles sur le territoire
- Pour Leclerc, l'enjeu est de penser une démarche locale et accessible qui amènerait des producteurs de la région dans le magasin
- Certains acteurs soulèvent la question de la définition de « l'accessibilité » : pour qui et comment ?
- Pour d'autres, l'alimentation est un déterminant de santé de l'individu et de la planète, d'où l'intérêt d'en assurer l'accès pour tous
- Grâce à l'accessibilité de l'offre, l'enjeu est de défendre le travail des agriculteurs et des professionnels
- Enjeu également de développer une agriculture et une alimentation saine.
- Comment développer au mieux le réseau et répondre aux besoins ?
- Faire en sorte que tous mangent pareil. Attention aux pesticides. Attention à l'eau. Manger mieux mais aussi de qualité.
- Mieux connaître la demande pour y répondre
- Sensibilisation du « mieux manger » : bio, local et de saison
- Comment rendre accessible l'AMAP aux personnes les plus éloignées de l'alimentation locale ?
- Enjeu de l'éducation populaire où l'alimentation du point de vue écologique nécessite une implication des habitants
- Comment apporter la nourriture de qualité à tous sans la discrimination des salaires ?
- L'accessibilité alimentaire comporte un enjeu de santé et de lien social

## Formalisation des actions en sous-groupes associés aux 3 objectifs de la thématique « Offre locale plus accessible » et restitution

Trois objectifs ont été retenus en rapport avec la thématique. Ils restent poreux et sans couvrir toutes les possibilités d'actions envisageables, doivent permettre de favoriser l'accessibilité de tous à une offre alimentaire locale de qualité.

Les participants ont été mobilisés en 3 sous-groupes : 1 par objectif, afin de proposer des actions permettant d'atteindre l'objectif. La formalisation des actions précise les objectifs poursuivis, les résultats visés, les pilotes, les partenaires et le financement à mobiliser et les éventuels obstacles identifiés.

La présentation des sous-thématiques a soulevé quelques remarques des participants :

- Une cartographie des acteurs actifs en lien avec l'aide alimentaire existe. Les participants demandent la possibilité de se voir relayer le lien vers cette cartographie en ligne.  
Il faudrait néanmoins dissocier l'aide alimentaire à l'échelle de l'Europe et à l'échelle locale qui ne représentent pas les mêmes implications.  
Par ailleurs, être solidaire ne signifie pas systématiquement donner de la qualité.
- Parler d'un « public précaire » est discriminant car la précarité est un processus. On parlera davantage de « situation de précarité » ou « public en situation de précarité ».

# 1. Relations entre les agriculteurs et consommateurs /restaurateurs/ GMS\*

Liste des actions proposées par le groupe
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir une bibliothèque des producteurs : un annuaire des producteurs locaux non payant (local = 100km ?)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bien définir « local » et créer un « label » :               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ « Ultra-local »</li> <li>→ Local « Grand Anancy » - Produit PAT</li> <li>→ Local département</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir ce qu'est le circuit court ? 50km ? 100km ?</li> <li>• Le circuit court correspond à 1 intermédiaire maximum (même si c'est un intermédiaire éloigné). Questionne l'accessibilité.</li> <li>• Valoriser les acteurs tels que l'AMAP, le marché local, la Ruche, la vente directe, etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de produits locaux car :               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Manque d'espace agricole. Il faut fixer des terres non constructibles. Gel des terres agricoles</li> <li>→ Penser la distribution sur toute la ville en « dispatchant » les fermes</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un logisticien pourrait distribuer, redistribuer des paniers = pôle logistique qui va dans les quartiers</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certains producteurs doivent être plus proches de la population pour renforcer la pédagogie (maraichage)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations avec les restaurateurs favorisées par la proximité des fermes urbaines/périurbaines</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Question de la diversification / variété des sols</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ateliers de transformation des produits</li> </ul>

\*Grande et Moyenne Surface

Intitulé du levier	Objectifs poursuivis, résultats visés	Tâches à réaliser	Pilotes	Partenaires potentiels et modalités de financement	Frein(s) à lever
<b>Augmenter la production maraichère</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de la production maraichère locale pour pouvoir répondre à la demande des consommateurs/GMS et restaurateurs → proposer du foncier aux agriculteurs/maraichers.</li> <li>• Développer la production fruitière dans les espaces publics en ville</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer les relations directes avec les restaurateurs</li> <li>• Contacter des agriculteurs et leur proposer une partie financière (vis-à-vis de la PAC) pour installer un maraicher sur leur terrain</li> <li>• Demander un assouplissement du cahier des charges AOP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elus pour proposer terrains communaux</li> <li>• Chambre d'agriculture + élus pour contacter l'AOP et demander un assouplissement du cahier des charges si l'agriculteur installe un maraicher sur son terrain</li> </ul>	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de terres</li> <li>• Coût du foncier à mieux maîtriser</li> <li>• Pouvoir installer des services en ville</li> <li>• Demander à l'AOP</li> </ul>
<b>La Distribution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser la distribution des produits locaux</li> <li>• Diversité des solutions en circuits courts</li> <li>• Mettre en place un groupement logistique</li> <li>• Transformer les produits sur place = trouver des solutions locales de transformations</li> </ul>	•	•	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts ?</li> <li>• Prix particuliers ≠ prix professionnels</li> <li>• Mauvaise image, mauvaise réputation des GMS</li> </ul>
<b>Confiance et souplesse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiance entre producteurs et GMS</li> </ul>	▪	•	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser</li> <li>• Faire connaître</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiance entre producteurs et restaurateurs</li> <li>• Sensibiliser les élus</li> </ul>				
--	---	--	--	--	--

Restitution en plénière et explication des actions :

- Pour les participants de ce sous-groupe, le nerf de la guerre dans les relations est l'augmentation de la production maraîchère locale. Se pose alors la question du foncier. En effet, il apparaît compliqué de trouver des leviers de logistiques lorsque l'offre manque. Certains commerçants ne trouvent pas de produit à commercialiser.
- Il faut que les élus aident à acquérir le foncier pour le maraichage.
- Les relations de confiance impliquent de se mettre d'accord sur les besoins.
- Afin d'améliorer la visibilité de l'offre locale et développer les circuits courts, la chambre d'agriculture dispose d'une carte qui géo localise les agriculteurs des 2 Savoie (Producteurs Savoie Mont-Blanc). Or ce service est payant, ce qui représente donc un frein à la visibilité de l'offre.  
*Remarque* : L'accès au service de cartographie est financé par le Grand Annecy pour la première année mais finalement, certains producteurs ne souhaitent pas y apparaître car ils n'ont pas besoin de cette visibilité.

Réactions des participants :

- Comment pourrait-on faire pour ne pas forcément passer par la PAC (Politique Agricole Commune) ? Une des façons de motiver les agriculteurs à laisser une partie de leur terrain à un maraîcher serait de faire en sorte qu'il n'y ait pas l'impact de la diminution de la PAC (qui est conditionnée pour partie aux surfaces). Cette compensation de la diminution de la PAC pourrait passer par des subventions. En effet, le frein financier de la PAC limite les partenariats entre les agriculteurs. Il faut intervenir être en parallèle de la PAC.
- Le dispositif AOP bloque les partenariats également. Il faudrait demander à ce cahier des charges d'assouplir les conditions s'il y a des partenariats avec du maraichage. Les élus locaux pourraient porter ce projet auprès de l'AOP.
- Il faudrait plus de transversalité entre les agriculteurs et trouver des terrains d'entente entre les différents secteurs.
- Certains maraîchers risquent de fermer car isolés → les gens ne veulent pas venir JUSTE pour un seul type de légume. Il faudrait optimiser les déplacements des consommateurs.

## 2. Public en situation de précarité et accessibilité

Liste des actions proposées par le groupe
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir « alimentation de qualité » en déconnexion du prix (éclairer problème de « variable d'ajustement » dans l'ensemble du budget → 1<sup>er</sup> impacté par la situation précaire)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser les enfants avec un vrai parcours « éducation nutritionnelle », adaptée aux origines culturelles et implication de la personne</li> <li>• Etre à l'écoute profonde des cultures et sensibilités de chacun (ex : CPIE démarche de psychologie)</li> <li>• Démarre par connaître le fonctionnement du corps humain</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre à cuisiner en groupe : ateliers et lieux de rencontre (ex : petites cantines)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Epicerie sociale &amp; mixte (indexée à son Quotient Familial) mobile : amener vers les quartiers, permettre de découvrir → sécurité sociale de l'alimentation</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magasin de producteurs qui soit accessible avec des bons d'aide alimentaire</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Former les travailleurs sociaux (et corps médical) au « bien manger » : dépasser l'étape du déni et de la culpabilité</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer un ou des lieu(x) de partage de l' « éducation nutritionnelle holistique » et savoir-faire de tous → calories, protéines, quantité, qualité, etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conscientiser le taux de potentiel d'autonomie alimentaire (et suivre son évolution)</li> <li>• Tisser d'avance des relations de partenariat EQUITABLE, avec les territoires/producteurs qui seront sécurisés et pourront s'organiser pour fournir</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bien manger à l'hôpital et Lieux d'accueil et de vie encadrée</li> </ul>

Intitulé du levier	Objectifs poursuivis, résultats visés	Tâches à réaliser	Pilotes	Partenaires potentiels et modalités de financement	Frein(s) à lever
<b>Rendre plus accessible l'alimentation locale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rendre plus accessible en allant vers / en permettant d'aller / en permettant la création de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Epicierie mobile (éducative) accessible à tous</li> <li>Création d'un magasin producteurs en ville</li> <li>Aide alimentaire diversifiée</li> <li>Complémentarité de l'offre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distributeurs</li> <li>Villes et villages</li> <li>Associations</li> <li>Producteurs</li> <li>Pro santé et social (le monde médico-social)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agriculteur</li> <li>Impôts / financements publics et privés</li> <li>Conseil départemental</li> <li>CAF</li> <li>CCAS</li> <li>Sécurité sociale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offre locale (publique et privée)</li> <li>Idées reçues</li> </ul>
<b>Complément de diagnostic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre (à l'instant T) comment les gens mangent, leur vision du bien manger</li> <li>Identifier et cartographier l'offre locale (magasin- vente directe)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enquête : porteur de parole (habitant)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grand Anecy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Travailler en transversalité</li> </ul>
<b>Education du public au bien manger</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aider à comprendre l'importance de bien manger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un ou des lieu(x) d'éducation alimentaire</li> <li>Actions/interventions dans les écoles et jusqu'aux lycées voire après.</li> <li>Cours de cuisine/cuisiner ensemble</li> <li>Mettre en place des ambassadeurs de l'alimentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mairie / associations</li> <li>Associations avec des « experts techniques » du sujet</li> <li>Professionnels de santé</li> <li>Professionnels de l'éducation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collectivités,</li> <li>Associations,</li> <li>Education Nationale</li> <li>Impliquer le corps médical (médecins, nutritionnistes, etc)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Idées reçues,</li> <li>Déni</li> <li>Lever les freins à la transversalité</li> </ul>

Restitution en plénière et explication des actions :

- Objectif : Rendre plus accessible l'alimentation locale
  - Affiner le diagnostic : de quelle façon les gens se nourrissent et quelle est leur vision du « bien manger »
  - Volet éducation au « bien manger ». Pas que dans les écoles. Mobiliser également le corps médical pour une éducation nutritionnelle et encourager à faire des choix raisonnés sur une offre locale.  
Bien manger n'est pas que financier, il y a aussi une action et un sentiment culturel. Bien manger s'apprend.  
L'éducation au « bien manger » passerait aussi par la connaissance de l'offre locale.
- Il faut travailler en transversalité avec une possibilité d'optimiser les dépenses publiques mais pas que.
- Pilotes : la distribution, la position de la grande distribution sur les sujets. Travail des associations, les agriculteurs, etc.
- Aspect financier : argent public pour contribuer ; partenaires privés où le monde de l'entreprise doit prouver sa RSE et permettre l'accès des paniers à des familles qui n'auraient pas les moyens).

### 3. Communication / Sensibilisation

Liste des actions proposées par le groupe		
Communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qu'est-ce qu'on communique ?</li> <li>Clarifier la distinction des produits/qualité (ex : labels).</li> <li>Lexique                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Manque de compréhension avec les logos, AOP, IGP, etc.</li> </ul> </li> <li>Avoir un label local → intérêt ? Attention à la difficulté du contrôle que cela implique</li> <li>Simplifier la compréhension des produits</li> <li>Donner une origine plus précise (ex : communauté de communes). NB : produits transformés quelle étape est locale ?</li> <li>Donner une définition du terme « local »</li> <li>Conséquence de l'importation d'aliments : avoir une communication sur le coût CO2 de quelques produits pour illustrer</li> <li>Comment définir le sens de la qualité</li> <li>Un espace lieu « maison de l'alimentation » dans un lieu fixe. Ex : dans la maison de la transition</li> <li>Recensement des producteurs présents sur les marchés</li> <li>Travailler avec les bailleurs afin d'intégrer un espace de production alimentaire pour les habitants à venir.</li> </ul>	
	Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rééduquer sur ce qui se cache derrière les différents labels</li> <li>Sensibiliser le public sur les aliments de notre région en fonction des saisons</li> <li>Augmenter le lien entre les producteurs et les consommateurs (ex : les écoles)</li> <li>Annuaire des producteurs sans adhésion</li> <li>Sensibiliser les restaurateurs à adapter leurs cartes en fonction des saisons et de l'offre locale</li> <li>Dépôt des paniers locaux en GMS</li> <li>Partage d'expériences entre élus du Grand Anancy sur les initiatives menées sur leur commune (réussies ou non)</li> </ul>

Intitulé du levier	Objectifs poursuivis, résultats visés	Tâches à réaliser	Pilotes	Partenaires potentiels et modalités de financement	Frein(s) à lever
<b>Accompagner à l'utilisation des produits locaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apprendre à cuisiner des recettes de saison</li> <li>Réaliser un calendrier des fruits et légumes de saison du territoire</li> <li>Répertorier l'existant et promouvoir les solutions du territoire (ex : offre de sensibilisation)</li> <li>Créer des rencontres entre restaurateurs : partage de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser le public sur les aliments régionaux (saisons)</li> <li>Sensibiliser les restaurateurs à adapter leur carte en fonction de l'offre locale</li> <li>Echange de bonnes pratiques en format qui marche. Ex : apéro zéro déchet de saison</li> </ul>	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>GMS : dépôts de paniers locaux</li> <li>Ecoles</li> <li>MJC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prix des produits</li> <li>Accessibilité géographique</li> <li>Attention à ne pas recréer de l'existant</li> <li>Difficulté pour les producteurs à contractualiser avec certains GMS</li> </ul>
<b>Définir un fonds permettant de financer des ateliers dans les écoles et/ou grand public / élus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposer des ateliers théoriques plus pratiques. Ex : cuisine</li> <li>Former les nouvelles générations à une alimentation saine et locale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier les acteurs existants et offre de sensibilisation</li> <li>Démarcher les écoles/collèges pour accueillir des ateliers</li> <li>Former les élus ?</li> </ul>	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grand Anancy</li> <li>Elus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir une enveloppe budgétaire suffisante</li> </ul>

<p><b>Intégrer une thématique alimentaire dans la maison de la transition</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir un lieu physique pour apprendre (conférences, ateliers, échanges, ...)</li> <li>• Faire le lien alimentation/environnement/ impact CO2</li> <li>• Avoir un répertoire de ce qui existe</li> <li>• Lien pédagogique pour les écoles (ateliers divers)</li> <li>• Accompagner la formation des travailleurs sociaux, des restaurateurs aussi</li> <li>• Permettre un lien/échange entre habitants/restaurateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organiser des apéros mensuels (rencontres, échanges, partage d'idées, entre aide)</li> <li>▪ Mise en place d'un pôle de formation avec des experts à destination des différents publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<p><b>Clarifier/Simplifier la compréhension sur l'origine et la qualité des produits</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que le consommateur puisse faire des choix éclairés en étant mieux informé</li> <li>• Application Agate : ajouter un volet alimentation (aussi bien les producteurs que l'ensemble des actions de sensibilisation)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annuaire de producteurs sans adhésion</li> <li>▪ Liste des marchés (sur Agate ?) + producteurs</li> <li>▪ Commencer les ateliers sur la thématique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La maison de la transition</li> <li>• Chambre d'agriculture</li> <li>• Office du tourisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multitudes des labels</li> <li>• Manque d'infos / de transparence</li> <li>• Justification des prix (+ élevés en local, bio, etc)</li> <li>• Pas de définition homogène de « local »</li> <li>• Multiplication des plateformes de recensement de l'offre alimentaire</li> </ul>

Restitution en plénière et explication des actions :

- Clarifier et simplifier la compréhension sur les origines et qualité des produits.
  - L'application « Agate » pourrait être un outil dont il faudrait se saisir et y ajouter un volet alimentation qui assurerait la qualité. Par contre, ce n'est pas exhaustif. Il faudrait développer un annuaire de producteurs qui ne nécessiterait pas d'adhésion, ainsi qu'une liste des marchés avec les agriculteurs
  - Ateliers sur la thématique
 Partenaire : chambre d'agriculture et les associations.  
 Freins : manque d'informations et de transparence, justification des prix, pas de définition homogène du « local », multiplication des plateformes de recensement de l'offre alimentaire
- Accompagner à la diffusion des produits locaux.
  - Calendrier des fruits/légumes de saison sur le territoire,
  - Rencontre de bonnes pratiques notamment pour les menus à base de produits locaux.
 Partenaires : GMS avec dépôt de paniers locaux accessibles sur son réseau d'approvisionnement ; école et MJC  
 Freins : accessibilité géographique, attention à ne pas recréer en permanence l'existant, certains GMS ne prennent pas les produits locaux et il est donc difficile d'aller vers eux (où la centrale d'achat ne permet pas forcément d'avoir une flexibilité dans le choix des produits).
  - Maison de la transition devrait intégrer le volet alimentaire avec la possibilité d'apprendre et d'avoir un échange avec les différents acteurs ; accompagner les travailleurs sociaux pour transmettre les bonnes pratiques et former les restaurateurs également (avec l'impact CO2, environnement, etc.), avoir un répertoire et faire le lien pédagogique avec

les écoles. Mettre en place dans ce lieu (qui n'existe pas encore) des rencontres avec les experts, des apéros « zéro déchets », etc.

Frein : trouver le lieu pour commencer.

*Réaction des participants* : Quid de l'office du tourisme dans les partenaires ? Ils ont déjà identifié les producteurs mais le maraichage n'est pas pris en compte. On aimerait avoir une visibilité chez eux et pouvoir échanger avec cet acteur.

- Dernier point financier : certains acteurs interviennent gratuitement dans les écoles mais ils ne peuvent donc pas venir partout → enjeu d'avoir un budget dédié à la sensibilisation et de former les nouvelles générations.
  - Identifier les acteurs ayant une offre de sensibilisation.
  - Grand Anancy ou office du tourisme pour référencer.

## Travail de hiérarchisation des actions

Suite au partage des actions formulées par les 3 groupes en présentiel, les participants ont été invités à juger de la pertinence et de la faisabilité des actions de l'ensemble des groupes.

Chaque participant disposait de 2 points de pertinence et 2 points de faisabilité, qui ont été répartis entre les actions pour chaque sous-thématique.

Liste des actions proposées par le groupe <b>Relations entre agriculteurs et consommateurs/restaurateurs/GMS</b>	Hiérarchisation	
	Pertinence	Faisabilité
• Augmenter la production maraîchère	16	19
• La Distribution	5	4
• Confiance et souplesse	7	9

Liste des actions proposées par le groupe <b>Public en situation précaire et accessibilité</b>	Hiérarchisation	
	Pertinence	Faisabilité
• Rendre plus accessible l'alimentation locale	12	7
• Complément de diagnostic	6	8
• Education du public au bien manger	6	5

Liste des actions proposées par le groupe <b>Communication/Sensibilisation</b>	Hiérarchisation	
	Pertinence	Faisabilité
• Accompagner à l'utilisation des produits locaux	5	8
• Définir un fonds permettant de financer des ateliers dans les écoles et / ou grand public/ élus	3	3
• Intégrer une thématique alimentaire dans la maison de la transition	12	9
• Clarifier / Simplifier la compréhension sur l'origine et la qualité des produits	8	7