

TERRITOIRE DU PAYS PERIGORD VERT

**ETUDE D'OPPORTUNITE
PROJETS D'OUTILS CREATEURS D'EMPLOIS ENTRANT DANS LE CHAMP DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE
SUR LA THEMATIQUE DE L'ALIMENTATION ET DES CIRCUITS COURTS**

Rapport d'étude

Table des matières

1	CONTEXTE ET ENJEUX.....	4
1.1	Contexte de l'étude	4
1.2	Les enjeux	5
2	Phase 1 : Evaluer l'intérêt pour la restauration hors domicile et les producteurs, mesurer le besoin et l'offre.....	7
2.1	Collecte des données auprès des producteurs	7
2.1.1	Présentation de l'agriculture en Périgord vert.....	7
2.1.2	Présentation des résultats de l'enquête des agriculteurs en Périgord vert.....	14
2.2	Collecte des données auprès de la restauration hors domicile	19
2.3	Identification des freins et leviers l'offre et le besoin potentiels	49
2.4	Propositions de thématiques à explorer	51
2.5	La journée de travail du 17/04/2019.....	52
3	Phase 2 : Proposition fiches actions	56
3.1	Groupement d'achats de produits locaux sus forme de SCIC	57
3.2	Création d'un évènementiel : salon des produits locaux	63
3.3	Atelier de transformation mobile ou fixe	66
3.4	Magasin citoyens (épicerie solidaire)	71
3.5	Réseau échange de savoirs.....	75
3.6	Espace test agricole	78
3.7	Pôle territorial de coopération économique : pôle alimentaire	83

4	CONCLUSION DE L'ETUDE	86
	ANNEXES.....	87

1 CONTEXTE ET ENJEUX

1.1 Contexte de l'étude

En 2017, une étude réalisée par le bureau d'études ATIS sur le Pays Périgord Vert a permis de mettre en avant trois idées de projet qui ont été validées par un comité de sélection, composé d'acteurs du territoire.



Une des thématiques retenue est en lien avec l'alimentation et les circuits courts ; il s'agit de la démarche de création d'un outil de transformation type légumerie sur le Périgord vert, afin :

- D'alimenter en produits frais et locaux les restaurations collectives en particulier.
- De proposer des fruits et légumes prêts à l'emploi.
- De valoriser les invendus (conserves, ...) afin de limiter le gaspillage alimentaire.

Cet outil permettrait de répondre à plusieurs besoins identifiés sur le territoire :

- Valoriser des productions locales.
- Favoriser les circuits courts.
- Maintenir et développer l'emploi local, notamment pour les personnes en réinsertion professionnelle.
- Penser et organiser la ressource en local et sous un modèle collectif (de type participatif) pour les étapes de production, de transformation et de distribution.

1.2 Les enjeux

Les enjeux d'une consommation alimentaire locale :

La loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014 « encourage le développement des circuits courts et de la proximité géographique entre producteurs agricoles, transformateurs et consommateurs ». Elle prévoit notamment des actions à mettre en œuvre pour « l'approvisionnement de la restauration collective, publique comme privée, en produits agricoles de saison et/ou en produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine, notamment issus de l'agriculture biologique ».

« Les actions répondant aux objectifs du programme national pour l'alimentation et aux objectifs des plans régionaux de l'agriculture durable, visent à rapprocher les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les collectivités territoriales et les consommateurs et à développer l'agriculture sur les territoires et la qualité de l'alimentation ».

Le développement d'une consommation alimentaire locale permet de répondre à des **enjeux sociaux, environnementaux, économiques et de santé**.

Les attentes identifiées pour votre territoire :

Il s'agit de réaliser **une étude d'opportunité** concernant la mise en œuvre d'outils en lien avec l'alimentation et particulièrement en circuits courts susceptibles de créer des emplois dans le champ de l'économie sociale et solidaire sur le territoire du Pays Périgord Vert.

L'étude devra permettre de répondre aux objectifs suivants:

- Identifier et définir les besoins des acteurs du territoire tant du côté de l'*Offre* (agriculteurs, collectifs de producteurs,...) que du côté de la *Demande* (gestionnaires de cuisines collectives, voire de professionnels privés, consommateurs, collectivités locales ...).
- Mettre en évidence des outils/projets permettant de concilier/mettre en adéquation la *Demande* potentielle émanant des opérateurs et l'*Offre* de produits locaux ou à proximité du territoire cible.
- Ces outils/projets pourront prendre différentes formes tels que des :
 - outils de transformation, production, logistique, formation ...
 - projets de coopération entre acteurs du territoire, visant à développer l'emploi local d'une part et d'autre part favoriser les productions locales et l'essor des circuits courts.

- Impulser des choix de la part des acteurs locaux sur la mise en œuvre de ces projets d'outils en démontrant les impacts positifs sur le territoire notamment sur le plan économique, environnemental et sociétal.

Concrètement il s'agira de :

- Evaluer l'intérêt et les besoins également des consommateurs qu'il soit particulier ou collectif,
- Evaluer les potentiels de l'offre locale,
- Proposer des projets d'outils pertinents, entrant dans le champ de l'Economie Sociale et Solidaire, en précisant les effets attendus, en particulier sur l'emploi et des préconisations quant à la mise en œuvre.

Ces propositions devront être réalistes et réalisables afin d'encourager la mise en place d'une étude de faisabilité éventuelle.

Livrables attendus :

- Une synthèse présentant les outils méthodologiques utilisés et le phasage de l'étude (calendrier).
Ce document sera fourni lors de la réponse à l'appel à candidature ou à défaut lors du lancement de l'étude.
- Un document de restitution finale présentant l'ensemble des résultats de l'étude et les conclusions en découlant :
 - état de l'Offre et de la Demande sous forme de diagnostic prospectif de territoire,
 - propositions d'outils/projets et préconisations sous forme de fiches « action »
- Une présentation synthétique (document de synthèse de l'étude) servant de support de présentation lors de la restitution finale.
- Les résultats des enquêtes de terrains (tableaux d'analyse ; échantillons de questionnaires ; exemplaire de questionnaire/guide d'entretien ...).
- Les relevés de conclusion suite aux réunions de travail qui se tiendront durant la réalisation de l'étude.

2 Phase 1 : Evaluer l'intérêt pour la restauration hors domicile et les producteurs, mesurer le besoin et l'offre

2.1 Collecte des données auprès des producteurs

2.1.1 Présentation de l'agriculture en Périgord vert

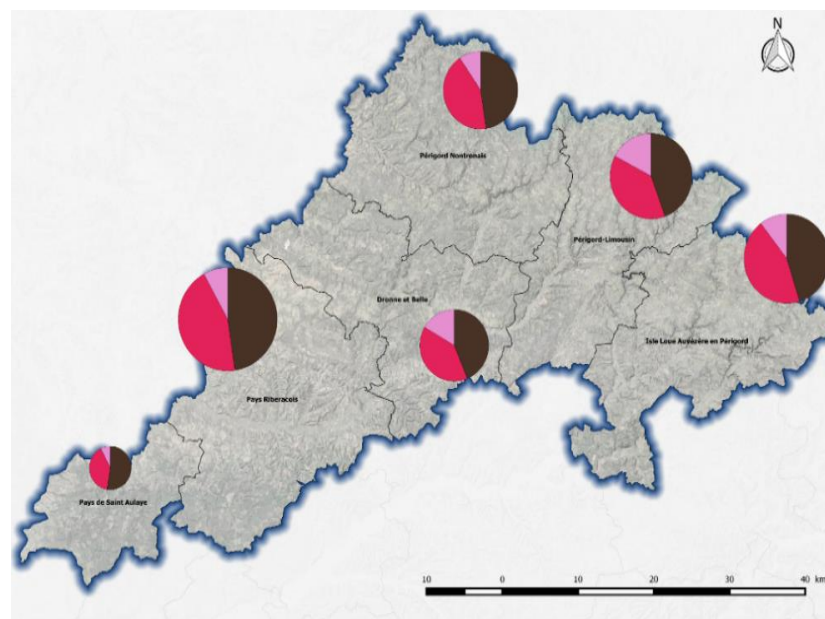
Les exploitations agricoles

Nombre d'agriculteurs par Communautés de communes et répartition par tranche d'âge :

Avec 1643 agriculteurs le Pays Périgord vert représente 27 % des agriculteurs de Dordogne qui comptabilise au total 6021 agriculteurs. En moyenne sur le Périgord, les plus de 55 ans représentent 46 % de la population agricole avec un point de vigilance sur la communauté de communes de St Aulaye où les 55 ans représentent plus de 50 % de la population agricole.

Source : Préfecture de la Dordogne (décembre 2018)

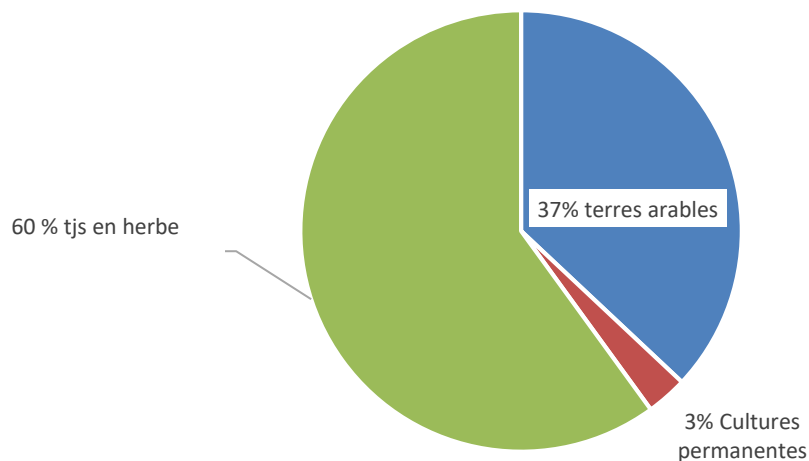
	Nombre d'agriculteurs	> 35 ans	35 à 54 ans	55 ans et +
DRONNE ET BELLE	217	36	86	95
ISLE LOUE AUVEZERE	335	36	153	146
PAYS DE ST AULAYE	80	6	32	42
PAYS RIBERACOIS	449	36	199	214
PERIGORD LIMOUSIN	308	53	118	137
PERIGORD NONTRONNAIS	254	24	109	121
TOTAL PV	1643	191	697	755



Répartition de la Surface Agricole Utile par Communautés de communes (en hectares)

Source : RGA2010

Répartition de la S.A.U



➤	Dronne et Belle	21 109 ha
➤	Isle Loue Auvézère	28 720 ha
➤	Pays de St Aulaye	9 325 ha
➤	Pays Ribéracois	40 757 ha
➤	Périgord Limousin	25 852 ha
➤	Périgord Nontronnais	23 585 ha

Définition :

Terre arable : une terre arable est une terre qui peut être labourée ou cultivée. Les terres arables comprennent les terrains en jachère, les cultures maraîchères et céréalières et les prairies artificielles

Cultures permanentes : les cultures permanentes sont des plantes dont la durée de vie est supérieure à deux saisons de croissance végétale et qui perdent leurs feuilles après chaque saison ou dont la croissance est continue (vergers...)

Total PERIGORD VERT : 149 348 ha (Soit 40,57 % de SAU de la Dordogne)

Constat : la moyenne de la répartition de la SAU cache une disparité entre les communautés de communes avec 2 zones distinctes :

- la zone limitrophe avec le limousin (Isle Loue Auvézère/Périgord Limousin et Périgord vert Nontronnais) où le pourcentage des prairies permanentes dépasse les 70 %
- la zone centrale et ouest (Dronne et Belle/Pays Ribéracois et Pays de St Aulaye) où le pourcentage de terres arables est majoritaire.

Type de productions :

Constat : Une forte domination de l'élevage.

Type atelier	Nombre éleveurs	Représentativité
Atelier bovins (dont bovins lait)	1106	40% des ateliers bovins de Dordogne et 46 % du cheptel
Atelier ovins	760	44,45 % des ateliers ovins de Dordogne et 44 % du cheptel
Atelier caprins	154	40 % et des ateliers caprins de Dordogne et 44 % du cheptel
Atelier porcins	67	
Atelier veaux de boucherie	23	
Atelier poules pondeuses	6	22% des ateliers poules pondeuses de Dordogne
Atelier avicoles en circuits courts	73	

Source IPG 2018

Ce territoire est la capitale de la filière bovins viande dont la grande majorité des élevages sont en race limousine avec à Thiviers le siège des 2 organisations professionnelles départementales (UNIVIA et ELVEA), mais aussi le principal outil d'abattage et de découpe des bovins, porcs et ovins (ARCADIE SUD OUEST).

La commune de Ribérac compte aussi un abattoir où est traité un nombre de veaux de lait important (production traditionnelle des cantons environnants).

Au niveau des élevages le Périgord vert regroupent 45 % des producteurs avec 2 systèmes de production plus implantés que sur le reste du département : le système "Veaux de lait sous la mère" et le système "naisseur engraisseur".

La production est présente sur tout le territoire avec une densité importante sur les cantons Nord Est (Lanouaille et alentours) et des systèmes d'exploitations techniquement proches de la production du bassin Limousin.

Sur la région de Ribérac cette production est très souvent associée aux céréales.

Cette zone est également le support de l'expérimentation conduite pour l'amélioration de la qualité des cuirs (PER cuir).

150 élevages bovins lait en Périgord vert livrent leur production à la coopérative Terra Lacta et à Fromarsac du groupe Savencia.

Ce sont des élevages d'une taille moyenne supérieure aux autres secteurs du département (70 vaches en moyenne pour 60), plus spécialisés, avec une part d'herbe plus importante dans l'alimentation du troupeau. La production laitière est parfois associée aux grandes cultures (Ribéracois).

Les filières de volailles en général ont un développement plus faible sur ce secteur malgré des besoins de la demande . La présence de l'abattoir à Nontron permet de maintenir cette activité. La vente directe est présente et poursuit un développement plus modéré que sur d'autres secteurs.

Des productions végétales concentrées sur deux zones de cultures spécialisées :

- Verteillacois : grandes cultures
- Pays de Lanouaille : pomiculture avec la zone d'identification de la Golden du Limousin

La production de légumes comme activité principale concerne **64** exploitants du Périgord Vert avec une répartition disséminée sur le territoire :

- | | |
|----------------------|----|
| ➤ Dronne et Belle | 6 |
| ➤ Isle Loue Auvézère | 12 |
| ➤ Pays de St Aulaye | 6 |
| ➤ Pays Ribéracois | 10 |

➤ Périgord Limousin	14
➤ Périgord Nontronnais	16

Il existe peu des producteurs de légumes spécialisés sur peu de produits, les producteurs sont des maraichers produisant en moyenne une trentaine de produits commercialisés en exclusivité en circuits courts. Ce type de production est en développement et représente une part importante des nouveaux installés.

Adhésion à un réseau

L'agriculture biologique : une tendance de fonds

En Dordogne en 2018 on recense 819 exploitations en agriculture biologique¹

Dont 26,37 % sont en Périgord Vert.

COMMUNAUTES DE COMMUNES	Agriculture biologique	Adhérent MPP et BAF ²
DRONNE ET BELLE	35	13
ISLE LOUE AUVEZERE	53	16
PAYS DE ST AULAYE	8	1
PAYS RIBERACOIS	42	14
PERIGORD LIMOUSIN	38	14
PERIGORD NONTRONNAIS	40	20
TOTAL PV	216	78

Les marchés de producteurs de pays et surtout les festifs en période estivale sont très développés en Périgord vert.

¹ Pour information en 2019, la barre des 1000 fermes AB en Dordogne a été franchie.

² Adhérent au réseau marché producteurs de pays et bienvenue à la ferme

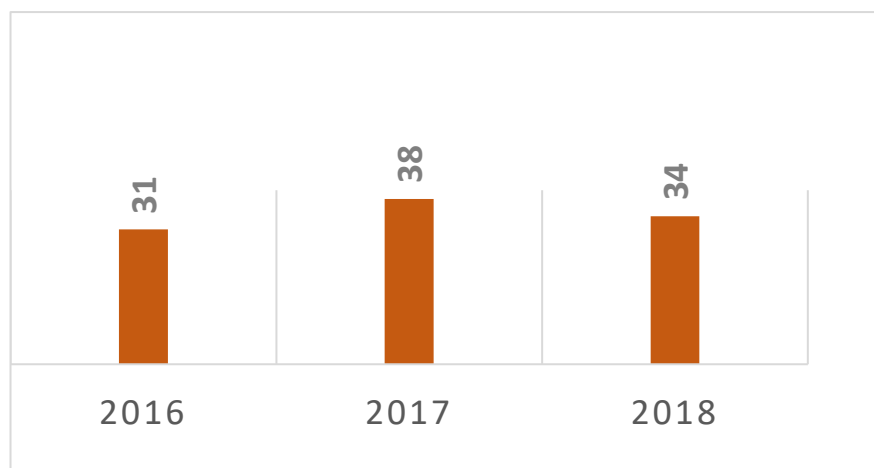
Lieux des différents MPP en 2018 : Champniers-Reilhac/Miallet/Nontron/Riberac/Saint-Estèphe/Saint-front-la-Rivière/Saint-Pardoux-la-Rivière/Saint-Saud-LAcoussière/Sceau-Saint-Angel/Thiviers/Varaignes/Verteillac

Le BAF est moins développé qu'en moyenne sur le reste du département et il s'agit surtout de fermes auberges et d'hébergements.

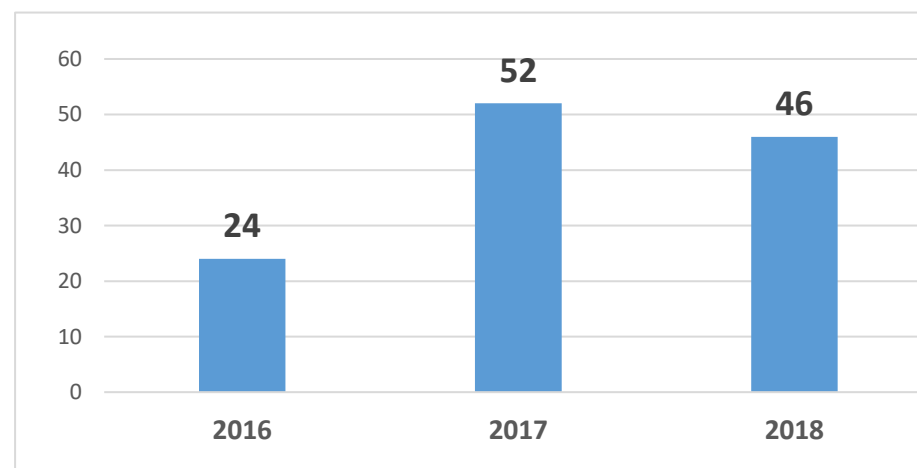
Renouvellement des générations

Le Périgord vert est le 1^{er} secteur de Dordogne pour l'installation qui s'explique par un coût du foncier plus accessible par rapport à d'autres secteurs du département. La majorité de ces installations se font hors cadre familiale avec une proportion significative de candidat qui sont hors département voire hors France avec une migration anglophone, belge et néerlandaise. Une partie de ces installations se font sur des petites surfaces avec un atelier maraichage en agriculture biologique.

Nombre d'installations en Périgord vert



Nombre d'offres d'exploitations en Périgord vert



1^{er} secteur aussi pour la transmission : effet de la migration

2016 : 40 % de la Dordogne (24) 2017 : 43 % du 24 2018 : 34 % du 24

2018 : 112 offres en Dordogne dont 41% en PV

Les organisations collectives

Com. De Communes	Nb CUMA*	Nb GEA *	Nb GEAVR *
DRONNE ET BELLE	10	12	
ISLE LOUE AUVEZERE	13	9	1
PAYS DE ST AULAYE	4	2	1
PAYS RIBERACOIS	13	5	
PERIGORD LIMOUSIN	12	3	
PERIGORD NONTRONNAIS	3	5	
TOTAL PV	55	36	2

*CUMA : coopérative d'utilisation de matériel agricole

*GEA : groupement d'employeurs agricoles

*GEAVR : groupement d'employeurs agricole à vocation de remplacement

GE Départemental emploie en moyenne 70 salariés par mois, dont les 2/3 habitent et travaillent en Périgord Vert.

2.1.2 Présentation des résultats de l'enquête des agriculteurs en Périgord vert

➤ Méthodologie :

	Cible : 500 exploitations.	
	Durée de l'enquête :	Du 21 janvier au 21 février 2019
	Moyens de diffusion :	➡ Enquêtes téléphoniques ➡ Envois par e-mail avec relance
	Réponses obtenues	43 réponses

Liste des questions et carte des enquêtés en annexe

Caractéristiques des personnes

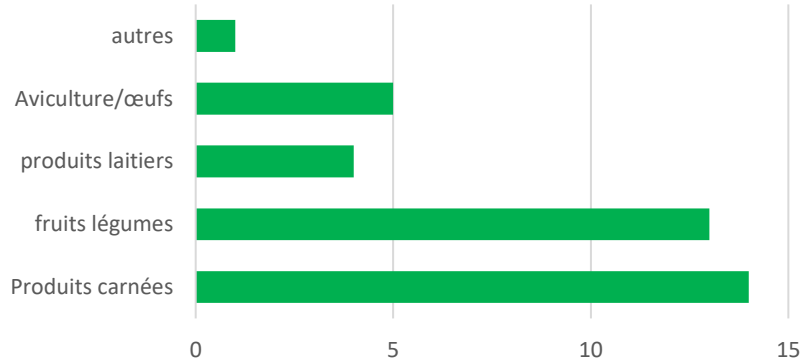
Sur les chefs d'exploitations ayant répondu :

_ 45% sont en individuel et 55 % sous forme sociétaire

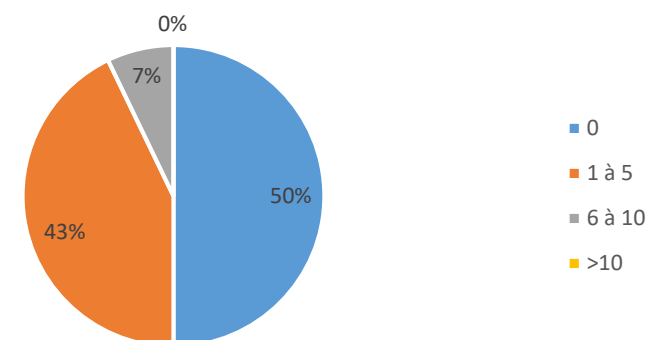
_ 47% sont en mode de production raisonné et près de 29% en certification bio

_ Taille des exploitations : près de 42% ont une SUA < à 49ha

Les productions



Effectif salarial des établissements

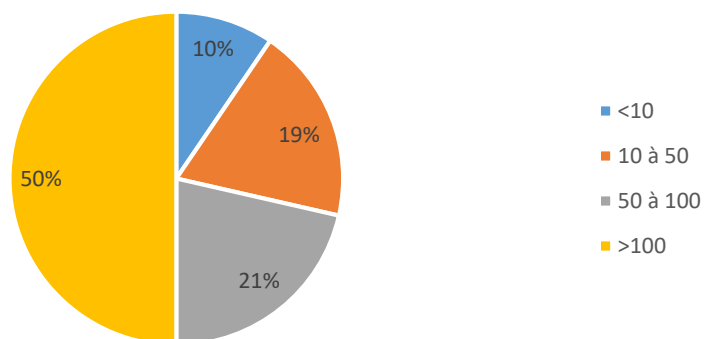


Effectif de l'entreprise (nombre de salarié)

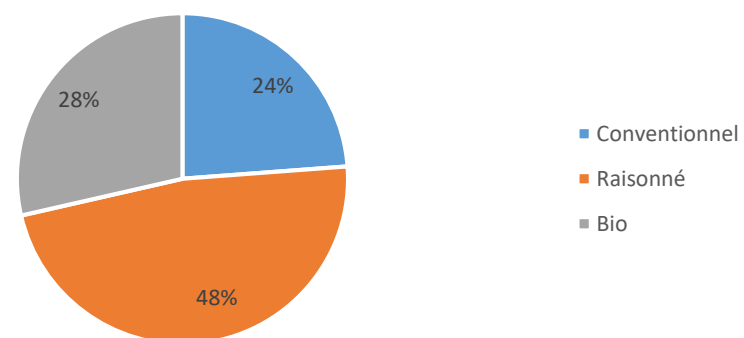
La majorité des exploitations ayant répondu au questionnaire sont des sociétés individuelles sans salarié. Peu d'entreprises agricoles disposent de plus de 6-10 salariés.

L'enquête menée a permis de définir également les modes de production ainsi que le type de production : La production de viande reste dominante. Nous sommes dans un pays à forte ruralité, avec de grandes exploitations : plus de 50% des agriculteurs interrogés possèdent plus de 100Ha.

SAU en hectare

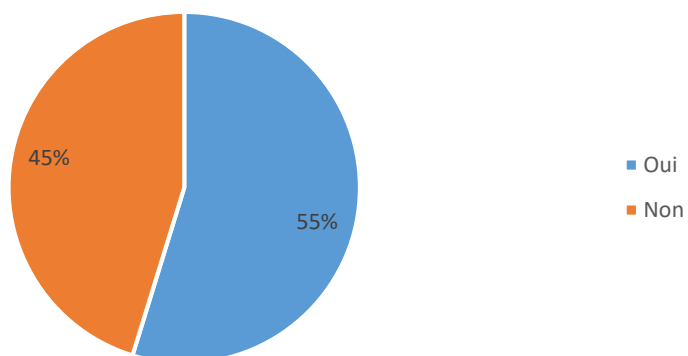


Mode de Production

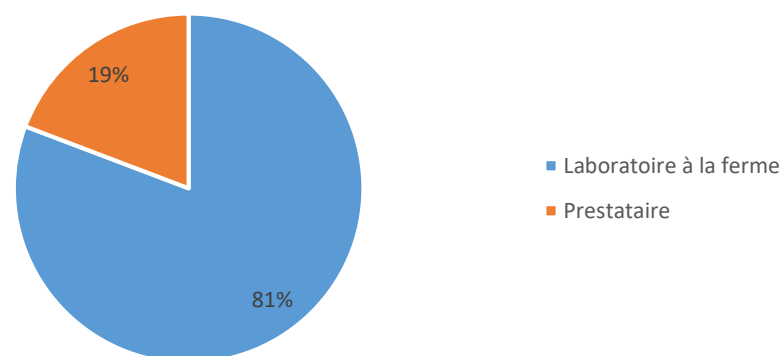


Seulement 1/3 sont en agriculture biologique. 4 à 5 personnes de plus sont en conversion AB durant les deux années qui arrivent.

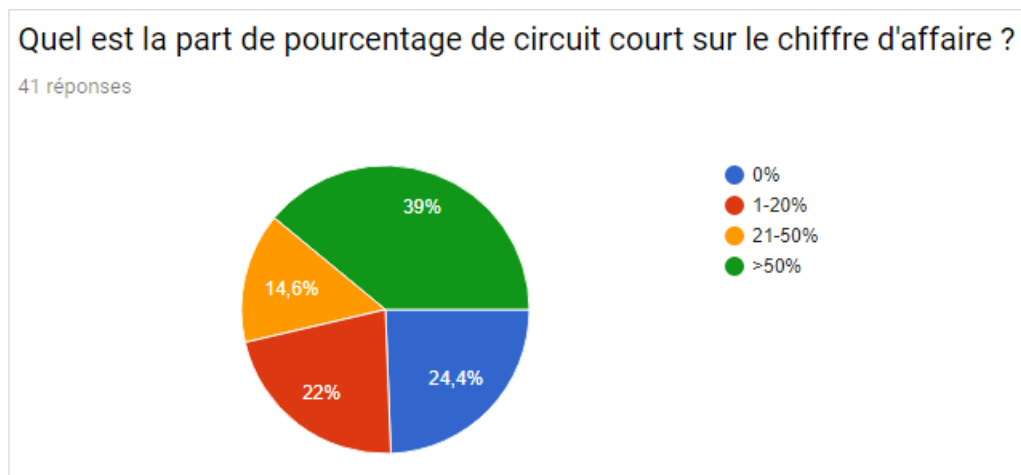
Transformation



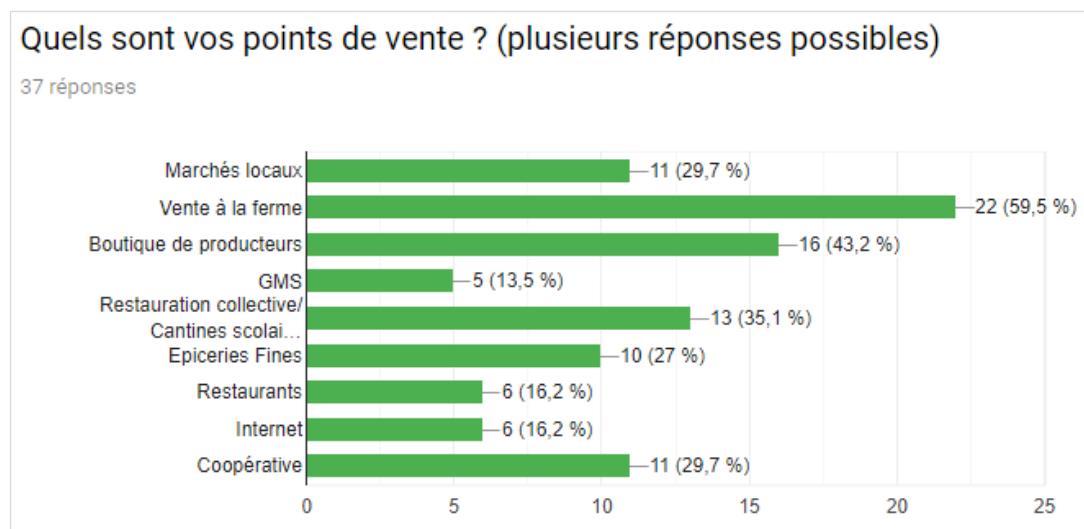
Type de transformation



23 exploitations agricoles sur le Périgord Vert réalisent de la transformation dont 21 ont un laboratoire à la ferme. Le reste passe par des prestataires : Darras sur St Croix de Mareuil, Arcadie sur Thiviers, ainsi que Garon sur St Saud Lacoussière.



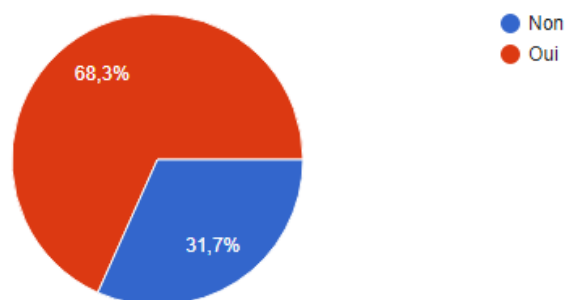
Nous pouvons observer grâce à ce graphique que la vente directe en circuit court représente une part importante dans le chiffre d'affaire des exploitations agricoles. Une vingtaine d'entreprises font plus de 50% de leur chiffre d'affaire avec les circuits courts.



La majeure partie des points de vente pour les producteurs sont : la vente à la ferme/les boutiques de producteurs. La raison est la facilité d'accès pour les boutiques, et le fait que ¾ des personnes qui réalisent de la transformation le font à la ferme, en générale un local de vente est prévu lors de la construction du laboratoire.

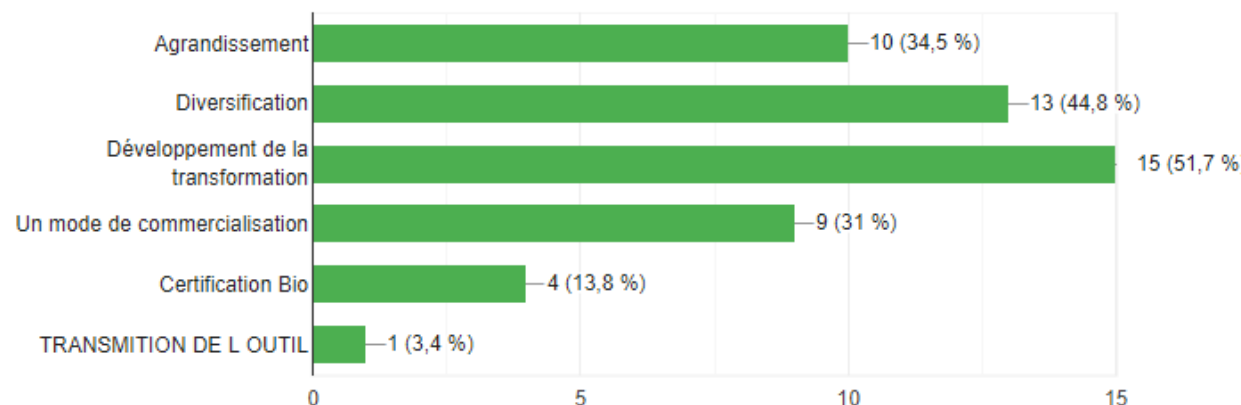
Avez-vous un projet de développement ou d'évolution ?

41 réponses



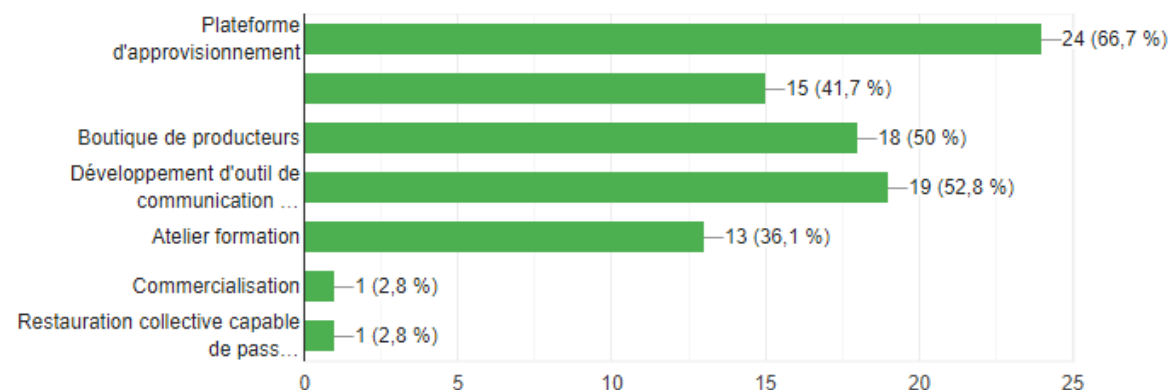
Si oui, lequel ? (plusieurs réponses possibles)

29 réponses



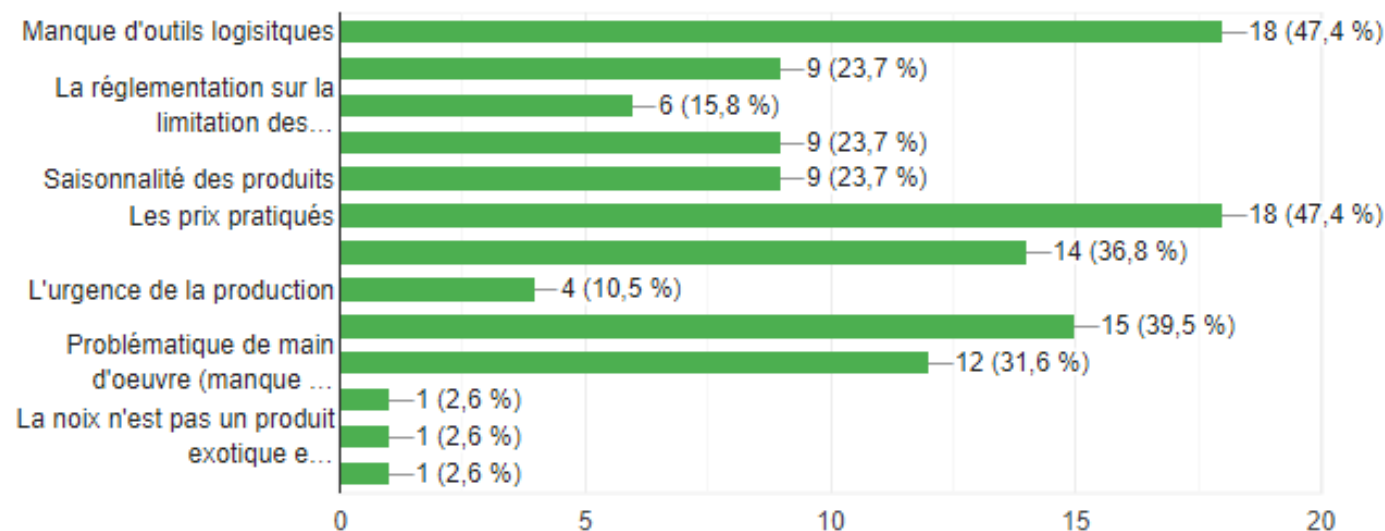
Pour quel type de projet seriez-vous prêt à participer ? (plusieurs réponses possibles)

36 réponses



Quels sont les difficultés rencontrées (actuellement) freinant votre implication dans les circuits courts et l'approvisionnement local ? (Plusieurs réponses possibles dans la limite de trois)

38 réponses



Les principales difficultés dans la mise en place des circuits courts sont : le manque de logistique, les prix pratiqués trop élevés avec une augmentation des coûts de production et une obligation de conditionnement et de transport. En réduisant ces freins, de nombreux agriculteurs du Périgord Vert souhaiteraient avoir un appui technique sur les pratiques de transformation ainsi que de conditionnement pour la création d'atelier de transformation à la ferme.

2.2 Collecte des données auprès de la restauration hors domicile

En préambule de l'analyse des données collectées auprès des acteurs de la restauration hors domicile et des commerces : un état des lieux de la demande alimentaire sur le Pays Périgord Vert.

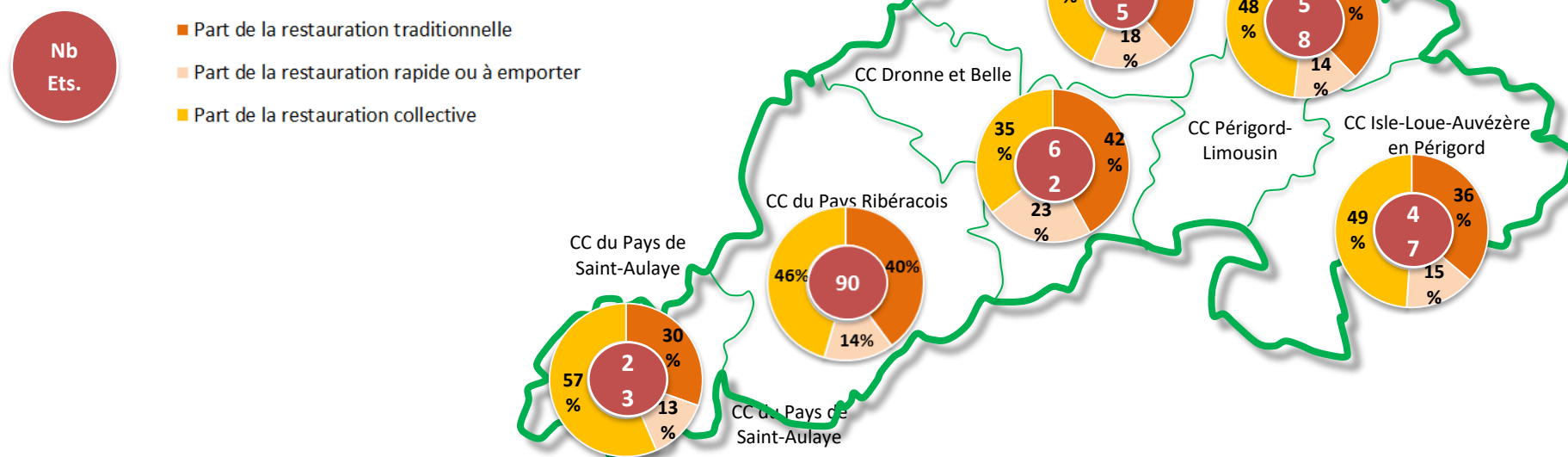
La demande en consommation de produits alimentaires sur le territoire se divise en 4 catégories :

- La restauration hors domicile : restauration commerciale (traditionnelle et rapide) et restauration collective ;
- Le commerce de détail alimentaire : grandes et moyennes surfaces (GMS) à dominante alimentaire, commerces traditionnels d'alimentation générale, commerces traditionnels alimentaires spécialisés (boulangeries, boucheries, ...) ;
- Le commerce de gros alimentaire : grossistes, plateformes, centrales d'achat ;
- La vente directe auprès des consommateurs : vente à la ferme, AMAP, marchés,...

Les consommateurs faisant l'objet d'une analyse à part, étudions d'abord la demande au niveau de la restauration et des commerces.

2.2.1. Présentation de la restauration hors domicile en Périgord Vert

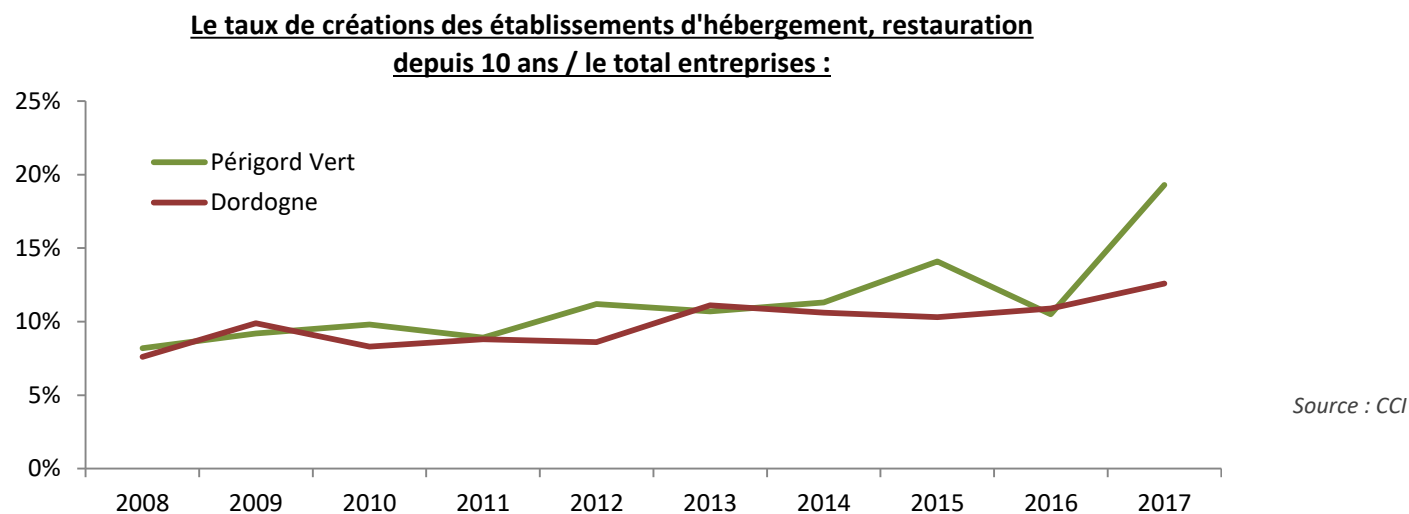
Au total, la restauration hors domicile regroupe 335 établissements sur le Pays Périgord Vert :



Sources : CCI, INSEE

Le Pays compte 184 établissements de restauration commerciale, inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS), dont les $\frac{3}{4}$ proposent un service à table (= restaurants traditionnels), le quart restant étant spécialisé dans la restauration rapide (livrée ou à emporter).

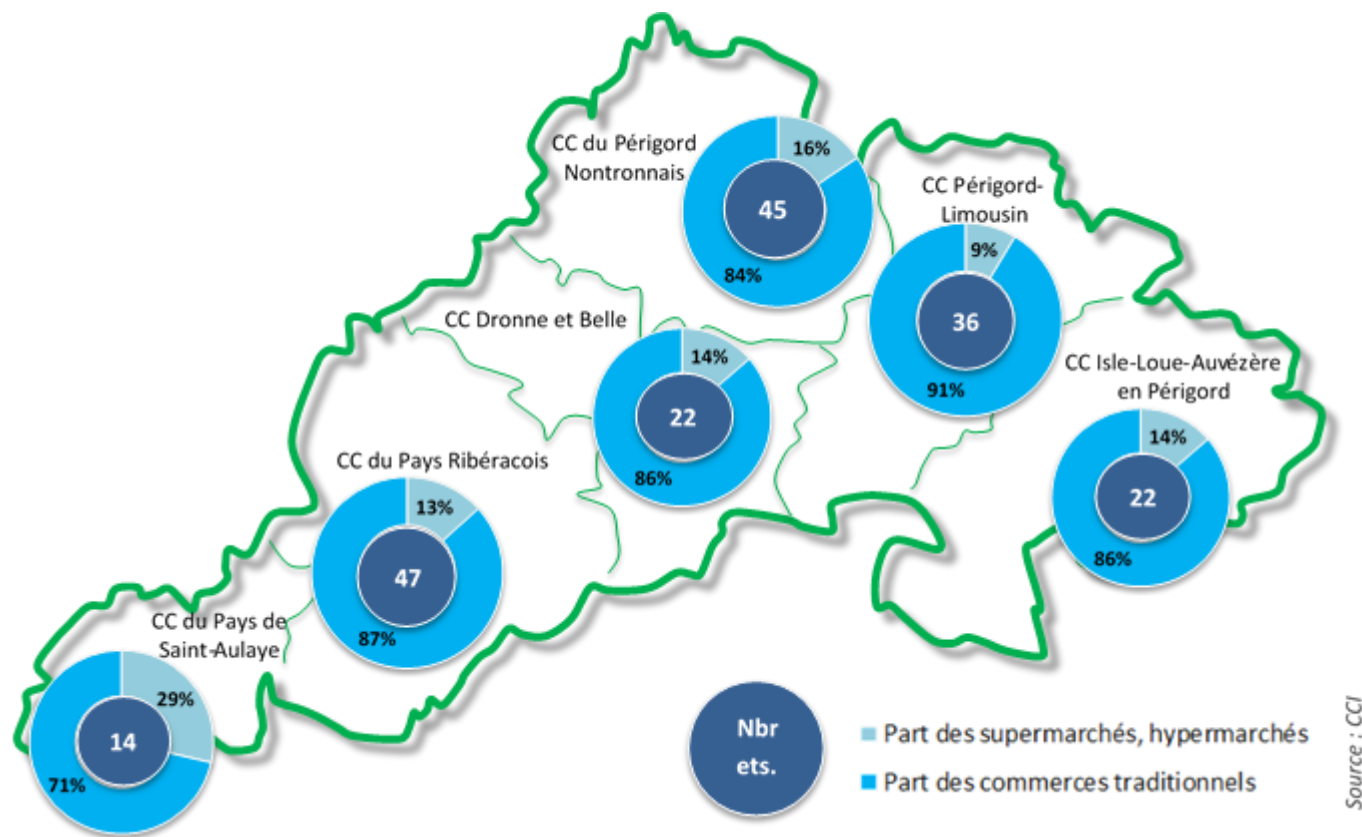
En ce qui concerne la restauration collective, de multiples établissements, publics pour la grande majorité, sont concernés, avec ou sans hébergement : crèches, écoles, collèges, lycées, hôpitaux, EHPAD, restaurant d'entreprise, etc. ; au total près de 150 établissements dont un tiers dans le milieu de la santé.



On constate un taux de création des établissements d'hébergement-restauration en constante évolution depuis une dizaine d'années ; des taux majoritairement supérieurs aux taux du département.

Le commerce de détail alimentaire

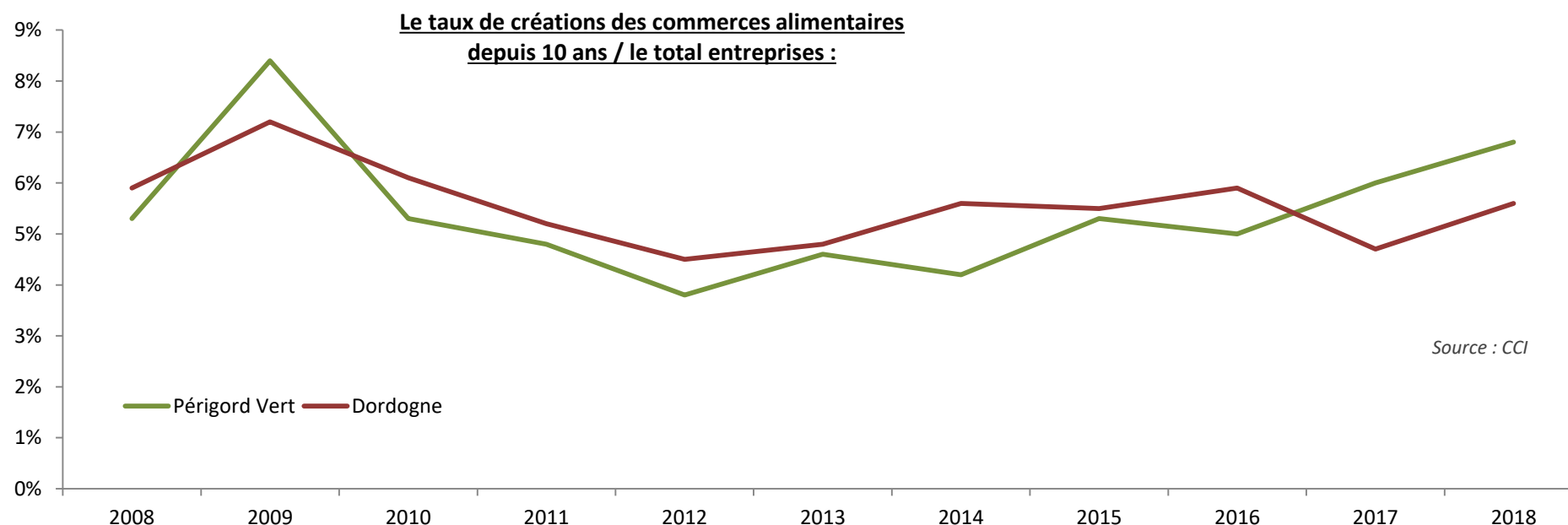
Le commerce de détail alimentaire représente 186 établissements sédentaires sur le Pays Périgord Vert, dont 6 établissements acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS), soit 3% :



Parmi les 186 établissements commerciaux du territoire, on dénombre **26 hypermarchés et supermarchés** ; soit un rapport de 1 GMS (hyper, super à dominante alimentaire) pour 6 commerces alimentaires traditionnels, contre 1 pour 8 sur l'ensemble du département ; soit une concentration plus forte des grandes surfaces alimentaires sur le Pays que la moyenne départementale. Parmi les GMS, 1 entreprise de l'ESS de par sa forme juridique : la Société COOP ATLANTIQUE (Super U) à Saint-Martial d'Albarède (Communauté de Communes Isle-Loue-Auvézère en Périgord).

Les **commerces traditionnels d'alimentation générale** sont quant à eux plus nombreux que les grandes surfaces. Au **nombre de 36, ils représentent près de 20% de l'ensemble des commerces alimentaires** (18% la moyenne départementale). Notons que, parmi les commerces traditionnels d'alimentation générale, 4 sont acteurs de l'ESS.

Les commerces de détail spécialisés de type boulangeries, boucheries et autres, représentent les 2/3 des commerces alimentaires du territoire, soit 66%. Ils sont un peu moins représentés que sur l'ensemble du département où 71% en moyenne des commerces alimentaires sont des détaillants spécialisés.



On constate un taux de création des commerces alimentaires en constante évolution depuis une dizaine d'années ; des taux souvent légèrement inférieurs aux taux Dordogne mais qui suivent la tendance du département jusqu'en 2016. Depuis 2 ans, le taux de création des commerces alimentaires sur le Pays est même au-dessus de la moyenne départementale.

Le rapport population/commerces alimentaires :

Le rapport population sur commerces alimentaires est de **1 commerce pour 517 habitants sur le Pays Périgord Vert**, contre 1 pour 427 habitants en Dordogne ; c'est-à-dire une plus faible concentration des commerces alimentaires sur le Pays que sur l'ensemble du département. En outre, la concentration des commerces varie beaucoup sur le territoire :

- CC Isle-Loue-Auvézère en Périgord : 1 commerce alimentaire pour 630 habitants ;
- CC Dronne et Belle : 1 pour 519 ;
- CC du Pays de Saint-Aulaye : 1 pour 475 ;
- CC du Pays Ribéracois : 1 pour 440 ;
- CC Périgord-Limousin : 1 pour 409 ;
- CC du Périgord Nontronnais : 1 commerce alimentaire pour 343 habitants.

En Périgord Nontronnais, la concentration des commerces alimentaires est bien plus forte que sur les autres communautés de communes.

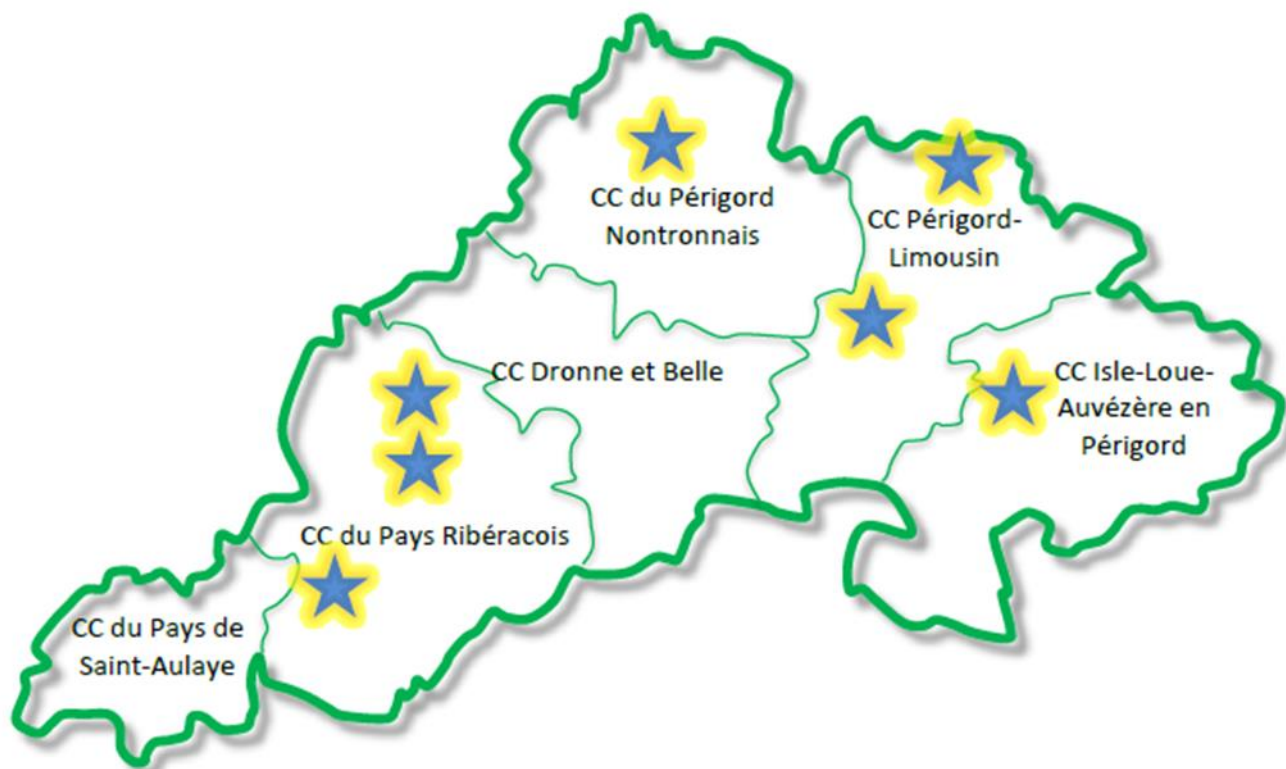
A noter qu'aux commerces alimentaires sédentaires, s'ajoutent **47 commerçants non sédentaires alimentaires** qui parcourent le département pour vendre leurs produits sur les marchés ou en tournées. Parmi eux, Le Petit Marché d'Audrey, épicerie ambulante, à Saint Pierre de Côte, un autre acteur de l'ESS.

Les commerces alimentaires, acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire, en Pays Périgord Vert :

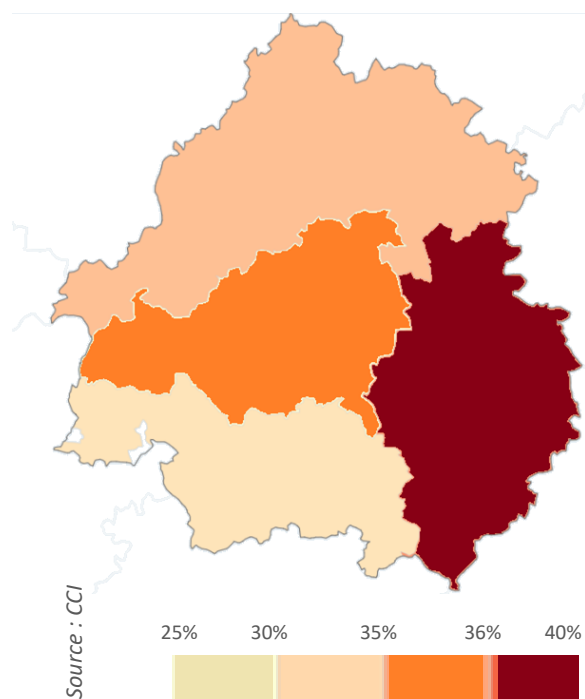
Nom	Commune	Forme juridique	Activité
LE PETIT MARCHÉ D'AUDREY	SAINT JEAN DE COLE	SARL inscrite au RCS	Epicerie ambulante
STATION DES SAVEURS	TOCANE SAINT APRE	SARL inscrite au RCS	Commerce d'alimentation générale
COOP ATLANTIQUE (SUPER U)	SAINT MARTIAL D'ALBAREDE	Société Anonyme inscrite au RCS	Supermarché (GMS)
AU P'TIT BIO (BIOCOOP)	NONTRON	SARL inscrite au RCS	Commerce de produits biologiques à dominante alimentaire (commerce d'alimentation générale)
CROQ SANTE (BIOCOOP)	RIBERAC	SARL inscrite au RCS	Commerce de produits biologiques à dominante alimentaire (commerce d'alimentation générale)
LES PRODUCTEURS DU PERIGORD VERT	SAINT PIERRE DE FRUGIE	Association	Commerce de produits locaux
NATURE SAVEUR PARTAGE SERVICE	GRAND BRASSAC	Association	Commerce de produits locaux (code 5630Z-Débits de boissons)

Source : Pays Périgord Vert

Localisation des commerces alimentaires, acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire :



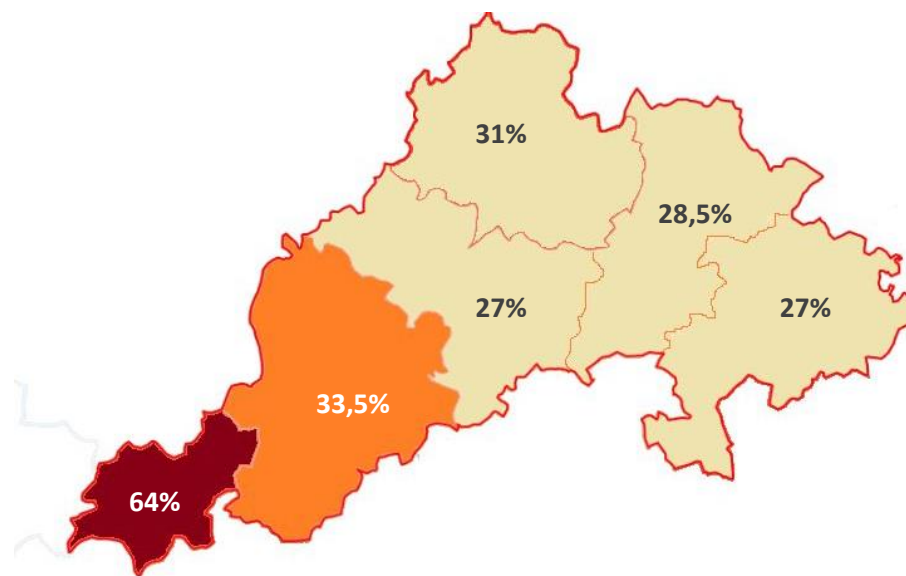
La part des commerces alimentaires ayant un dirigeant de 55 ans et plus (en %) en Dordogne :



A l'échelle du Pays, le vieillissement des dirigeants d'entreprises dans le secteur du commerce de détail alimentaire n'est pas encore alarmant. Le taux des dirigeants de 55 ans et plus est conforme à la moyenne départementale : 33%.

La transmission d'entreprise pour les commerces spécialisés et les petits commerces d'alimentation générale en milieu rural surtout doit donc tout de même figurer parmi les points de vigilance sur le territoire, mais sans être une priorité absolue.

En revanche, à l'échelle intercommunale, le vieillissement des dirigeants de commerces alimentaires est un peu plus inquiétant sur le Pays Ribéracois où la part des commerçants travaillant dans l'alimentaire ayant 55 ans et plus est supérieure à 33% ; mais surtout sur le Pays de Saint Aulaye où ce taux est bien plus important :



(La part des commerces alimentaires avec un dirigeant de 55 ans et plus - Source CCI)

Le commerce de gros alimentaire

Outre les coopératives agricoles recensées précédemment dans l'offre en produits alimentaires locaux, le Pays Périgord Vert compte 10 établissements, inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés comme commerces de gros de produits alimentaires, hors boissons, répartis comme suit :

- 4 établissements sur la communauté de communes Dronne et Belle ;
- 2 établissements sur la communauté de communes Pays de Saint-Aulaye ;
- 3 établissements sur la communauté de communes du Pays Nontronnais ;
- 1 établissement sur la communauté de communes du Pays Ribéracois.

Six autres grossistes, installés sur le territoire, sont spécialisés dans le vin, la bière et autres boissons.

Les commerces de gros de produits alimentaires :

Entreprise	Commune	Communauté de communes	Code Naf
SARL VAL DE BELLE	MAREUIL EN PERIGORD	Dronne et Belle	4633Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses
SARL LE CUL NOIR PERIGOURDIN DE PUYZAREAU	EYVIRAT	Dronne et Belle	4632A - Commerce de gros (commerce interentreprises) de viandes de boucherie
SARL ID SERVICES (BIO SERVICES)	BRANTOME EN PERIGORD	Dronne et Belle	4638B - Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire spécialisé divers
SARL A PRO SERVICES	BRANTOME EN PERIGORD	Dronne et Belle	4638B - Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire spécialisé divers
SARL M D (PAYSAN BIO LA SELECTION LOUIS MANDON)	PARCOUL-CHENAUD	Pays de Saint-Aulaye	4639B - Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire non spécialisé
Mme ROLLAND VIRGINIE	SAINT AULAYE-PUYMANGOU	Pays de Saint-Aulaye	4631Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de fruits et légumes
SARL MON PRIMEUR (RIBPRIM)	RIBERAC	Pays Ribéracois	4631Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de fruits et légumes
SARL FROM TERROIR (DECOUVRE ET SAVOURE)	AUGIGNAC	Périgord Nontronnais	4633Z - Commerce de gros de produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses
M COLINO MATHIEU	NONTRON	Périgord Nontronnais	4639B - Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire non spécialisé
SARL GARON FILS	ST SAUD LACOUSSIERE	Périgord Nontronnais	4638B - Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire spécialisé divers

Source : CCI

Les commerces de gros de boissons :

<i>Entreprise</i>	<i>Commune</i>	<i>Communauté de communes</i>	<i>Code Naf</i>
SAS JULIEN DE SAVIGNAC	BRANTOME EN PERIGORD	Dronne et Belle	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
SARL LA CAVE A RICOU	SAVIGNAC LEDRIER	Isle-Loue-Auvézère en Périgord	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
SAS ROOTFIRE	GENIS	Isle-Loue-Auvézère en Périgord	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
SAS ETABLISSEMENTS R.G. LAVIALE	RIBERAC	Pays Ribéracois	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
SAS LA CAV EPICERIE	CHERVAL	Pays Ribéracois	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
SASU RG LAVIALE DORDOGNE	RIBERAC	Pays Ribéracois	4634Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons

(Source CCI)

2.2.1.1 Résultats des enquêtes auprès des acheteurs

Enquête auprès des professionnels

Afin de connaître les pratiques, les attentes et les freins des acteurs de la demande concernant l'approvisionnement en produits locaux sur le Pays Périgord Vert, une enquête a été menée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Dordogne auprès d'une centaine d'établissements composée de collectivités et de professionnels.

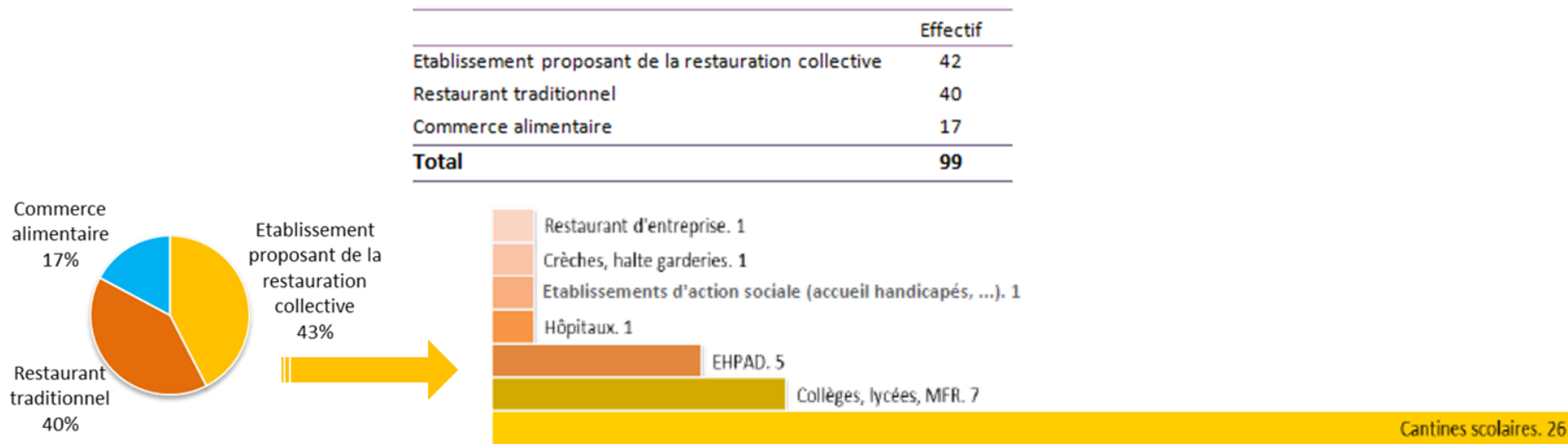
A la demande du Pays, la cible de départ a été réduite à la restauration traditionnelle et collective, pour ce qui est de la restauration hors domicile, et aux commerces d'alimentation générale, pour ce qui est du commerce alimentaire.

➤ Méthodologie :

	Cible : 325 établissements	➔ 41% restauration traditionnelle ➔ 46% restauration collective ➔ 13% commerces alimentaires
	Durée de l'enquête :	Du 21 janvier au 21 février 2019
	Moyens de diffusion :	➔ Enquêtes téléphoniques ➔ RDV physiques ➔ Quelques envois par e-mail
	Réponses obtenues	99 réponses (30%) sur un objectif de 75

➤ Analyse :

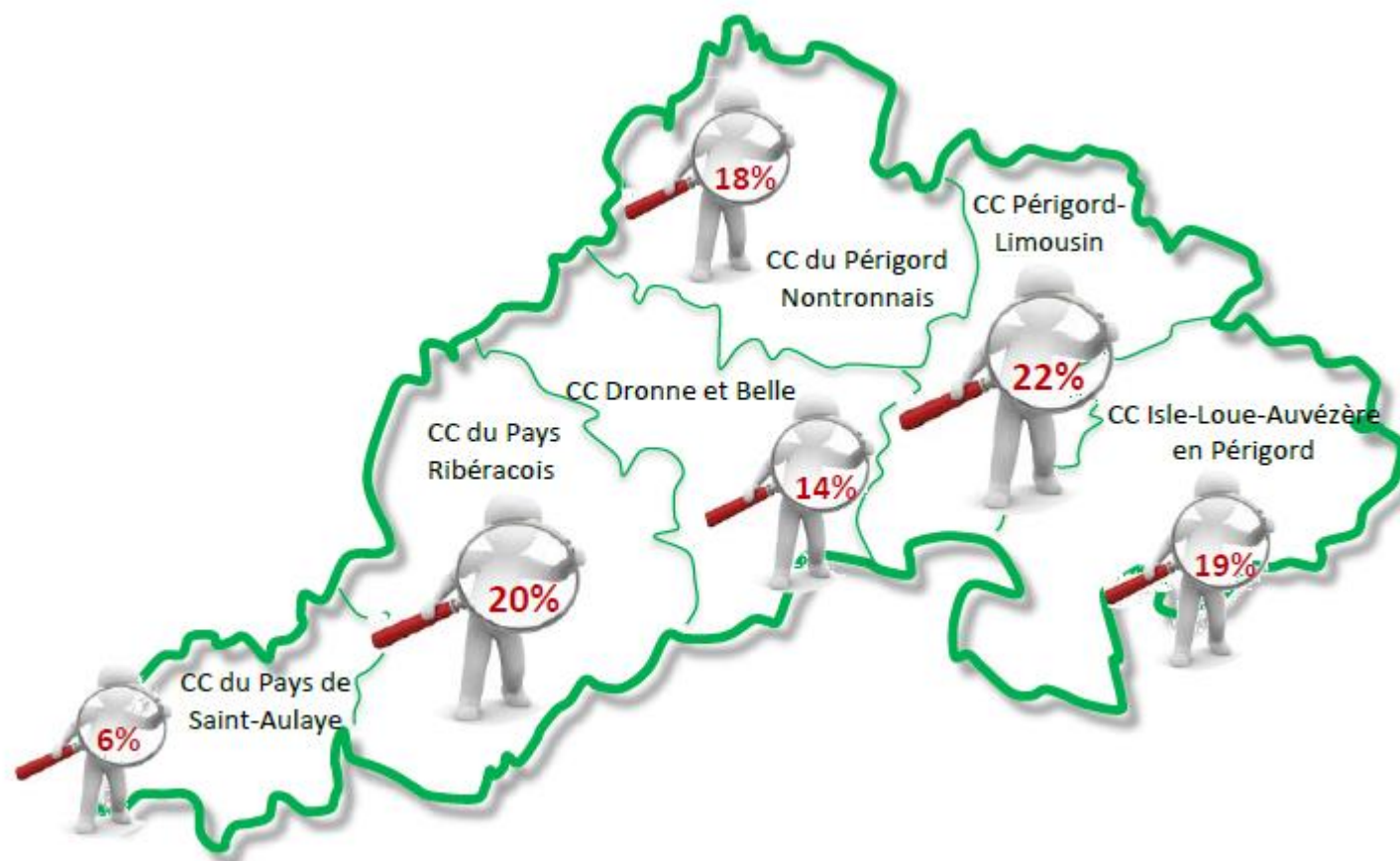
Profil des répondants :



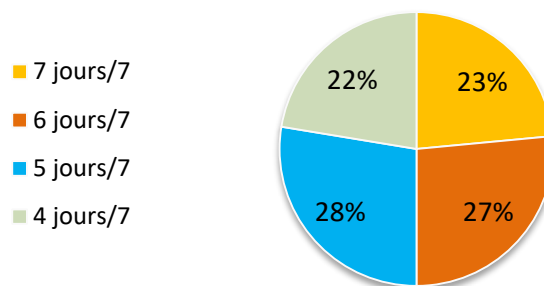
En ce qui concerne la restauration collective, la majorité des enquêtés sont des établissements scolaires : cantines scolaires, collèges, lycées et Maisons Familiales et Rurales.

L'échantillon obtenu lors de l'enquête est suffisamment représentatif et conforme à la répartition par catégorie d'établissements de la cible de départ.

Répartition des répondants par zone géographique :

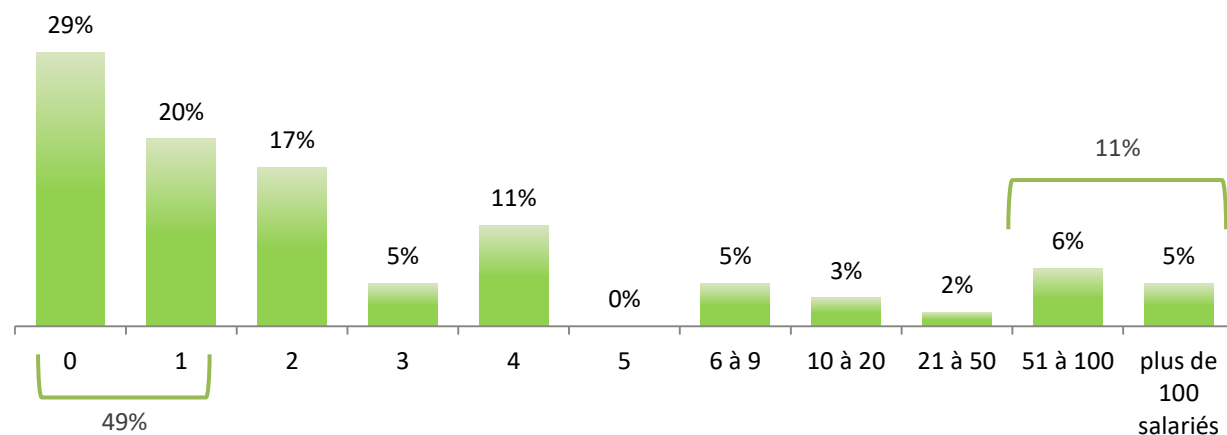


Le nombre de jours d'ouverture des établissements interrogés :



Seulement 9% des établissements interrogés ont une activité saisonnière : restaurants traditionnels ou établissements scolaires.

Les effectifs salariés des établissements interrogés :



Près de la moitié des établissements interrogés sont de petits établissements, commerces et restaurants de 1 salarié au plus. Seulement 11 établissements ont plus de 50 salariés.

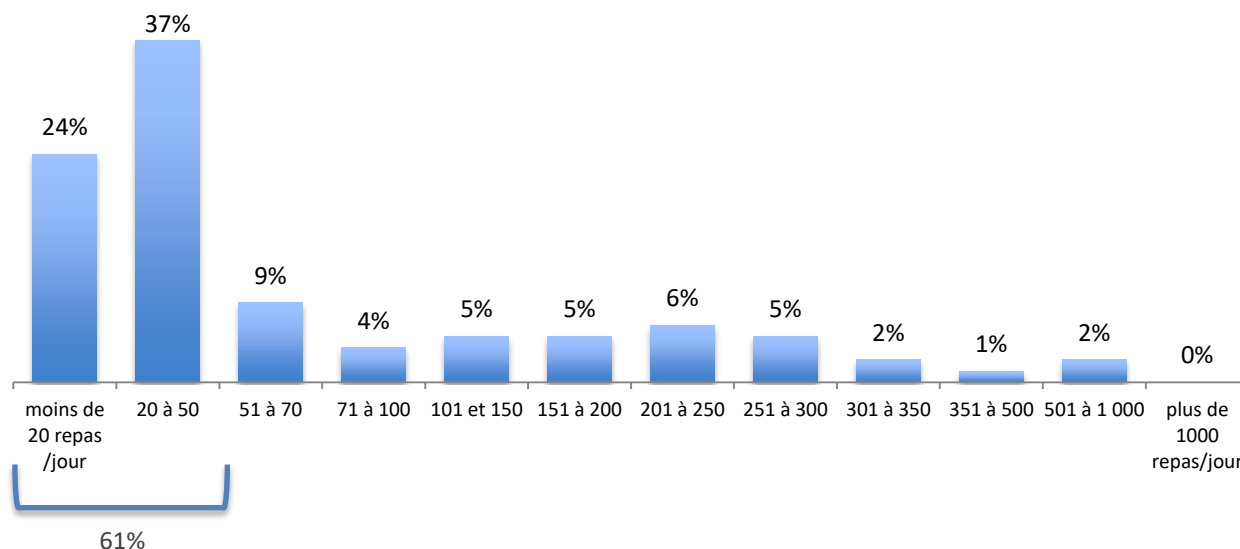
La capacité des établissements interrogés :

Les commerces d'alimentation traditionnelle interrogés ont une surface de vente moyenne de 175 m², ce qui représente une surface conséquente pour la présentation des produits.

Les commerces d'alimentation traditionnelle interrogés ont une surface de vente moyenne de 175 m², ce qui représente une surface conséquente pour la présentation des produits.

Pour la partie restauration (traditionnelle et collective), la capacité moyenne des salles de restaurant est de 100 personnes, pour un nombre moyen de repas servis compris entre 8 et 820 par jour (moyenne annuelle). La très grande majorité des établissements (61%) servent moins de 50 repas par jour :

Nombre de repas servis par jour :



Les restaurants proposent 2 services quotidiens, alors que les établissements scolaires sont plutôt sur un service unique le midi, et les établissements avec hébergement sur 3 ou 4 services avec petit-déjeuner et goûter.

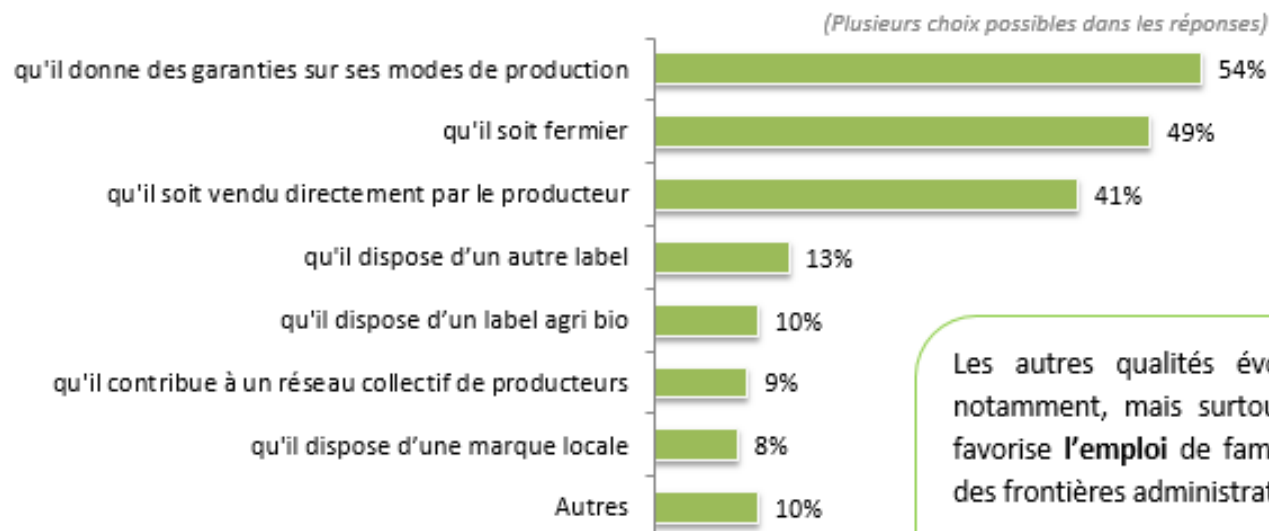
L'échantillon comprend 15 établissements avec hébergement dont la capacité moyenne est de 59 personnes accueillies simultanément : 12 en moyenne pour les hôtels et 106 personnes en moyenne pour les établissements proposant de la restauration collective (lycées, EHPAD, ...).

À noter que 3% des établissements (cantines scolaires de Nontron et le restaurant de l'entreprise KSB) passent par un prestataire externe pour la préparation des repas : Groupe ELIOR ou Sogeres.

Les qualités importantes pour un produit local :

La traçabilité des produits est un critère de choix important pour beaucoup de professionnels.

A la question sur les qualités recherchées dans un produit local, les acteurs du territoire ont majoritairement répondu qu'il est important qu'un produit local donne des garanties sur ses modes de production. Le fait que le produit acheté soit fermier et qu'il soit vendu directement par le producteur sont également des critères importants pour les professionnels :

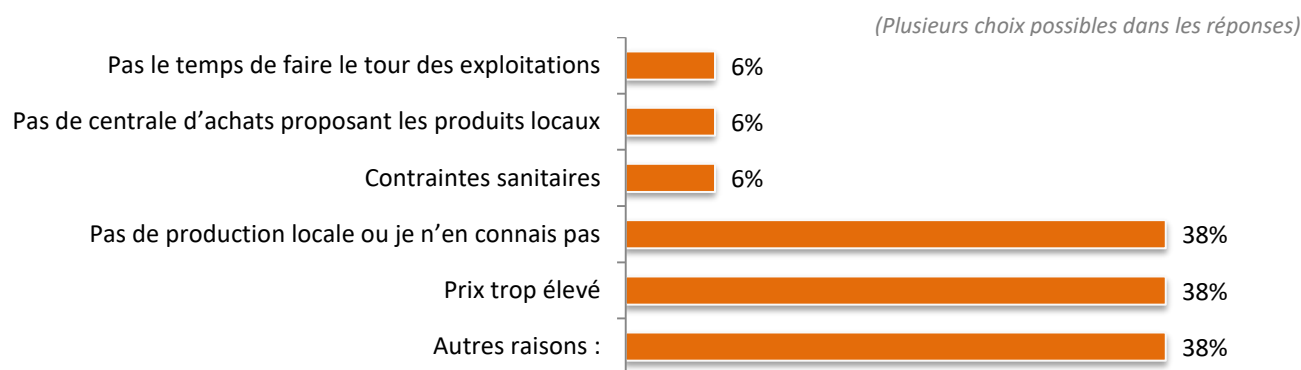


Les autres qualités évoquées sont : la qualité, le goût, la fraîcheur, notamment, mais surtout **la proximité** : le fait qu'une production locale favorise **l'emploi** de familles géographiquement proches, indépendamment des frontières administratives.

Utilisation ou vente de produits locaux :

83% professionnels proposent des produits locaux à la vente ou dans leurs menus.

Les 17% restants n'en utilisent pas pour les raisons suivantes :



Les principaux freins à l'approvisionnement en produits locaux sont donc le prix et la méconnaissance des productions locales, plutôt que leur absence.

Pas une seule fois le manque de choix ou de qualité n'ont été mentionnés, bien que figurant parmi les propositions.

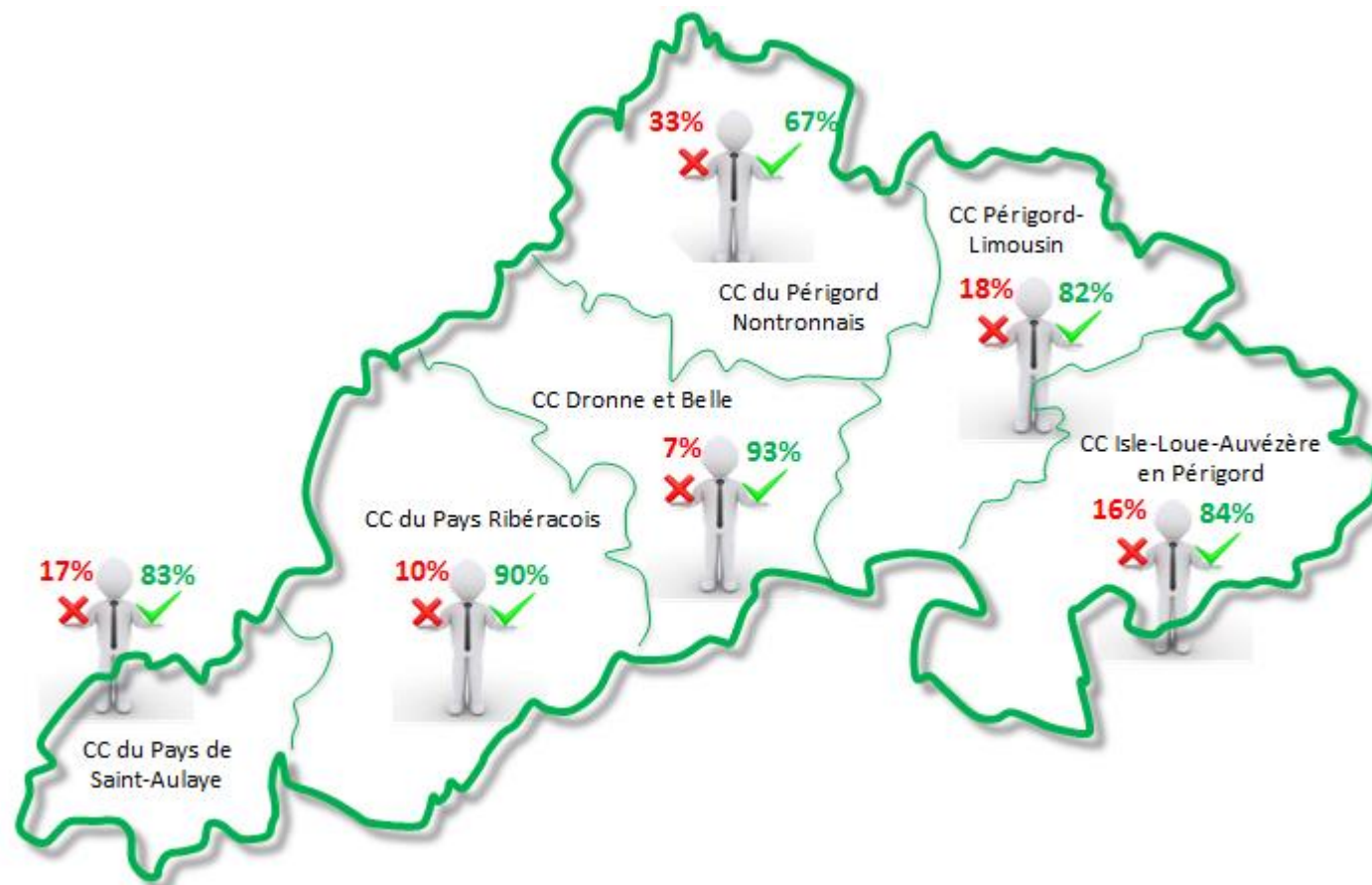
Les « **Autres raisons** » évoquées sont :

- Il n'y a pas de demande (pas assez de vente ou clientèle peu concernée) ;
- l'établissement se fournit auprès d'une centrale d'achats qui ne propose pas de produits locaux ;
- aucun producteur n'est venu présenter ses produits.

Les principaux freins à l'approvisionnement en produits locaux évoqués par les acteurs qui n'achètent pas du tout local se retrouvent également dans les réponses des acteurs qui achètent local mais en partie seulement. Il n'y a que **pour l'approvisionnement en produits laitiers** que les **contraintes sanitaires** et le **manque de temps** pour démarcher les producteurs ressortent davantage dans les freins évoqués que pour les fruits & légumes ou les produits carnés.

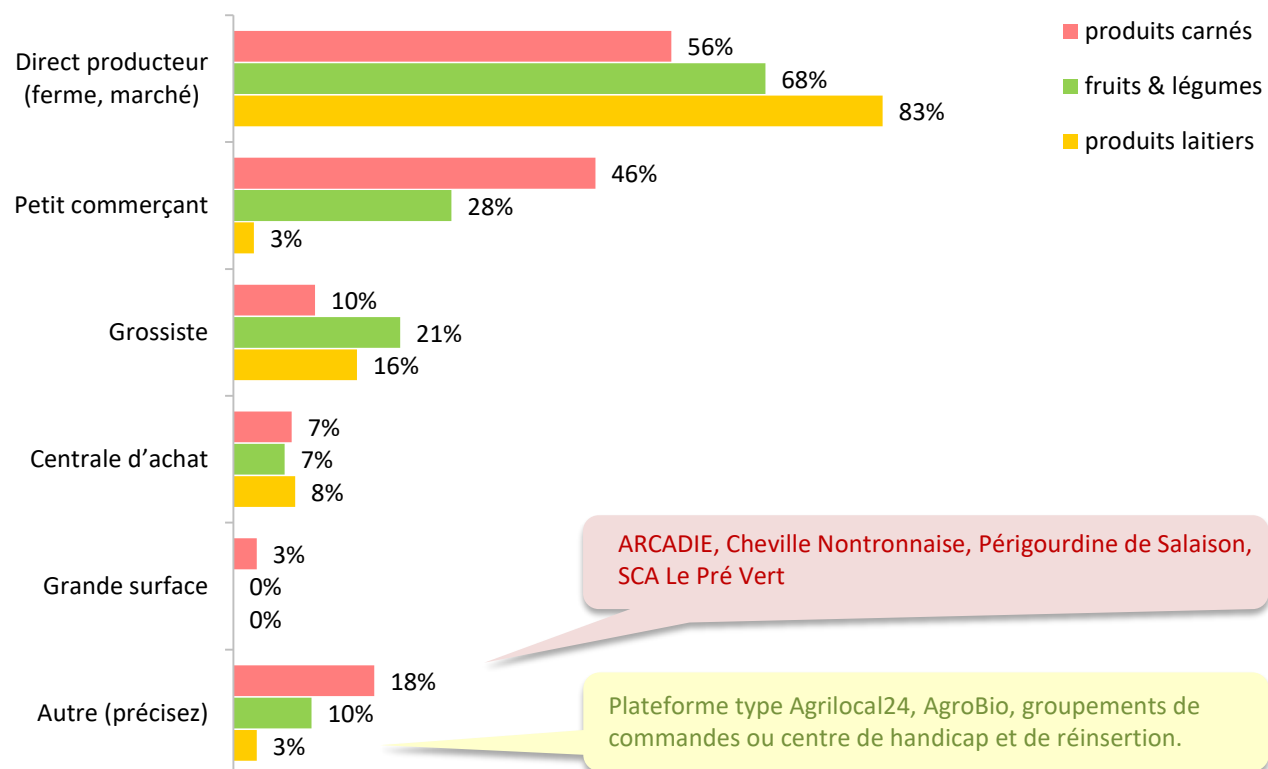
Utilisation ou vente de produits locaux par secteur géographique :

- ✓ Utilisation/vente de produits locaux
- ✗ Non utilisation/vente de produits locaux



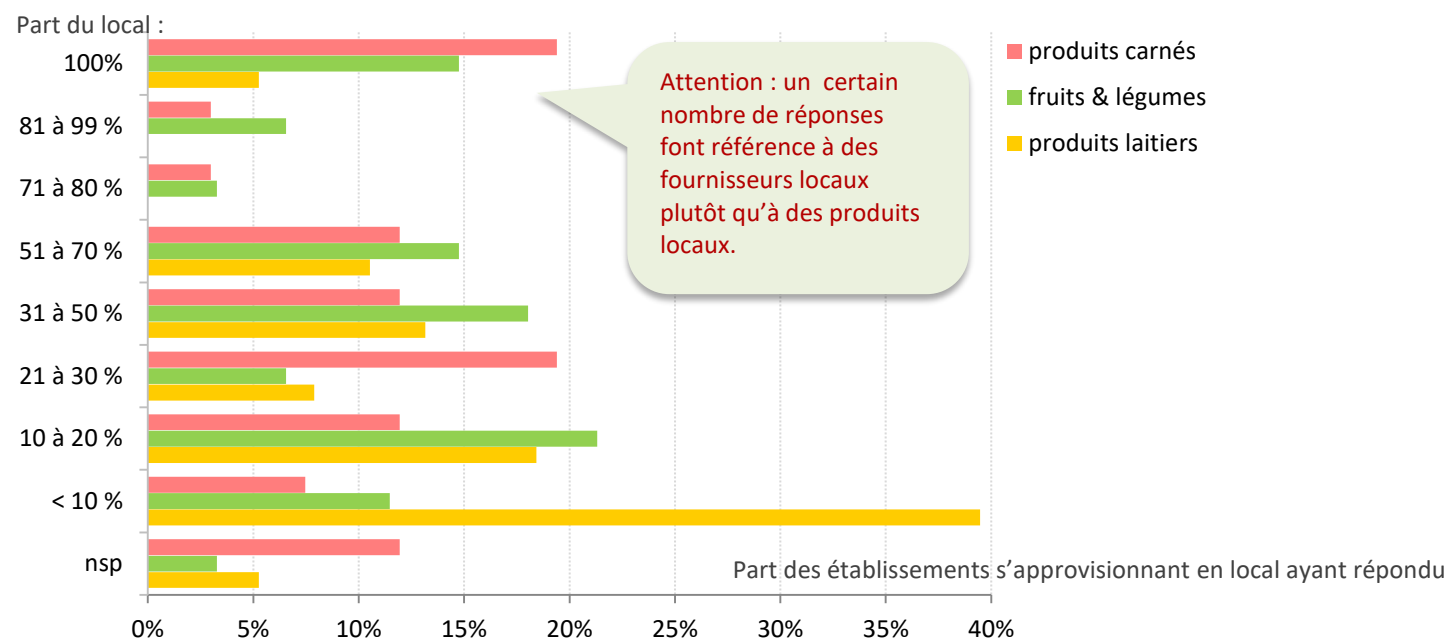
Notons que les établissements des territoires des Communautés de Communes Dronne et Belle et Pays Ribéracois s'approvisionnent davantage en local : 93% et 90% contre 83% en moyenne sur l'ensemble des acteurs du Pays interrogés.

Les lieux d'approvisionnement en produits locaux :

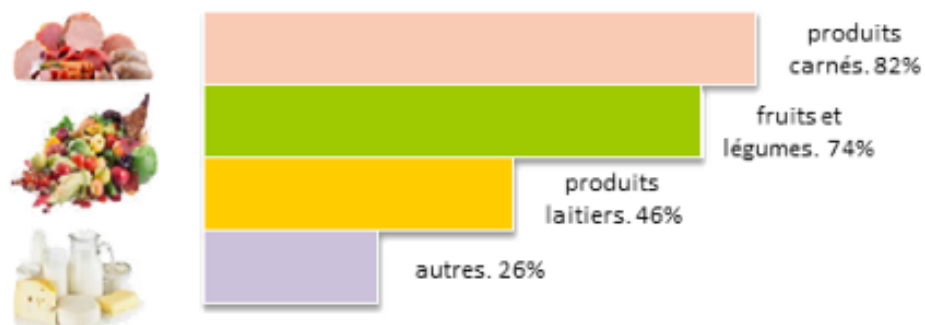


Le premier lieu d'achat des produits locaux par les professionnels interrogés reste la vente directe par le producteur. Les détaillants type primeurs et bouchers sont aussi plébiscités.

Ce que représentent les produits locaux dans l'approvisionnement total :



Les produits locaux les plus prisés :



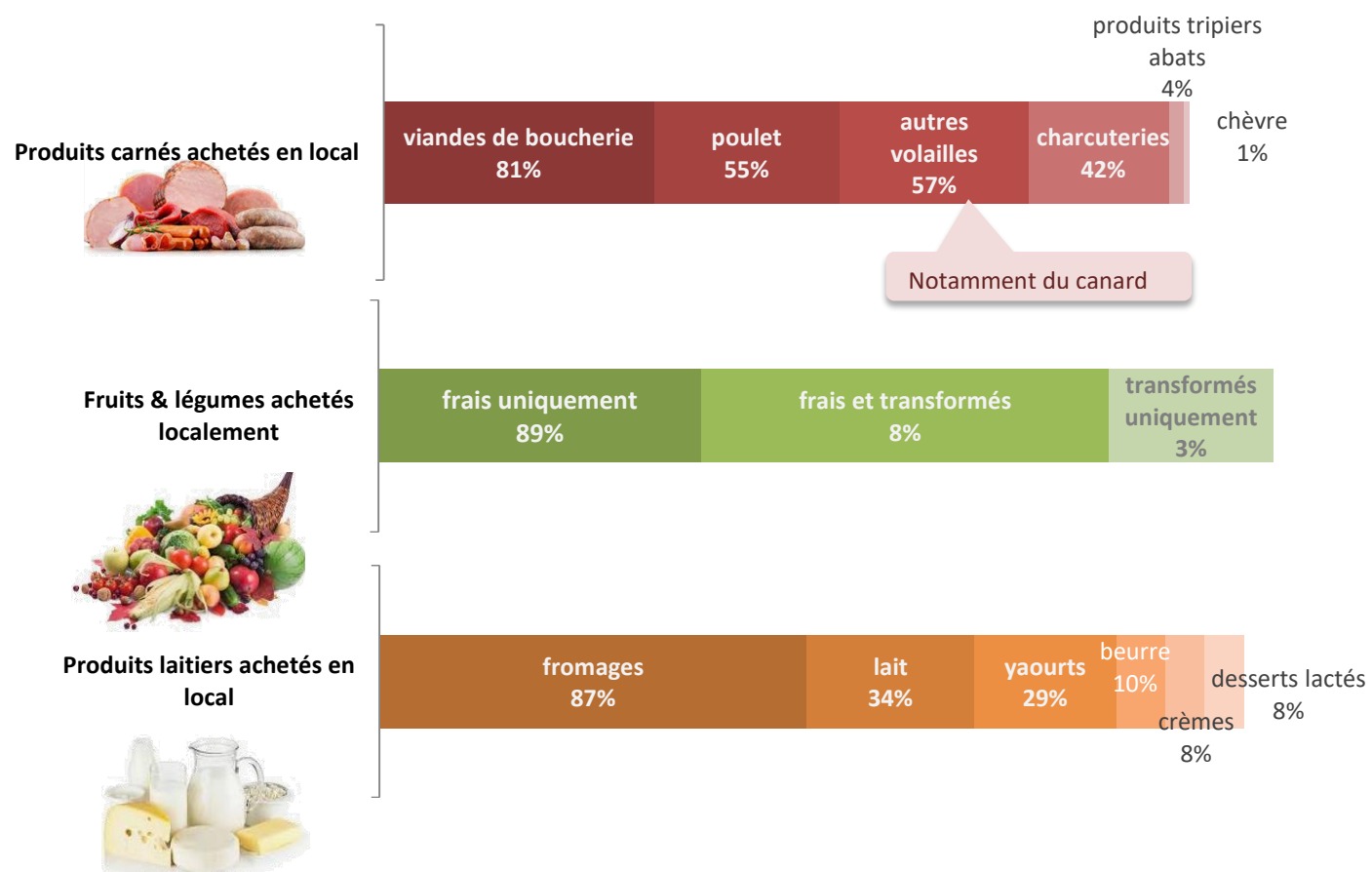
Les fruits et légumes et les produits carnés sont les plus achetés, cités par plus de 70% des établissements s'approvisionnant en local :

- principalement du bœuf, porc, poulet et canard pour la viande ;
- des pommes, fraises, salades, carottes, pommes de terre pour les fruits et légumes.

En ce concerne les produits laitiers, les produits locaux les plus souvent commandés sont le fromage de chèvre, le lait et les yaourts.

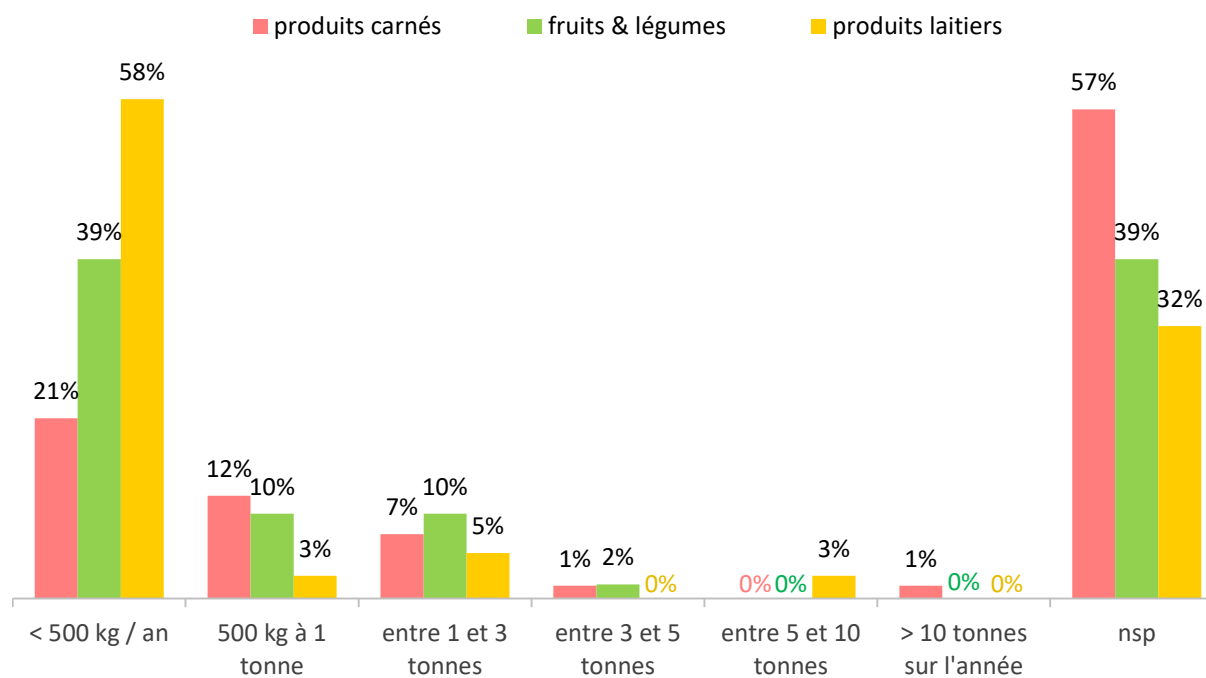
Les **autres** produits locaux énumérés sont principalement le pain, la farine et autres produits d'épicerie sèche, ainsi que les boissons telles le vin, la bière et les jus de fruits (de pommes surtout).

Répartition par catégorie des produits locaux achetés en local :



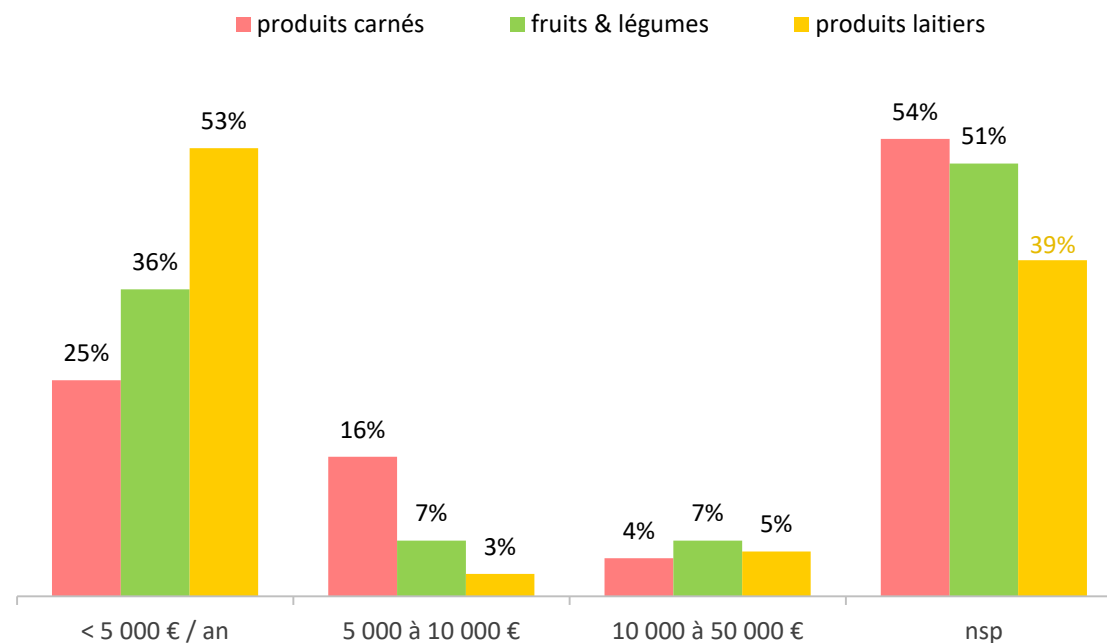
Les quantités de produits locaux achetés :

Bien que près de la moitié des établissements interrogés n'ait pu répondre sur les quantités de produits locaux commandés, nous pouvons dire que les professionnels achètent local mais plutôt en faibles quantités : majoritairement moins d'une tonne et demi de produits locaux par an, pour ceux qui ont pu estimer les quantités.



Le budget consacré aux produits locaux :

Le budget étant lié aux quantités commandées, celui-ci s'estime plutôt à moins de 15 000 € par an pour les 3 grandes catégories de produits réunies.



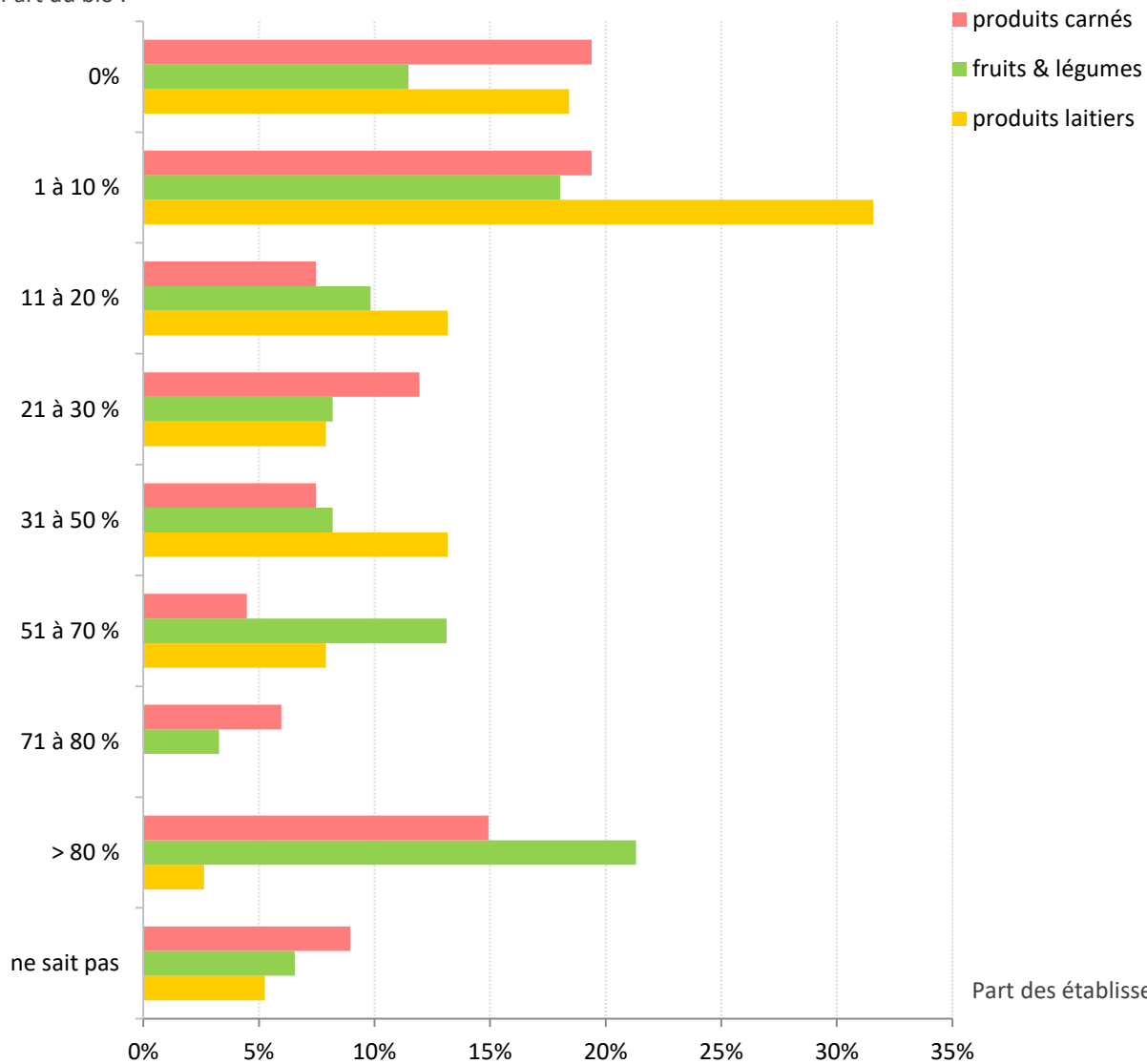
La part du bio dans les produits locaux :

73% des établissements s'approvisionnant en local achètent pour partie des produits locaux certifiés bio.

La pratique du bio est plus répandue en Pays de Saint-Aulaye et Pays Ribéracois où les acteurs sont proportionnellement plus nombreux à s'approvisionner en produits locaux bio pour les 3 catégories de produits (fruits & légumes + produits carnés + produits laitiers), notamment les restaurants traditionnels qui sont 30% à intégrer du bio dans tous leurs approvisionnements.

La part des produits bio dans l'approvisionnement en produits locaux des établissements interrogés :

Part du bio :

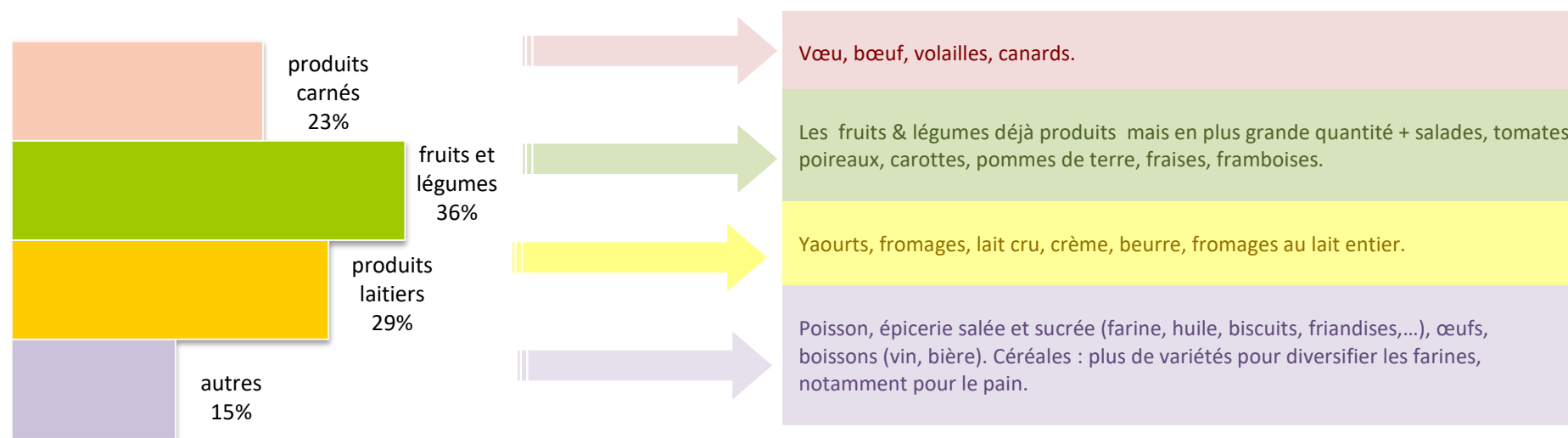


Part des établissements s'approvisionnant local et bio

N.B. : Le bio est un enjeu important pour la restauration collective depuis le passage de la Loi Alimentation qui impose une part minimale de produits issus de l'agriculture biologique de 20% d'ici à 2022. En outre, les produits locaux et les produits labellisés, même non bio, sont désormais un enjeu de taille puisque le projet de loi prévoit que les menus devront comporter 50% de produits bénéficiant de signes de qualité (labels), de mentions valorisantes ou acquis en tenant compte du coût du cycle de vie du produit. Le transport faisant partie du cycle de vie d'un produit, la proximité géographique en réduit le coût et le local a tout à y gagner. Pour en savoir plus : cf. D Restauration collective et produits bio, la loi Alimentation expliquée dans la « Gazette Santé Social » du 22 mai 2018.

Les attentes des acteurs du territoire en terme d'offre :

65% des acteurs interrogés souhaiteraient voir davantage de produits locaux proposés en Pays Périgord Vert.



L'implication des acteurs dans la démarche du Pays :

Lors de notre enquête, les établissements interrogés ont été informés du travail engagé par le Pays Périgord Vert quant à l'étude sur les opportunités de projets outils entrant dans le champ de l'Economie Sociale & Solidaire et générateurs d'emplois, et de son souhait de mettre en évidence des opportunités permettant de développer les circuits courts en Nord Dordogne, promouvoir et privilégier une alimentation de qualité et locale tout en développant l'emploi local.

Et, dans le cas où le Pays Périgord Vert mettrait en place un outil ou une démarche pour faciliter l'approvisionnement en produits locaux, **30% des établissements interrogés ont émis le souhait d'être acteur de la démarche.**

68% ont demandé à en être informés seulement et 2% ne souhaite pas être contactés.

Exemples de commentaires et propositions des répondants pour faciliter l'approvisionnement et la vente des produits locaux :

” Groupement de producteurs, groupement de commandes ”

” Lieu de rencontre, type salon, où l'on découvrirait les produits locaux, pourrait les tester et les goûter ”

” Efforts à faire sur la livraison de la part des fournisseurs et sur les prix ”

” Si on met en avant la provenance et les produits biologiques, les clients apprécieront ”

” Des pré requis : Implication des élus, cuisine adaptée (restauration collective) ”

” Faciliter les paiements (le mandat administratif est une contrainte supplémentaire pour la restauration collective) ”

” Impression de multiplicité des acteurs et de doublons entre les différentes démarches (Pays, Parc Naturel Régional, etc) ; besoin de coordination ”

Les résultats des enquêtes consommateurs

➤ Méthodologie :

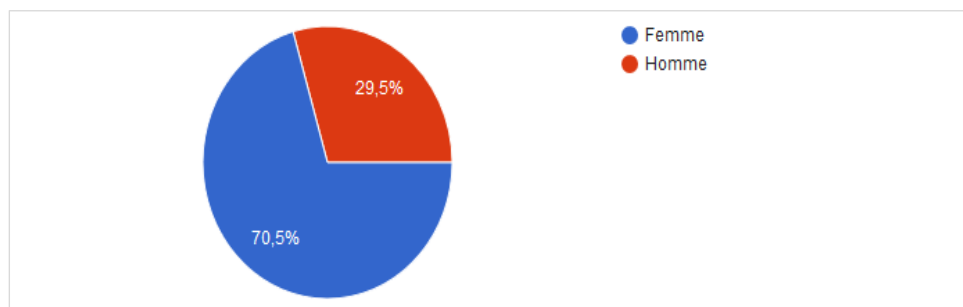
	Cible : consommateurs	
	Durée de l'enquête :	Du 21 janvier au 21 février 2019
	Moyens de diffusion :	➔ Questionnaire mis en ligne sur le site du pays ➔ Questionnaire mis sur les réseaux sociaux ➔ Questionnaire en relais par les partenaires et collectivités locales
	Réponses obtenues	269 réponses

Questionnaire en annexe

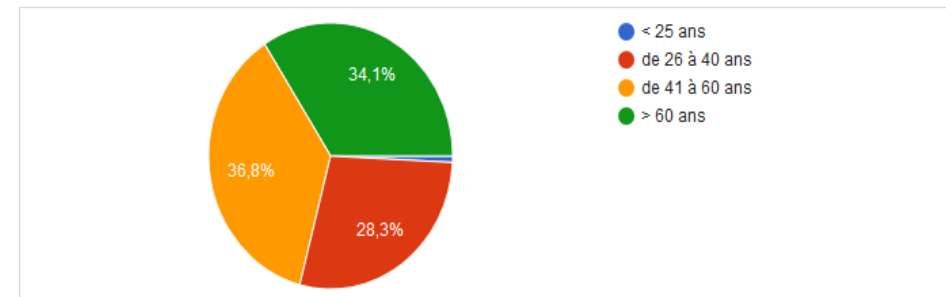
Carte des répondants

Caractéristiques des répondants

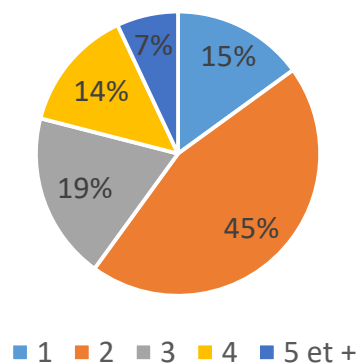
Répartition par sexe



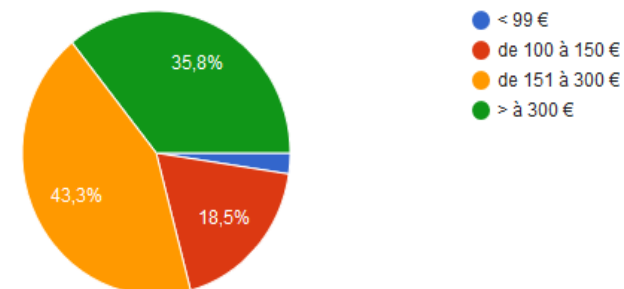
Répartition par tranche d'âge



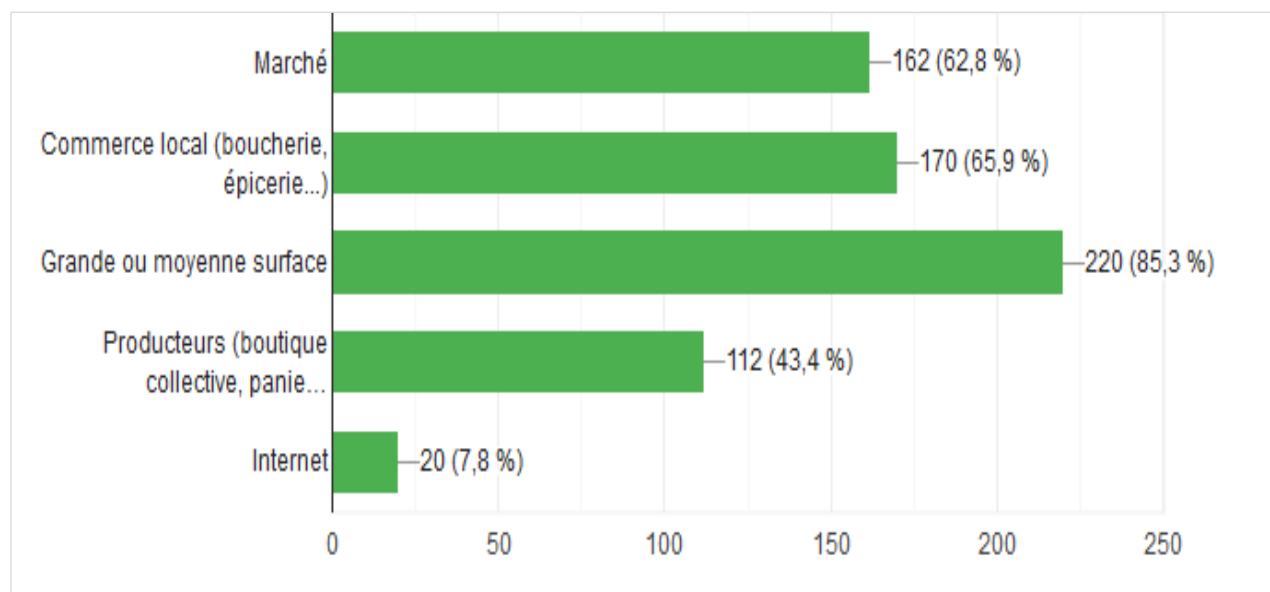
Nombre de personnes vivant au foyer



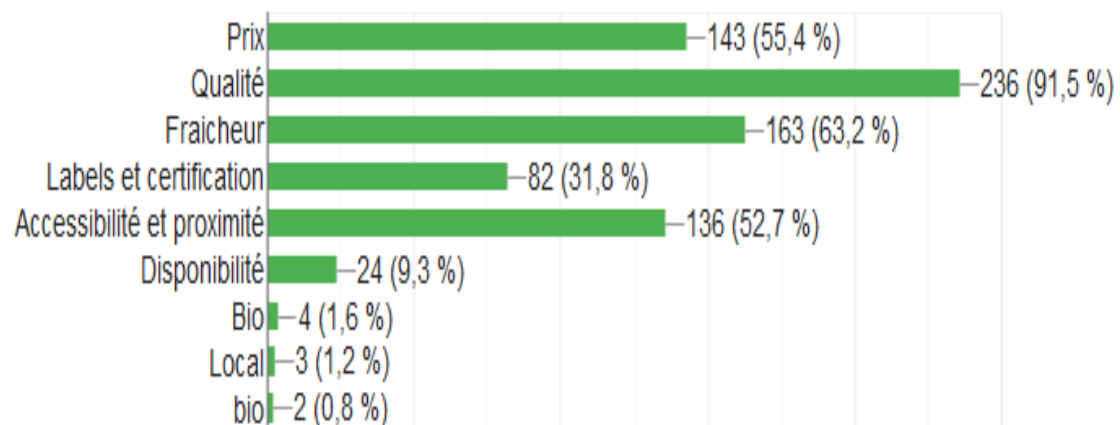
Montant du budget consacré à l'alimentation



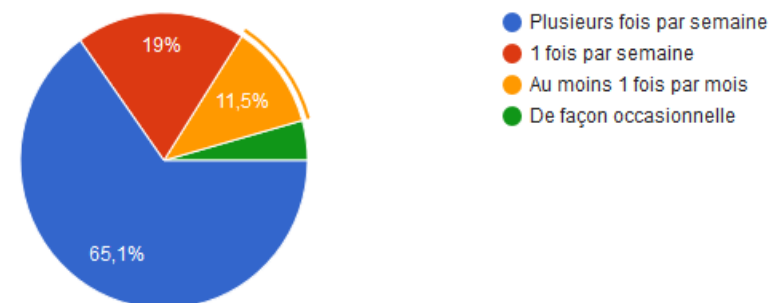
Principaux lieux d'achats



Principaux critères d'achats



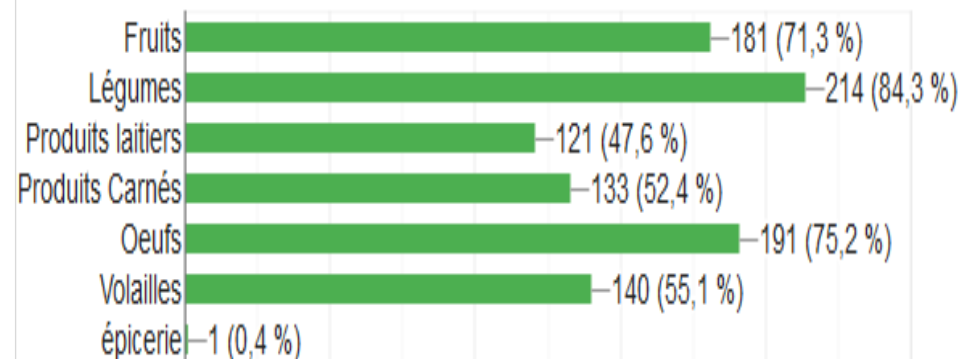
Fréquence d'achats de produits alimentaires locaux



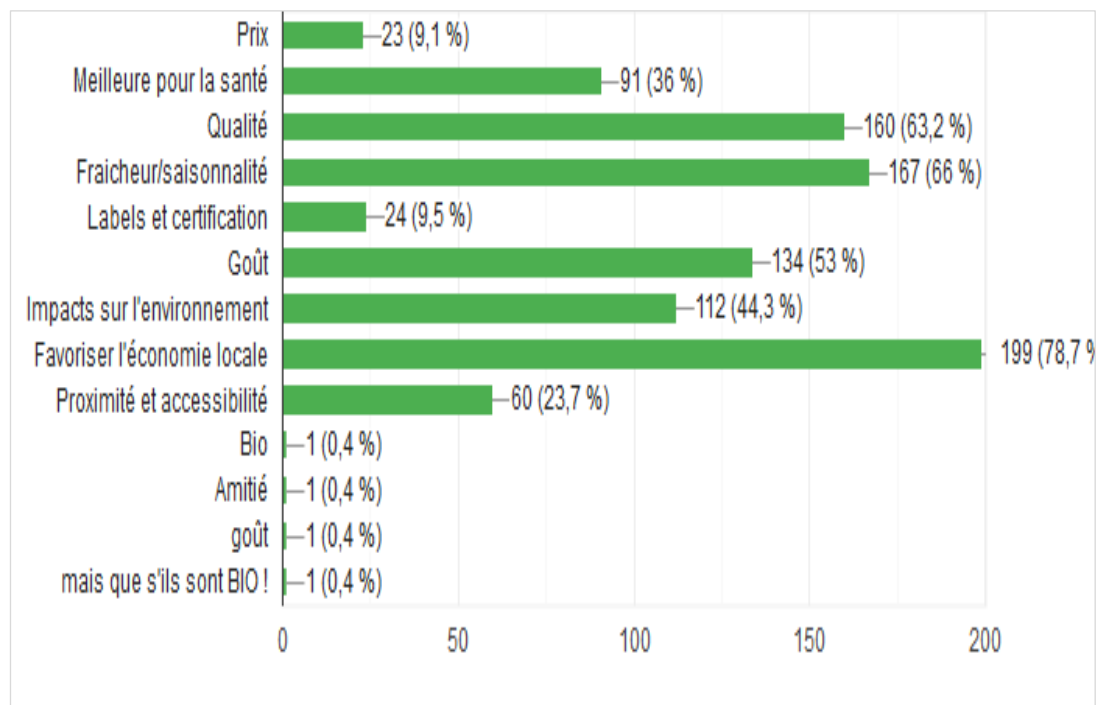
Principaux lieux d'achats des produits alimentaires locaux

1. Marchés : 169 réponses
2. Grandes ou moyennes surfaces : 159
3. Commerce de proximité : 119
4. Boutiques de producteurs : 93

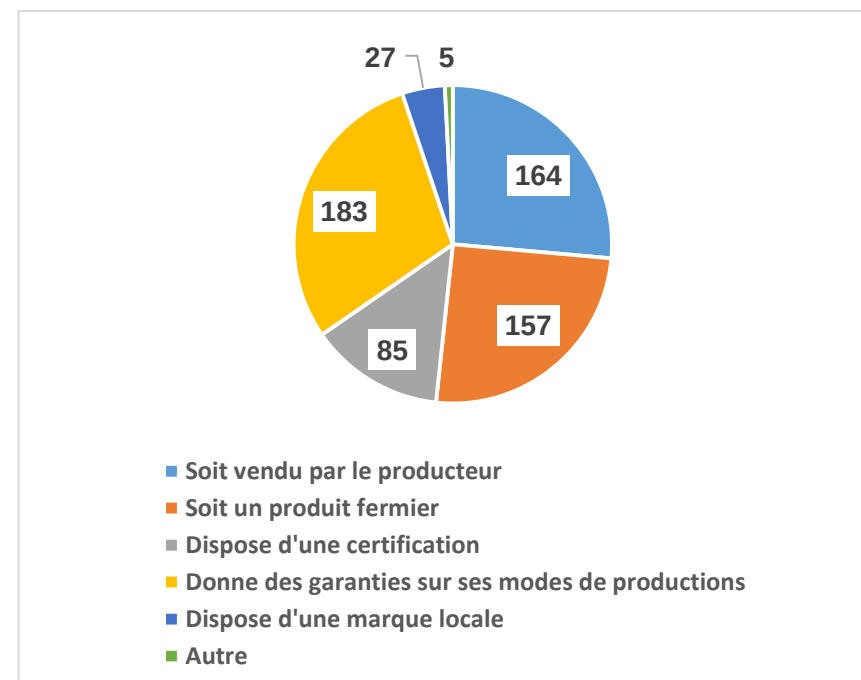
Nature des produits achetés



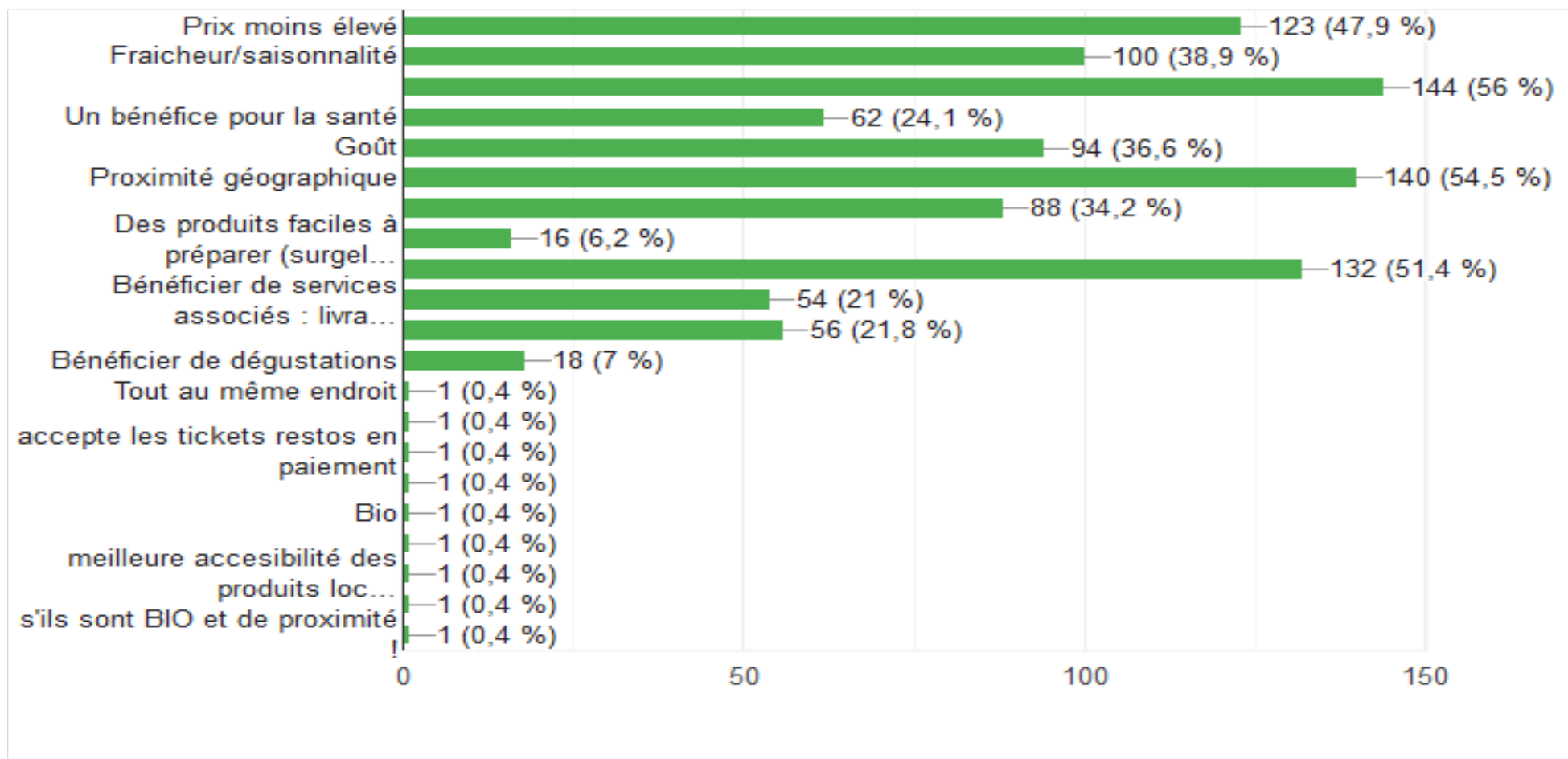
Mode consommation des produits alimentaires locaux



Critères de consommation de produits alimentaires locaux



Éléments favorisant la consommation des produits locaux



2.3 Identification des freins et leviers l'offre et le besoin potentiels

❖ La Synthèse des freins/leviers concernant l'offre

Les freins liés à l'état des lieux de la production :

- + de 50 % des exploitants vont cesser leur activité dans les 5 ans : pérennité de la production ?
- Le nombre d'installation qui ralentit et qui est loin de compenser les départs à la retraite
- La diminution du nombre d'exploitants : isolement de ceux qui restent et productions clairsemées (espace géographique)
- Une partie du secteur adapté à l'élevage avec une majorité de la SAU en prairie permanentes : production plus complexe pour intégrer les circuits courts
- Le manque de productions sur certains produits : légumes et peu de produits transformés (gamme restreinte) et donc pas de filières structurées
- Le manque de pré requis pour développer certaines productions végétales : irrigation

Les problématiques et leviers d'action potentiels :

- Le maintien de la production et développement de certaines filières (légumes)
- Le renouvellement des générations

Les freins mis en avant dans l'enquête auprès des agriculteurs :

- Les prix pratiqué dans le cadre de la RHD et le manque de visibilité sur les demandes et commandes
- Le manque d'outils logistiques/livraisons/communication
- L'organisation du travail à revoir et les compétences à mobiliser sur la commercialisation, le conditionnement, les livraisons
- La production pas adaptée à la demande : volume, saisonnalité
- Le manque de Main d'œuvre formée, surtout pour la partie transformation

❖ La Synthèse des freins/leviers concernant la demande des professionnels :

FREINS	ENJEUX / LEVIERS	PISTES DE TRAVAIL
Les prix	<i>Faire converger l'offre et la demande sur un prix d'équilibre.</i>	<i>Plateforme de négociation des prix-quantités ; engagement des acteurs (producteurs-acheteurs).</i>
Les quantités	<i>L'approvisionnement de la restauration collective passe par de plus grandes quantités à fournir.</i>	<i>Augmenter sur les surfaces agricoles pour répondre aux besoins de la restauration collective Et/ou Se tourner vers des professionnels qui demandent des quantités moins importantes (ex. restauration traditionnelle).</i>
Le transport, la livraison	<i>Répondre aux contraintes sanitaires, aux horaires imposés et attention aux coûts induits.</i>	<i>Circuits de livraison communs par secteur géographique (ex. système des Ruches adaptés aux professionnels avec la livraison en plus).</i>
Le manque de temps des professionnels	<i>Regroupement des producteurs, des commandes.</i>	<i>Plateforme locale d'approvisionnement.</i>
Le manque d'information (sur les produits, les producteurs)	<i>Informar les acheteurs sur les produits proposés, leur origine, la localisation géographique des producteurs, etc.</i>	<i>Outils de communication : ex. campagnes de sensibilisation, labellisation,</i>
Les moyens mis à disposition (restauration collective)	<i>Implication des élus du territoire, matériel/outils de travail, moyens de paiement.</i>	<i>Sensibilisation des élus, programme d'investissements en matériel, réflexion globale du circuit alimentaire en restauration collective (de l'approvisionnement à la gestion des déchets en passant par l'organisation des cuisines), facilités de paiement.</i>
La transmission des commerces alimentaires	<i>Maintenir le réseau de distributeurs.</i>	<i>Travail sur la transmission : détection des entreprises prêtes à être cédées, mise en relation avec des repreneurs.</i>

2.4 Propositions de thématiques à explorer

❖ **Compte tenu des freins/leviers extraits de l'analyse des différentes enquêtes, nous avons relevé plusieurs propositions de thématiques à explorer :**

- 1) Le maintien d'une agriculture locale avec :
 - Le renouvellement des générations
 - L'incitation à la transmission
 - L'installation de nouveaux agriculteurs/producteurs
- 2) Le développement de filières/de productions en Périgord Vert avec :
 - La production maraichères et légumières [et fruits]
 - Les filières en lien avec des produits transformés (exemples produits laitiers, piscicoles, carnés)
- 3) La communication & sensibilisation autour des produits locaux, des circuits courts, de l'alimentation visant à :
 - Favoriser l'interconnaissance entre les acteurs
 - Accentuer la sensibilisation, la formation des publics...
 - Développer du marketing territorial, des outils de communication et d'échanges, de l'évènementiel...

Point de vigilance : différencier les cibles (agriculteurs, restaurateurs, consommateurs) et adapter les pistes/opportunités d'actions.

- 4) L'accessibilité aux produits locaux et favoriser les circuits courts avec :
 - L'amélioration des approvisionnements et échanges entre professionnels
 - Le développement de moyens logistiques, de réseaux/collectifs
 - La mise en place d'outils de transformation [mutualisés, partagés...] visant à diversifier la gamme des produits

Ces thématiques détermineront les sujets de réflexion proposés aux acteurs du territoire dans le cadre des ateliers participatifs.

2.5 La journée de travail du 17/04/2019

❖ Description de la journée

L'objectif de ces ateliers participatifs est de définir et mettre en œuvre des « tables rondes » dans le cadre d'une réflexion partagée et collective pour faire émerger des opportunités de projets outils entrant dans le champ de l'économie sociale et solidaire, et créateurs d'emplois avec les acteurs du territoire. Cette journée de travail du Mercredi 17 Avril 2019 se déroulera à Condat sur Trincou et durera de 13h30 à 17h30. Elle sera déclinée en 3 parties : une présentation du contexte, une animation sous forme d'ateliers « Tables rondes » et une synthèse finale. Suite aux débats qui auront eu lieu pour les 3 thématiques des tables rondes, des pistes d'actions pourront être dégagées et classées par ordre de priorisation.

Les personnes conviées viennent d'horizons différents, nous retrouverons des membres du groupe de travail sur cette thématique, des communautés de communes, le conseil départemental, la région Nouvelle Aquitaine, la CRESS, le PNR Périgord-Limousin, la plate-forme Manger Bio Périgord, Agrobio Périgord, AMAP, les animateurs des ruches, les boutiques de producteurs, Terre de lien, SAFER, des associations, le CPIE, MFR, lycée agricole...

❖ Modalités d'organisation

Séquences	Objectifs spécifiques	Moyens d'interprétation et/ou outils	Matériel	Approche	Rythme	Durée
Début de la réunion : 13h30						
Accueil café	-Discussion -Echange -Rencontre	Pause-café	Café, thé, sucre, verre, touillette, table, Feuille d'émargement, stylo, porte nom		Dynamique	30 min
Présentation du contexte	-Compréhension du sujet -Rappel des termes (ESS...) -Donner des éléments chiffrables et des exemples	Oral Diaporama	Vidéoprojecteur, ordinateur, écran, chaises, wifi (à vérifier)	Scientifique	Calme	15 min
Animation des ateliers	-Dégager des pistes d'opportunité en fonction des thèmes (doivent être dans le champ de l'ESS et générateur d'emplois sur le territoire)	Oral Tables rondes tournantes (les invités changent de tables)	Paperboard et marqueurs, chaises	Ludique	Dynamique	1h30

	-Valorisation de l'étude d'opportunité					
Pause	-Discussion, repos -Préparation des comptes rendus	Pause-café	Café, thé, sucre, verre, touillette, table		Dynamique	15 min
Synthèse	-Bilan des idées récoltées pour les 3 thématiques -Faire ressortir des potentiels actions et faire positionner les invités sur les actions prioritaires -Remerciements	Oral Affichage feuille	Paperboard (synthèse et actions), chaises, pastilles, scotch, ciseau	Scientifique	Calme	30 min
Fin de la réunion : 17h/17h30						

❖ Détails des ateliers

Le contenu des tables rondes porte sur 3 grands sujets :

- Table 1. Le rapprochement de l'offre et de la demande : Comment tisser des coopérations innovantes sur le Périgord Vert permettant de rapprocher la production agricole et la demande de produits locaux tant au niveau de la restauration que du commerce de proximité ?
- Table 2. Le développement de l'offre de produits locaux : Comment construire ou renforcer des filières locales ?
- Table 3. L'alimentation, circuits courts et insertion par l'activité économique : Comment trouver de nouveaux débouchés économiques aux invendus, aux éventuels surplus agricoles par le biais de l'ESS, notamment dans le champ de l'IAE ?

Et chaque thématique sera déclinée en plusieurs sous-questions :

1. Quels sont les manques identifiés sur ce sujet ?
2. Quelles activités et outils imaginez-vous pour combler ces manques ?
3. Quel acteurs locaux identifiés-vous dans ces domaines ?
4. Quelle expérience existante vous inspire/ dont vous avez connaissance ?

Point de vigilance : rester dans le champ de l'ESS et favoriser la création d'emploi.

Ce qui ressort des tables rondes

	Finalités recherchées	Moyens envisageables	Impact sur l'emploi
<i>Table 1</i>	- Chercher à favoriser l'interconnaissance entre les acteurs - Organiser des « mini centrales d'achat » ou plateformes logistiques afin de mailler le territoire, fédérer les acteurs, lever des difficultés liées aux transports et favoriser des commandes groupées - Sensibiliser les acteurs du territoire à privilégier le local (impacts positifs sur la qualité, la santé, l'emploi local, l'environnement...) via de l'évènementiel ou autre communication	- En fonction des opportunités/des projets, s'appuyer sur des structures existantes (boutiques de producteurs, réseau des AMAP, plates formes existantes) - Créer un réseau d'animation et développer ou partager des outils numériques sur l'ensemble du territoire - Utiliser des formes coopératives et chercher à fédérer un maximum d'acteurs locaux (collectivités, entreprise de l'ESS et hors champ de l'ESS)	- Création d'emploi direct possible car nécessité d'avoir des personnes pour l'animation : animation événementielle, commerciale, logistique... - A terme, effet positif envisagé sur l'emploi agricole (développement et structuration de certaines filières, emplois liés à la transformation et commercialisation de produits...)
<i>Table 2</i>	- Favoriser l'installation de porteurs de projets - Faciliter la transmission d'entreprises agricoles, notamment hors cadre familiale - Faciliter l'accès au foncier aux porteurs de projets - Amener sur le territoire les outils de formation, d'accompagnement - Développer, diversifier les productions/filières en Périgord Vert	- Mise en place d'un guichet unique pour l'accueil et l'accompagnement des porteurs de projets, s'appuyer sur des expériences, structures existantes et développer leurs moyens - Essaimer des expériences présentes sur d'autres territoires en Périgord Vert - Favoriser le développement d'espaces test et de formation, d'ateliers collectifs et partagés de transformation en développant des partenariats entre collectivités, associations, organismes de formation, entreprises... - Développer des initiatives collectives pour mettre à disposition plus de fonciers et de bâtiments (exemple de la commune de Chasseignes ; développer l'action de structures telle que terre de lien...)	- Permettre à des porteurs de projet de créer leur emploi et plus à termes - Attirer des populations nouvelles, entraînant un impact positif sur l'emploi du fait de leur installation sur le territoire

Table 3	- Valoriser les invendus, les excédents agricoles éventuels via la transformation en autres produits - Lutter contre le gaspillage et accentuer les pratiques de tri - Faciliter l'insertion de personnes par l'activité économique - Favoriser les liens entre établissements ESS et entreprises « classiques »	- Organisation de la collecte des individus (auprès des commerces, ateliers de transformation, marchés..) et des surplus agricoles via l'installation de points de collectes par exemple ou de circuits de ramassage - Mise en place de transformation/valorisation de ces produits type conserverie, unité de fabrication d produits à destination du bétail, valorisation des déchets ers la production d'énergie... - Création par exemple d'épicerie solidaire, d'établissements de restauration solidaire... - Utilisation des structures d'insertion (type ACI, Entreprise adaptée...) pour la mise en œuvre des services nécessaires, la transformation... - S'appuyer sur les structures engagées dans l'EEDD ; s'appuyer sur des établissements déjà existant le cas échéant, dans le domaine du commerce social et/ou de la restauration	- Former des personnes en insertion professionnelle - Consolider les emplois de certaines structures et possibilités de créations directes en particulier dans les structures de l'IAE
---------	---	--	---

Les tables rondes ont permis de mettre en avant des axes de travail prioritaires pour lesquels sont proposées les fiches actions.

3 Phase 2 : Proposition fiches actions

Sept fiches actions ont été définies :

- Fiche 1 : GROUPEMENT ACHAT OU SCIC LOCAL
- Fiche 2 : CREATION D'UN EVENEMENTIEL
- Fiche 3 : ATELIER DE TRANSFORMATION
- Fiche 4 : MAGASIN COLLABORATIF
- Fiche 5 : RESEAU ECHANGES DE SAVOIRS
- Fiche 6 : ESPACE TEST
- Fiche 7 : POLE TERRITORIAL DE COOPERATION ECONOMIQUE

Elles sont décrites ci-après.

3.1 Groupement d'achats de produits locaux sous forme associative ou coopérative (type SCIC)

Eléments de contexte suite au diagnostic et aux enquêtes réalisées

- Manque d'outil de logistique, manque de main d'œuvre, compétences, outils de communication, prix pratiqué, obligation de conditionnement et de transport, plateforme de stockage
- Participation projet : plateforme d'approvisionnement, boutique de producteurs

Enquête de la demande :

- Méconnaissance des produits et des agriculteurs : « aucun ne s'est présenté »
- Prix
- Pas le temps de faire le tour des exploitations
- Pas de centrale d'achat pour les produits locaux
- Diversité des produits

Proposition : groupement de producteurs et de commandes, livraison, faciliter les paiements (multiplicité des factures)

Enquête des consommateurs :

- Proximité géographique
- Services associés ? Livraison

VOIR SYNTHESE : FREINS EST LEVIERS

Idées et réflexions suite aux ateliers partagés :

- Manque de diversité en fruits et légumes
- Manque de communication entre offre et demande

- Création d'un intermédiaire (mini centrale achat)
- Logistique de a à z pour tous les produits (conventionnels y compris)

➤ **Public visé**

Offre et demande

➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

Créer un groupement d'achat sous forme associatif ou coopérative à l'échelle du Périgord vert

Obligation d'être adhérent pour profiter du Groupement d'Achat

Ecriture d'une charte éthique et d'engagement

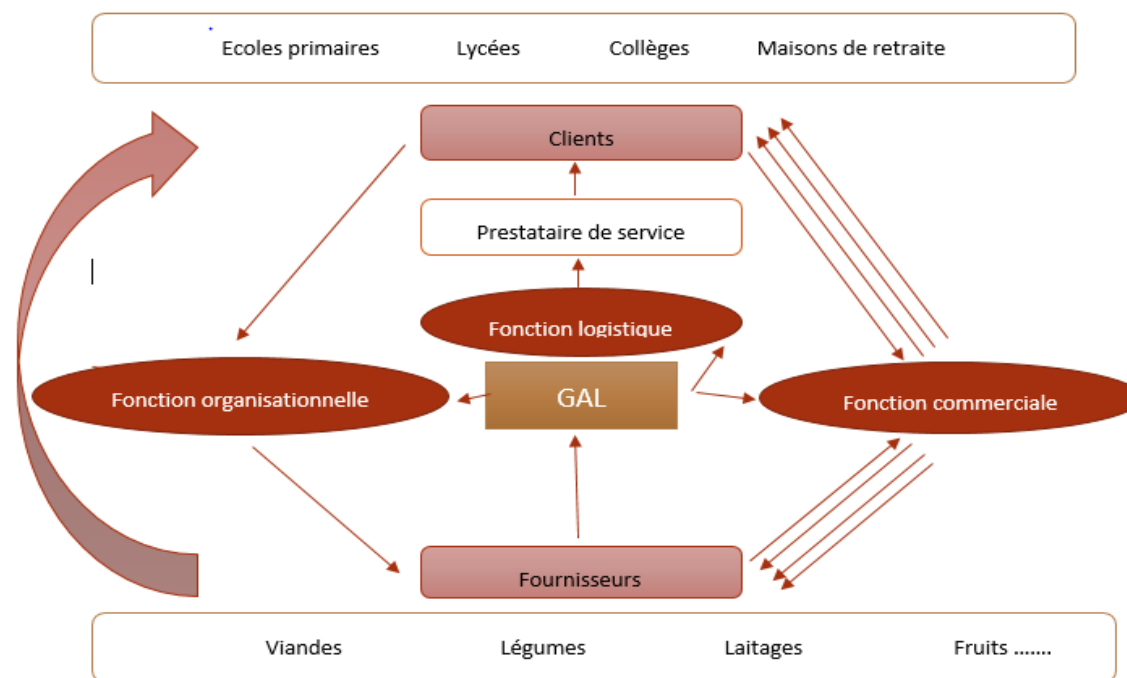
Les grands principes :

- Un périmètre d'intervention départementale
- Une gouvernance partenariale, de type coopérative mixte (public/privé/territoires)
- Une plus-value territoriale dans le cadre d'un développement durable permettant le maintien et la diversification de l'agriculture locale : la structure doit permettre une reconnaissance des qualités de la production locale et apporter une plus-value réelle par rapport aux filières existantes

Les missions :

- Recenser et diffuser l'ordre des produits locaux aux gestionnaires/cuisiniers
- Répondre aux appels d'offres des collectivités
- Centraliser les commandes (intermédiaire unique entre les gestionnaires/cuisiniers et les producteurs)
- Organiser les livraisons
- Editer et émettre les bons de commandes
- Assurer la gestion commerciale (paiement aux fournisseurs, facturation aux écoles...)
- Réception et contrôle des produits (procédure d'agrèage à définir) sur 2 ou 3 lieux
- Groupage en lots à partir des commandes (réceptionner, trier, stocker)
- Distribution des produits locaux dans les restaurants scolaires et émission des bons de livraisons par l'intermédiaire d'un transporteur professionnel prestataire de service

- Etre force de proposition envers les fournisseurs référents auprès de la structure pour faire coïncider au mieux les besoins et les ressources



Description de l'organisation au niveau du local de stockage

1. Reçoit les producteurs et vérifie la marchandise
2. Prépare les commandes : calibrage, reconditionnement ...
3. Livre les commandes
4. Assure le relationnel avec la demande
5. Récupère les déchets et les invendus

➤ Porteur de projet

Afin de permettre l'implication de toutes les parties prenantes (publiques comme privées) dans le pouvoir décisionnaire, la structure juridique pressentie consiste à créer une SCIC-SA (Société coopérative d'Intérêt Collectif sous forme Société Anonyme) avec un capital social minimum à mobiliser de 18 500 euros et la mise en place de plusieurs catégories d'associés : salariés de la SCIC, usagers de la coopérative (structures individuelles et structures collectives), collectivités publiques, autres acteurs contribuant à l'activité (consulaires...).

Pays Périgord Vert avec création d'une association ou coopérative avec membres fondateurs

Communautés de communes / 3 Chambres consulaires /Département /Agrobio 24, manger bio / AMAP et ruches locales

Membres adhérents :

- Collège producteurs
- Collège restauration collective
- Collège commerce de proximité
- Collège restaurant traditionnel
- Collège consommateurs
- Boutiques de producteurs

➤ Partenaires à mobiliser

Plateformes existantes

Acteurs de l'offre (profession agricole) et de la demande (restaurateurs, commerces de proximité, intendants ...)

Transporteurs locaux

➤ Les impacts sur l'emploi local

Création ou valorisation de 2 postes pour l'organisation globale de la plateforme :

- **1 ETP pour la partie animation et développement** : démarche commerciale/relation client/constitution d'un réseau de producteurs (recensement des producteurs en Périgord Vert)/acheteurs

- **0.5 ETP pour la facturation gestion et comptable** : facturation comptable, prise de commande et organisation logistique locale

Création de 1 à 2 postes pour la gestion des locaux de stockage

- **0.5 par local de stockage** : réception des produits préparation de commande, livraison, manutention

➤ Conditions matériels et logistiques

Au niveau du Groupement d'achat :

Bureau/ téléphone /voiture /ordinateur/connexion internet: tiers lieux

Au niveau local :

Local de stockage/ Camion réfrigéré/ Matériels de manutention : chariot, palette, cagettes...

➤ Conditions de réussites / préconisations

Avoir une gouvernance avec tous les acteurs représentant l'offre et le demande

Disposer d'une offre élargie : agriculture biologique /agriculture raisonnée

Contractualisation et valorisation avec des structures existantes type plateforme départementale : Manger bio Périgord, SCA le Pré vert

Avoir un référent pour l'organisation et assurer une logistique de proximité

➤ État de l'art – Expériences

- Le groupe Convivio : fait appel à des producteurs locaux afin d'approvisionner la restauration collective. Les acteurs du groupe veulent agir pour une restauration responsable, favoriser la production locale, lutter contre le gaspillage (mise en place de tables de tri, valorisation des déchets organiques = procédé naturel de méthanisation avec notre partenaire Bionerval, servir des quantités justes adaptées aux besoins des convives) et préserver nos ressources.(<https://www.convivio.fr/>)
- « Passerelle Éco » (articles) : parle des groupements d'achats en produits bio ou locaux. Ils proposent les produits alimentaires non périssables : céréales, farines, légumineuses, huiles, plantes séchées ... et les produits non alimentaires.
Exemple : une coopérative d'achat de produits alimentaire sur Béziers aidée par l'association Ici et là (https://www.passerelleco.info/rubrique.php?id_rubrique=65)

- Cagette.net plateforme pour producteurs et initiatives citoyennes
- Centrale d'achat régionale pour l'Auvergne-Rhône-Alpes pour approvisionner au maximum en local en circuit court. L'objectif est de 60% pour les marchés publics et les lycées. (<https://regal.auvergnerhonealpes.fr/customer/account/login>)
- CASAR REALISAB avec l'approvisionnement en restauration collective.

Doubs Central en Bourgogne Franche-Comté financé par le groupe LEADER (<http://www.doubscentral.org/leader-en-doubs-central.html>)

- Association Mont'Plateau : fédère et met en réseau tous les acteurs motivés par l'approvisionnement de proximité dans la restauration collective du Pays Montmorillonnais. Sa mise en œuvre s'inscrit dans une perspective de développement durable par sa contribution à l'économie locale et ses réponses aux enjeux sociétaux et environnementaux.
- Le réseau ESAT OSEA à Trélissac s'occupe du conditionnement, de la logistique et du transport en employant des personnes en situation de handicap

3.2 Création d'un événementiel : salon des produits locaux

Eléments de contexte suite au diagnostic et aux enquêtes réalisées :

- Manque de connaissance des acteurs et méconnaissance des produits
- Sensibilisations des consommateurs : saisonnalité
- Demande de garantie sur les modes productions
- Traçabilité
- Bénéficier de dégustation

Idées et réflexion suite aux ateliers partagées :

- Manque de communication entre offre et demande
- Manque de connaissance des différents acteurs
- Créer des rencontres, du lien social et de la convivialité

➤ **Public visé**

Professionnels de la restauration collective, commerce ... et consommateurs

➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

Création d'un salon dédié aux produits locaux :

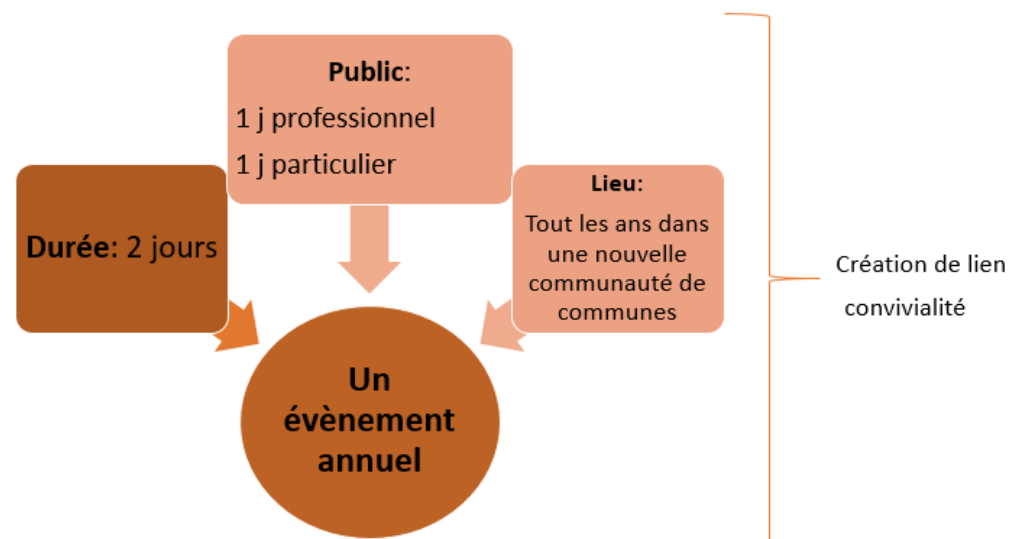
1 journée pour les professionnels

1 journée pour les particuliers

Proposer les meilleurs produits, producteurs...

Sensibiliser les consommateurs aux produits locaux

Organiser des rencontres entre les différents acteurs : professionnels de la restauration et agriculteurs, producteurs/consommateurs



➤ **Porteur de projet**

Pays Périgord Vert ou groupement d'achat des produits locaux avec un porteur, une communauté de commune tournant tous les ans selon la localisation de l'évènement.

➤ **Partenaires à mobiliser**

Consulaires, syndicats professionnels (bouchers, traiteurs), établissements scolaires, association travaillant sur l'alimentation sur le territoire

➤ Les impacts sur l'emploi local

Maintien et développement de l'économie locale : valorisation des produits, échanges commerciaux, meilleure connaissance des acteurs permettant de mieux faire connaître l'offre locale des produits locaux de nature à donner des débouchés aux producteurs agricoles engagés dans les circuits et de faire connaître les nouveaux installés en recherche de débouchés commerciaux.

➤ Conditions matériels et logistiques

Matériels adéquat à un évènementiel.

Location de la salle, stand...

➤ État de l'art – Expériences

- Les journées de l'assiette responsable organisées par le PNR Périgord Limousin dans le cadre du Plan alimentaire territorial
- Le salon Marjolaine à Paris : le plus grand marché bio de France
- Salon Vins & Gastronomie de Brest en octobre sur 3 jours : **valoriser les produits** des artisans et à **accélérer les rencontres** et les échanges commerciaux.
- Salon des produits du terroir "De la Terre à la Table" à Péronnas dans l'Ain : 35 exposants-producteurs: vins de France, produits "traiteur" (escargots, foie gras...), pâtisseries et confiseries, viandes et charcuterie, légumes, fromages. Ainsi que des productions d'artisanat d'art. Exposition de champignons. Vente d'assiettes gourmandes.
- Salon gourmand, en novembre, au Parc des expositions de Rouen (Seine-Maritime) : 250 exposants proposeront leurs produits et leur savoir-faire : 200 pour la partie vins et terroir, 50 pour la partie sucrée. Les spécialités locales et régionales seront mises en valeur, dans un parcours dédié à la Normandie.
- Le salon des producteurs locaux à en Mars en Saône et Loire : Dans le cadre de l'opération nationale « Au pré de la ferme » organisée par l'association Agrilocal, le Département et la Chambre d'agriculture de Saône et Loire organisent le 2ième salon des produits locaux

3.3 Atelier de transformation mobile ou fixe

Éléments de contexte suite au diagnostic et aux enquêtes réalisées :

Enquête des agriculteurs :

- 55% transforment leurs produits dont 81% à la ferme et 19% par un prestataire
- 50% des agriculteurs font leur chiffre d'affaire avec les circuits courts
- Développement et Participation à un projet : développement de la transformation

Enquête de la demande :

Pénurie de produits transformés : produits laitiers

Demande produits faciles à cuisiner (calibrage, trie...)

Enquête des consommateurs :

- Nature des produits : légumes, œufs, fruits, produits carnés...
- Mode de consommation : favoriser l'économie locale
- Incitation à manger des produits locaux : des produits faciles à préparer

Synthèse :

- Le manque de productions sur certains produits : légumes et peu de produits transformés (gamme restreinte) et donc pas de filières structurée
- Le manque de Main d'œuvre formée, surtout pour la partie transformation

Idées et réflexion suite aux ateliers partagés :

Problématique : Propose des produits, des invendus soit bruts prêts à être transformés à destination des consommateurs

Solution :

Outil de transformation, mobile ou fixe sur des produits carnés et des fruits et légumes.

➤ **Public visé**

Acteurs de l'offre (production agricole) et de la demande (restaurateurs, collectivités....)

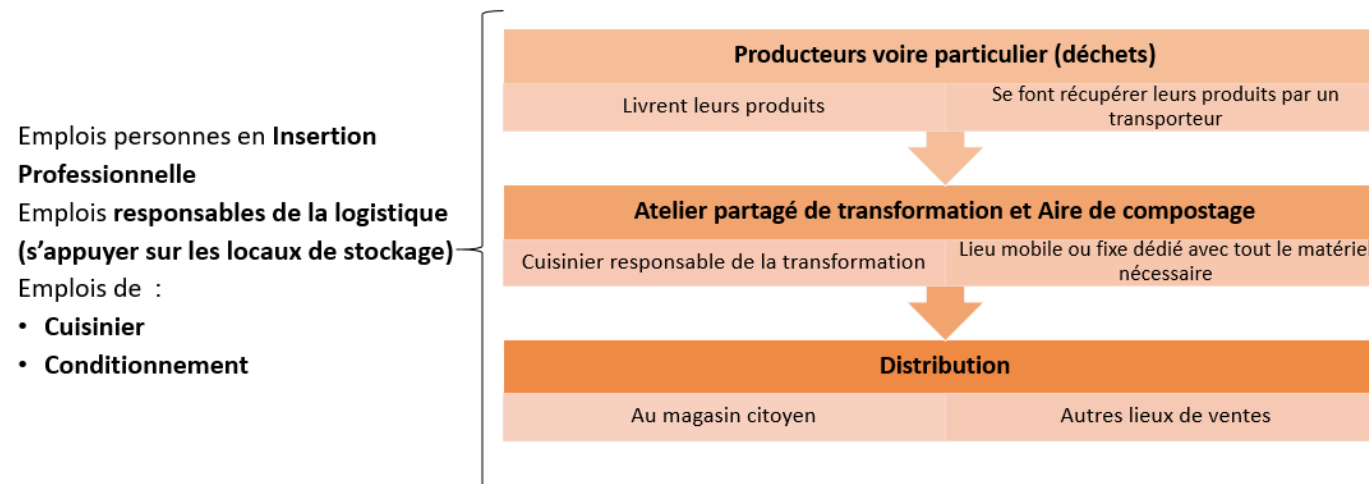
➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

Outils de transformation type conserverie, voire légumerie à l'échelle du Périgord Vert. Outils plutôt mobiles en fonction de certains produits (pommes tomates) permettant de collecter au plus près mais pouvant être fixes si mise en place d'une logistique ou si concernent des produits à base de viande.

Ecriture d'une charte éthique, engagement des producteurs

Mission :

1. Recueillir les besoins de la demande (démarchage commerciale)
2. Collecte des produits
3. Transformation et stérilisation des produits



➤ Porteur de projet

Association d'insertion par l'activité économique

➤ Partenaires à mobiliser

Atelier de transformations existantes (conserverie...)

Offre et demande

➤ Les impacts sur l'emploi local

Création d'emplois via des organismes spécialisés dans Insertion par l'activité économique sur un profil type commis de cuisine :

- Préparation des produits : nettoyage, épluchage
- Transformation des produits : cuisine, processus de transformation, conditionnement ...
- Logistique : collecte des produits et redistribution : en s'appuyant sur le groupement d'achats local, cela permettrait de conforter les emplois des locaux de stockage.

➤ Conditions matériels et logistiques

Au niveau administratif :

Bureau/ téléphone /ordinateur/connexion internet: tiers lieux

Au niveau local : (local logistique pour stocker, centraliser et fabrication)

Local de transformation mobile ou fixe/ Matériels de logistique : cagette.../ Equipement de l'atelier transformation et stérilisation : mobilier de cuisine, chaudron, autoclave, four.../ Consommable : charlotte, sur-chaussure, tablier.

➤ Conditions de réussites / préconisations

S'assurer avant tout investissement de disposer de produits suffisants à transformer,

Ne pas venir en concurrence avec des prestataires type artisans et agriculteurs conserveurs locaux

Optimiser les outils du territoire : ex : Entreprise GARRON à St SAUD LACOUSSIERE, projet de légumerie au lycée agricole de COULOUNIEUX

Valoriser les structures de l'insertion par l'activité économique

S'adosser pour la logistique sur le groupement d'achat local pour valoriser les déplacements

➤ État de l'art – Expériences

- Phénix association qui valorise les invendus et les déchets (<http://www.wearephenix.com/presentation/#>)
- Des acteurs de la **filière d'alimentation animale**. Ex : *les fruits et légumes, le pain, la viande, etc.* qui ne sont pas consommables par l'Homme peuvent être consommés par des animaux
- Des acteurs **transformant les fruits et légumes** en confitures, friandises, soupes ou smoothies. Ex : des épluchures de fruits peuvent être transformées en délicieux bonbons
- Des fruits et légumes peuvent renaître en **alcool** (*bière, vin, liqueurs...*), tandis que d'autres voient leurs pigments utilisés pour en faire de la **peinture**
- Des **restaurants** et autres « **Food trucks** » **anti gaspi**, approvisionnés majoritairement à partir d'invendus
- Rebelle : expérience PV
- Eqosphere

- Créer des réflexes anti gaspillage
 - Simplifier et systématiser la revalorisation des surplus et produits invendus
 - Réduire les volumes de déchets et les transformer en futurs « ex-déchets »
 - Equiper les circuits de revalorisation existants d'un dispositif plus performant
-
- La Conserverie Locale avec l'association partage ton frigo : C'est un lieu qui transforme les invendus alimentaires en bocaux, confitures, jus et soupe. Dans le grand Est
 - Récup et gamelles à Lyon : Différents acteurs développent leur démarche AntiGaspi à nos côtés :
 - des producteurs et des commerçants sur les marchés pour les fruits et légumes qui sont destinés à être jetés.
 - des commerces de proximité pour d'autres aliments comme, par exemple, du chocolat (chocolaterie, produits à emballage endommagé) ou du pain (restaurants, espaces culturels). Les produits collectés sont ensuite triés et utilisés lors des différentes activités de l'association : Transformation pour l'activité Conserverie Solidaire et Ateliers ou Animations événementielles de l'association.
 - La légumerie 53 en Mayenne de l'association GENIE : le but est l'insertion socio professionnelle de personnes bénéficiaires des minima sociaux et motivées pour s'inscrire dans l'emploi durable.

3.4 Magasin citoyens (épicerie solidaire)

Éléments de contexte suite au diagnostic et aux enquêtes réalisées :

Enquête des agriculteurs :

- Points de vente : boutique de producteurs, vente à la ferme, marchés locaux
- Les difficultés : les outils de communication, les prix pratiqués...
- Participation projet : plateforme d'approvisionnement, boutique de producteurs

Enquête de la demande :

- Méconnaissance des produits et des agriculteurs : « aucun ne s'est présenté »
- Prix
- Réseau collectif de producteurs
- Diversité des produits

Proposition : groupement de producteurs, mettre en avant la provenance et les produits issus de l'agriculture biologique.

Enquête des consommateurs :

- Principaux lieux d'achats : marché, commerce locale (épicerie), moyenne et grande surface et producteur (boutique collective)
- Nature des produits : légumes, œufs, fruits, produits carnés...
- Mode de consommation : favoriser l'économie locale

VOIR SYNTHESE : FREINS EST LEVIERS

Idées et réflexion suite aux ateliers partagées :

Problématique : Propose des produits, des invendus soit bruts soit transformés à destination des consommateurs

Solution : Un outil type magasin (épicerie solidaire, atelier de cuisine, groupement d'achat)

Forme coopérative

Notion de « coopérative citoyenne »

➤ **Public visé**

Consommateur particulier

➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

Créer un magasin sous forme associatif ou coopérative à l'échelle du Périgord Vert

Obligation d'être adhérent et de donner 3h de son temps toute les 4 semaines pour profiter du magasin à tarif préférentiel.

Constitution de bénévoles, recherche de plateforme de distribution, de coopérative, de producteurs, de transformateurs locaux...Groupement d'Achats

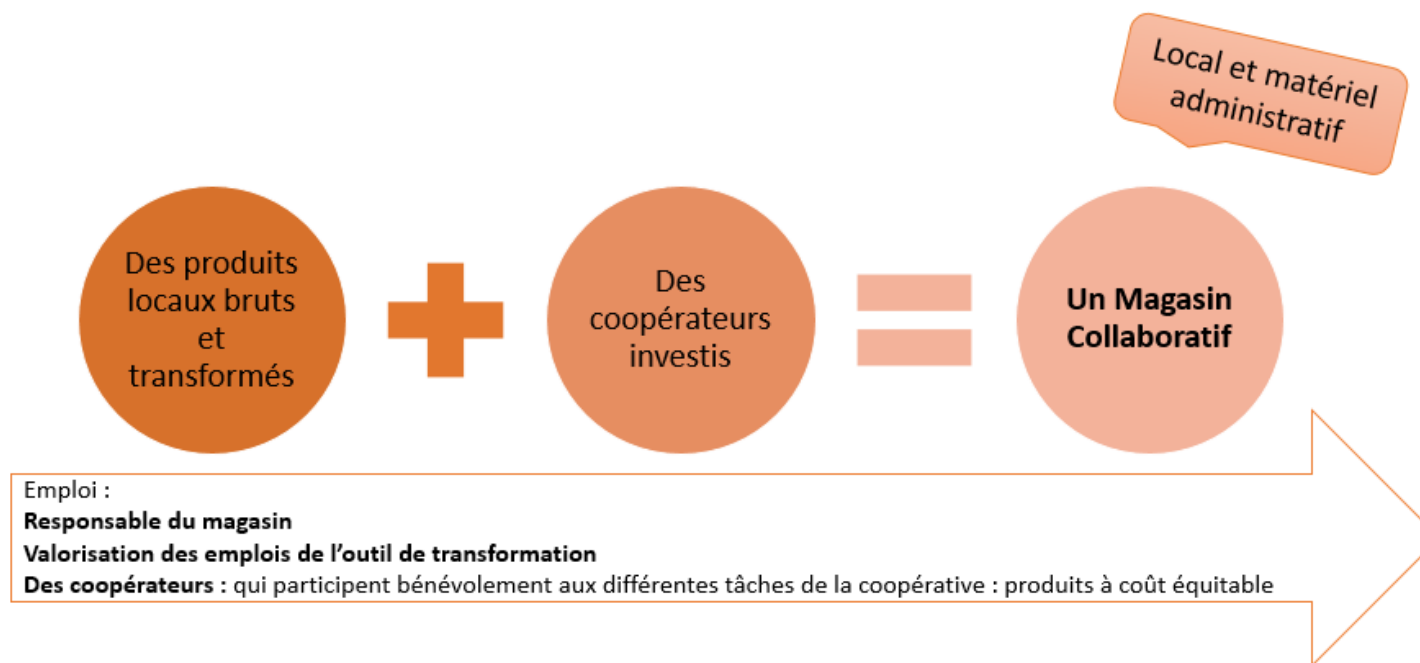
Périgord vert adossé aux locaux de stockage

Ecriture d'une charte éthique et d'engagement

Mise en place d'un planning pour l'organisation de la coopérative.

Mission :

4. Recueillir les besoins de la demande (démarchage commerciale)
5. Recycler et valoriser les invendus
6. Rendre accessible une alimentation de qualité pour le + grand nombre
7. Contribue à un lien social
8. Recruter des bénévoles, des producteurs...
9. Trouver un local



➤ Porteur de projet

Pays Périgord vert avec création d'une coopérative avec des membres fondateurs ?

➤ Partenaires à mobiliser

Magasins coopératifs existantes

Offre et demande

Plateforme de distribution

➤ Les impacts sur l'emploi local

1 personne responsable par magasin créé : partie commerciale, administrative, approvisionnement, réception, installation, vente...

Des coopérateurs : qui participent bénévolement aux différentes tâches de la coopérative.

Logistique : commande des produits, approvisionnement et réception des produits, installation dans le magasin et vente

➤ Conditions matériels et logistiques

Au niveau administratif :

Bureau/ téléphone /ordinateur/connexion internet: sur place

Au niveau local :

Local de vente/ Matériels de présentation : étale, étagère, caisse...

➤ Conditions de réussites / préconisations

Constituer un réseau de bénévoles motivés pour être le moteur du projet

Vérifier de disposer d'assez de produits locaux pour réussir l'approvisionnement (quantité, diversité des produits),

Avoir une organisation rigoureuse pour l'organisation du planning de permanence

➤ État de l'art – Expériences

- La Park Slope Food coop aux Etats-Unis et arrivé à paris La Louve (film a été créé) : travail dans le magasin et en échange ont le droit de faire les courses dans le magasin où les prix sont beaucoup plus bas et les produits de qualités.
- Exemple : La Bees coop à Bruxelles, La coopérative Otsokop au Pays Bas, La Scopeli à Nantes, La Supercoop à Bordeaux , Superquinquin à Lille, la chouette coop à Toulouse -> Supermarché coopératif et participatif innovant, à but non lucratif, géré et gouverné par ses membres, pour ses membres : les coopérateurs. Leur participation active à la gestion du supermarché offre aux membres-coopérateurs l'accès à des produits de qualité à prix abordable prioritairement issus de l'agriculture durable et de circuits courts.
Travaille 3-4 h par semaine, marge unique de 20% et 20% moins chère qu'un panier moyen
(cf. fiche détaillée SUPERCOOP à Bordeaux)

3.5 Réseau échange de savoirs

Idées et réflexion suite aux ateliers partagés :

Manque de réseau/parrainage/ atelier formation/ accueil nouveaux arrivants

Créer un réseau nouveaux arrivants.

Mise en place d'un guichet unique pour l'accueil et l'accompagnement des porteurs de projets, s'appuyer sur des expériences, structures existantes et développer leurs moyens.

Amener sur le territoire les outils de formation, d'accompagnement...

Favoriser le développement d'espaces test et de formation, d'ateliers collectifs et partagés.

➤ **Public visé**

Nouveaux installés et nouveaux arrivants

➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

1. Réseau d'échanges de savoirs faire combiné à un atelier d'auto construction
2. Constitution d'un réseau de personnes ressources

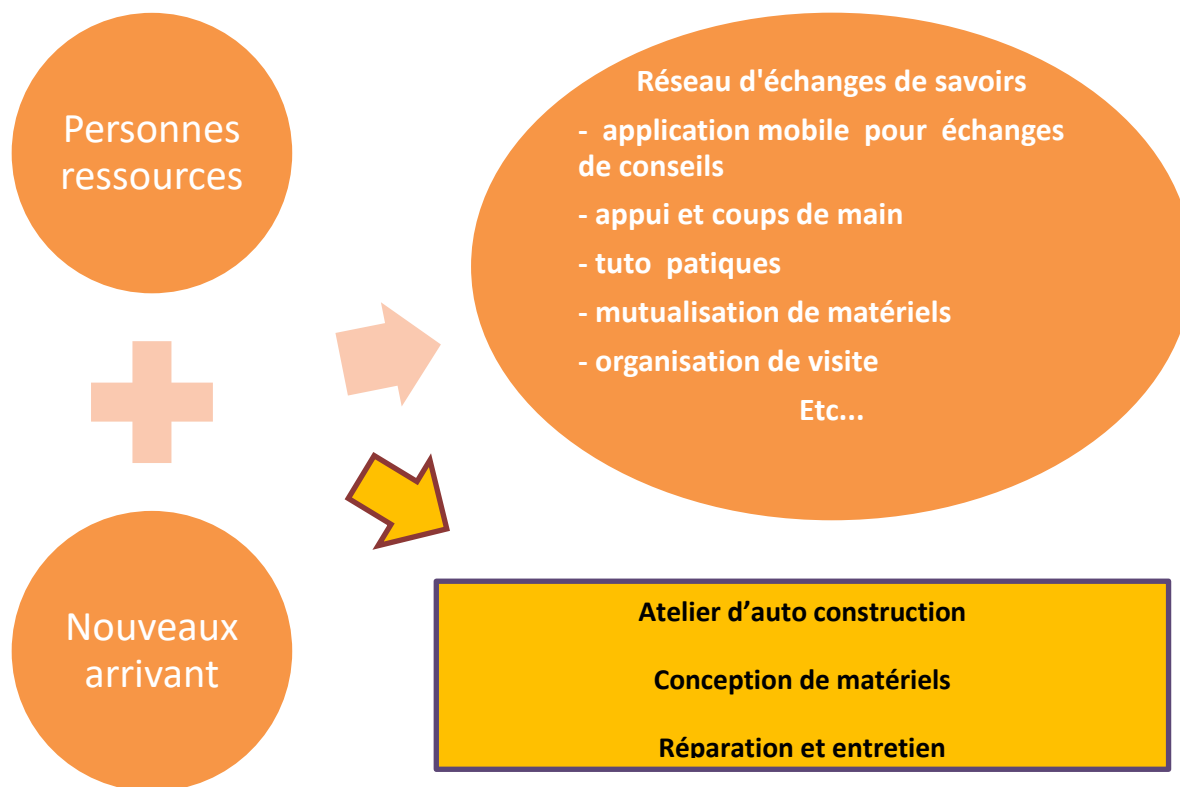
➤ **Porteur de projet**

Création d'une association spécifique avec membres partenaires

➤ **Partenaires à mobiliser**

Association dans le champ de l'ESS

Réseau de tuteurs ou personnes ressources



➤ Les impacts sur l'emploi local

Un réseau de tuteurs basé sur le volontariat dans un premier temps

Par la suite :

- Un animateur du réseau
- Un technicien pour l'atelier d'auto construction ou s'appuyer sur des structures existantes

➤ **Conditions matériels et logistiques**

Application Internet ou téléphone.

Matériels et outils pour atelier d'auto construction.

➤ **Conditions de réussites/préconisations**

Constitution d'un réseau de personnes ressources avec un panel de compétences

Communiquer sur l'application pour multiplier les échanges et donc les compétences

Concevoir une application simple, accessible et compatible avec un téléphone mobile

S'appuyer sur les structures existantes pour l'organisation d'atelier partagé : ex la MFR de Thiviers pour atelier soudure

➤ **État de l'art – Expériences**

- RSE Fondation + SEL
- Atelier paysan : un collectif de paysan-ne-s, de salarié-e-s et de structures du développement agricole, réunis au sein d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) baptisée l'Atelier Paysan. Créée en 2009, ce collectif développe une démarche innovante de réappropriation de savoirs paysans et d'autonomisation dans le domaine des agroéquipements adaptés à l'agriculture biologique
- Les Fablabs : lieu ouvert au public mettant à la disposition de ce dernier un arsenal de machines et d'outils utilisés pour la conception et la réalisation d'objets de toutes sortes
Exemple : le Mars-Hack lab Fablab à Marsac-sur-l'Isle en Dordogne

3.6 Espace test agricole

Eléments de contexte suite au diagnostic et aux enquêtes réalisées :

Maintien de l'activité agricole sur le Périgord vert : 50 % des producteurs ont 55 ans et +

Manque de production agricole dans certaines filières : légumes, produits laitiers, produits transformés

Idées et réflexion suite aux ateliers partagés :

- ➔ Faciliter l'installation de nouveaux arrivants qui doivent souvent répondre à un double défi :
 - Se créer un réseau local afin de s'intégrer au sein du territoire
 - Intégrer un réseau agricole car ces nouveaux installés ne sont issus du milieu agricole et de formation agricole classique
- ➔ Tester son engagement préalable à une orientation professionnelle sur un métier agricole

➤ **Public visé**

Porteur de projet pour de l'installation agricole non issu du territoire, ne possédant de foncier

Personne en interrogation par rapport à un projet professionnel : jeune en orientation scolaire ou personne en reconversion professionnelle et souhaitant valider son orientation.

➤ **Objectifs du projet/ descriptif du projet**

- 1) Mettre à disposition des espaces tests en agriculture pour sécuriser les parcours d'installation des porteurs de projets agricoles

Le parcours à l'installation est rendu plus difficile pour des personnes non originaires du monde agricole, qui peuvent rencontrer un certain nombre de freins :

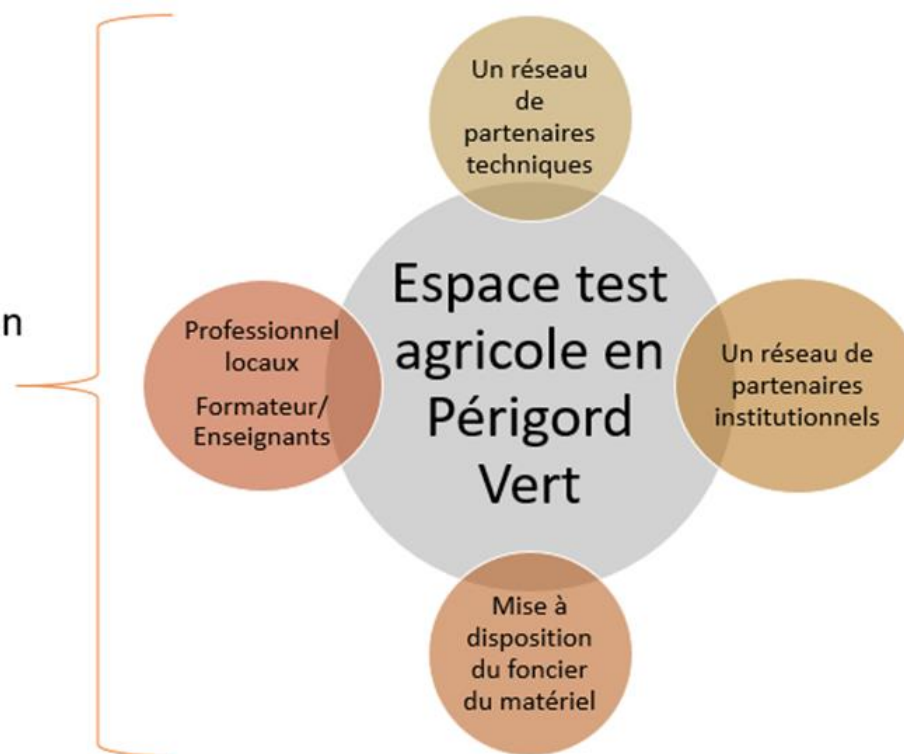
- Le manque d'expérience et de pratique du métier

- La gestion de la transition entre mode de vie « urbain » et activité agricole
- L'accès au foncier et au logement
- L'insertion personnelle et professionnelle dans les territoires et le milieu agricole
- Un déficit de compétences techniques, commerciales et entrepreneuriales
- Un manque d'outils d'accompagnement et de référentiels sur ce type d'installations.

La limitation du risque et l'accompagnement par un réseau d'agriculteurs et de partenaires contribue à lever ces différents freins pour permettre des installations pérennes. Cet espace test doit leur permettre une meilleure intégration dans le tissu local mais également de proposer un panel de conseils. L'objectif n'est pas de se substituer aux organismes compétents, mais plutôt d'aider le porteur à mieux appréhender toutes les dimensions de son installation et l'orienter vers les organismes et personnes ressources par la mise en place d'un tutorat. Le test de l'activité agricole s'inscrit dans le cadre d'une installation progressive

Mettre à disposition des espaces de simulation à destination des personnes en orientation ou reconversion professionnelle pour tester leur motivation et valider leur engagement dans une formation agricole sous forme de stage dont la durée serait déterminé par les prescripteurs de l'orientation et de la formation professionnelle et de la réinsertion

Emplois **agricoles**:
Exploitant agricole et reconversion
professionnel
Emploi dans **l'animation et**
la gestion du dispositif



➤ **Porteur de projet**

Acteurs de la formation professionnelle de l'insertion

Acteurs de l'accompagnement des porteurs de projet de l'installation agricole

➤ **Partenaires à mobiliser**

Communautés de communes pour la mise à disposition de foncier et de logement.

Les structures d'accompagnement à l'installation :

CFPPA / Etablissement scolaires / Centre d'information et d'orientation

➤ Les impacts sur l'emploi local

Maintien de l'activité agricole par le renouvellement et la création d'emploi comme exploitant agricole selon plusieurs modalités :

- Personne en reconversion professionnelle ou en démarche d'insertion
- Accompagnement des nouveaux arrivants sur le territoire

➤ Conditions matériels et logistiques

Mise à disposition de foncier

Matériels agricoles

➤ Conditions de réussites/préconisations

Mise en place d'un Groupement Foncier pour la mise à disposition de foncier

Accompagner le porteur de projet dans ses différents besoins : logement, garde et scolarité des enfants ...

Coordination des différents acteurs pour le suivi du porteur de projet

Valoriser et communiquer sur cet espace test dans une logique de marketing territorial

➤ État de l'art – Expériences

- **Paysan Dès Demain : Tester son projet agricole avant l'installation**
- L'association « Paysan Dès Demain » est un réseau d'agriculteurs et de structures de développement agricole du limousin. Elle propose un dispositif permettant à des porteurs de projets de se tester en agriculture, dans un cadre sécurisant et en étant accompagné. Ces tests se déroulent sur un lieu-test (une ferme) adapté au projet du candidat et au plus près de son territoire d'installation envisagé. L'association compte à ce jour une dizaine de lieu-test répartis sur le limousin sur des productions variées. Les moyens de production (foncier, matériel si c'est adéquat) sont mis à disposition par l'accueillant et un accompagnement est mis en place afin que le test se déroule dans les meilleures conditions possibles. Partant de l'idée que l'on n'apprend jamais mieux que par soi-même, le test d'activité permet aux personnes de se confronter par la pratique à la réalité humaine, technique, sociale, économique, et ainsi de conforter et/ou ajuster leur projet de création d'activité

- **La couveuse agricole Coups d'Pousses (Languedoc-Roussillon)**
- La couveuse agricole Coups d'Pousses contribue à répondre à de nombreux enjeux : favoriser des installations professionnelles sur des systèmes de productions bio et innovants, répondre à la demande croissante en produits locaux et bio, permettre à ces nouveaux porteurs de projets de s'installer plus rapidement que lors d'une installation progressive individuelle, notamment en ayant accès aux financements et au foncier facilité. Pour davantage d'information contacter Pierre Migot : 04 66 77 14 54
-
- **le Gerموir est le premier espace-test en France ! né en 2005)**
- Le but de ce site, porté par l'AFIP Hauts de France (Association de Formation et d'Information Pour le développement d'initiatives en rural) est de permettre à des porteurs de projets, 3 à 4 par an, **de se tester** avant de lancer **leurs activités agricoles en production biologique**. L'espace-test agricole, propriété de La Foncière Terre De Liens, est composé de 600 m² de bâtiments agricoles et 4 hectares de terre certifiés en Agriculture Biologique. Suite à cette période de test (d'une durée d'un an renouvelable deux fois), les porteurs de projets peuvent être accueillis dans le cadre d'une pépinière d'entreprises, sur le site du Gerموir.
- RENETA : réseau nationale des espaces tests agricoles

3.7 Pôle territorial de coopération économique : pôle alimentaire

Définition des PTCE : les PTCE «sont constitués par le regroupement sur un même territoire d'entreprises de l'Économie Sociale et Solidaire [...], qui s'associent à des entreprises, en lien avec des collectivités territoriales, des centres de recherche, des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, des organismes de formation ou tout autre personne physique ou morale pour mettre en œuvre une stratégie commune et continue de mutualisation, de coopération ou de partenariat au service de projets économiques et sociaux innovants socialement ou technologiquement et porteurs d'un développement local durable».

Un PTCE ne se définit pas par l'activité d'une seule structure mais par les croisements d'intérêts et de projets communs développés pour répondre à des besoins territoriaux précis. L'ensemble des structures développent des coopérations inter-membres et des mutualisations diverses pour construire une stratégie de développement économique territorial.

➤ **Public visé**

Secteur d'activité : Alimentation et agriculture durable

Restauration

Formation

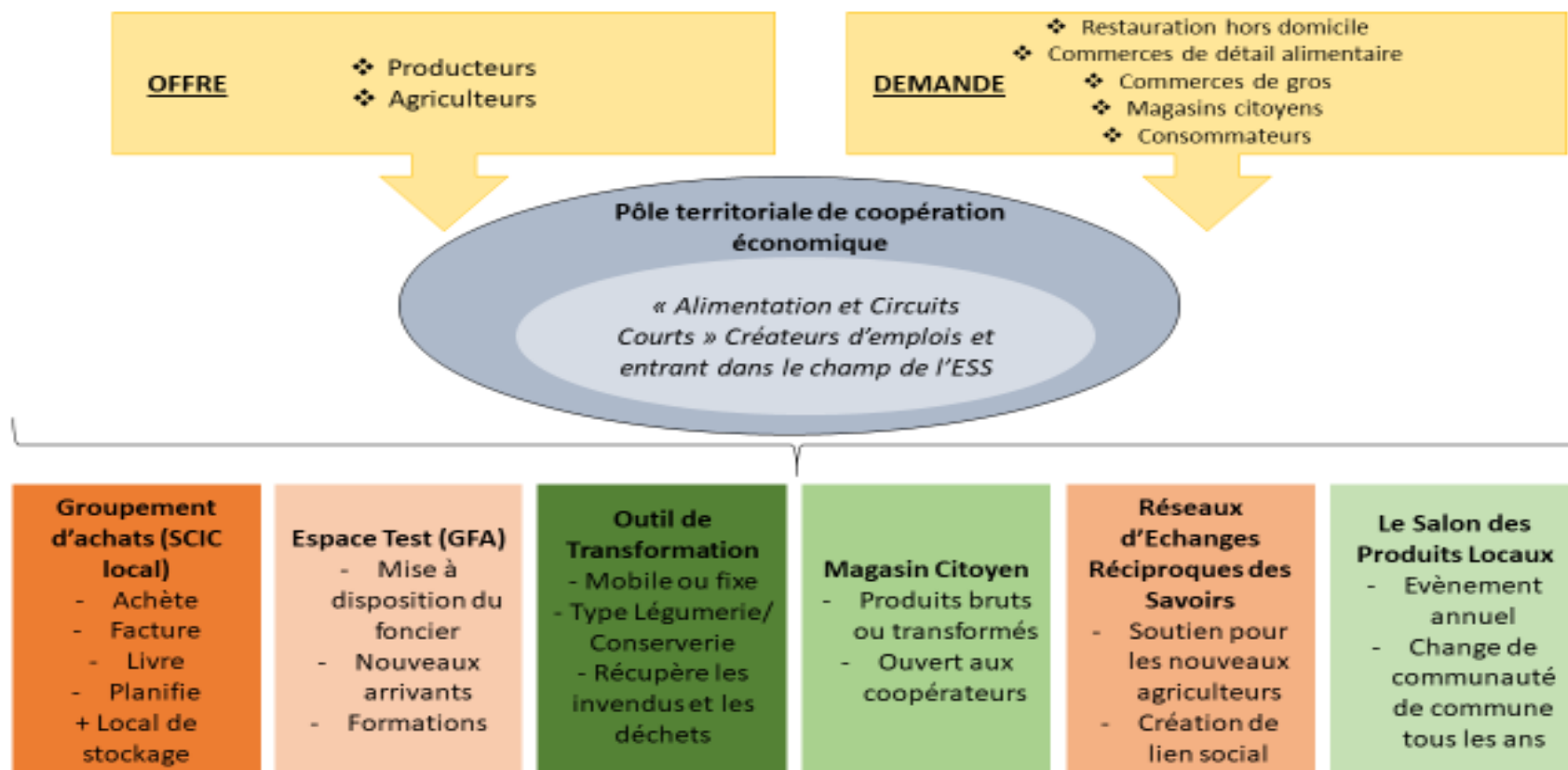
Le statut juridique : coopérative / SCIC / association...

➤ **Objectifs du projet/description du projet**

L'organisation en PTCE est le modèle de gouvernance des différentes fiches actions proposées précédemment avec une interconnexion et une collaboration structurée entre les acteurs mettant en œuvre les actions en lien avec le développement d'emplois dans le champs de l'économie sociale et solidaire par le développement des filières alimentaires locales en circuit court.

Type de structuration : à partir de multi-activités

La création de ce PTCE permettra de répondre aux besoins économiques, organisationnels, environnementaux et sociaux. Il permet de mutualiser les compétences avant même de mutualiser les moyens.



➤ Porteur de projet

Le Pays Périgord Vert

➤ Partenaires à mobiliser

Les acteurs de l'ESS et agricoles

Plusieurs types de coopération pourront être faits au sein du PTCE : coopération géographique, organisationnelle, interpersonnelle et sectorielle.

➤ Les impacts sur l'emploi local

Permet la création d'emploi et de lien social : emplois dans le domaine l'agriculture, l'animation, la restauration, l'alimentation, le commerce... et du bénévolat

➤ Conditions matériels et logistiques

Du matériel et des bâtiments selon les projets

➤ Etat de l'art-Expériences

- Le Bol, Pôle de coopération sur l'alimentation en agglomération Lyonnaise

Ces projets :

- la Mule (coopération logistique) qui est un outil informatique de centralisation des demandes de transport et/ou de mutualisation de moyens a aussi été envisagée, mais il faudra attendre le retour de l'étude de terrain pour l'approfondir.
- Les apéros « coup d'bol » : Tous les premiers mardis du mois (sauf jour férié), les apéros « Coup d'Bol » sont des moments conviviaux de type informel qui veulent favoriser l'échange d'idées, la diffusion d'informations ainsi que la coopération entre acteurs complémentaires.
- Accompagnement des restaurateurs : propose une meilleure interconnaissance des acteurs en vue de renforcer la démarche individuelle des structures.
- Formation : sur l'autogestion, l'accompagnement à l'installation, l'urbanisme, la cuisine végétarienne, le montage financier et tant d'autres.
-
- Eco pôle alimentaire de la région d'Audruicq s'étend sur la communauté de communes, région d'Audruicq et cœur de bassin minier. Site où se trouve l'association Terre d'opale (plateforme de production et de diffusion de produits locaux bio et solidaires, issus de fermes locales) et les Anges Cardins (association pour l'insertion, l'éducation permanente, le développement de nouvelles pratiques sociales et d'activités liées à l'alimentation).
- Resto parcelle

4 CONCLUSION DE L'ETUDE

Aujourd'hui tout converge pour que qu'une consommation responsable de produits alimentaires soit un facteur de développement économique pour les territoires ruraux créateur d'emplois dans l'économie sociale et solidaire.

En effet et bien que largement dominé par la grande distribution, le marché alimentaire évolue depuis plusieurs années avec le développement des circuits courts à l'initiative de producteurs agricoles en rupture avec le modèle productiviste et par des actions de citoyens organisant des modes de consommation alternatifs (AMAP, Paniers...).

Ces initiatives marginales dans les années 80 connaissent un essor ces dernières années par le développement du numérique, les politiques publiques, la conscience des enjeux environnementaux, sociaux dépassant aujourd'hui un phénomène de mode pour devenir une modification pérenne des modes de consommations en matières de produits alimentaires. Initié par le Grenelle, de nombreux plans de soutien pour encourager les circuits courts se sont multipliés avec pour objectifs de mieux valoriser les productions, de créer des emplois et de mettre en place une nouvelle « gouvernance alimentaire » à l'échelle des territoires. Les élus des collectivités territoriales mettent en œuvre des actions pour encourager le développement des filières locales pour l'approvisionnement de la restauration collective afin d'améliorer le bilan environnemental des repas mais également pour favoriser le maintien et le développement de l'emploi sur le territoire.

Différents acteurs s'emparent de cette question alimentaire, les élus locaux, des associations citoyennes, des acteurs économiques locaux, des institutions, mais les actions réalisées se présentent souvent de façons disjointes, relativement peu reliées entre elles et non comme une gouvernance alimentaire territoriale (entendue comme processus de coordination des différents acteurs dans le respect des compétences de chacun contribuant à des objectifs définies en commun).

Cette étude au-delà des propositions d'outils à mettre en œuvre pour faciliter l'adéquation entre l'offre et la demande suggère que la concertation et la coordination soit au cœur de la gouvernance alimentaire du Pays Périgord vert à travers l'instauration d'un pôle territorial de coopération économique sur l'alimentation. Cet espace doit permettre d'organiser le dialogue entre des acteurs qui obéissent à des logiques différentes, de définir des objectifs communs, d'engager des démarches organisées et co-construites, de développer des synergies, de s'appuyer sur les ressources présentes sur le territoire, autant d'éléments nécessaires au développement des filières locales, facteur de développement économique propice à la création d'emplois dans le champ de l'économie sociale et solidaire .

ANNEXES

Questionnaires

- Questionnaire producteurs : Alimentation et Circuit Court en Périgord Vert
- Questionnaire consommateurs : Alimentation et Circuits Courts
- Questionnaire restauration collective
- Questionnaire restauration traditionnelle
- Questionnaire commerce de proximité

Diaporamas

- Diaporama du Comité de Pilotage du 10 Janvier 2019
- Diaporama du Comité de Pilotage du 11 Mars 2019
- Diaporama de réunion de synthèse du 4 juillet 2019

Journée collaborative

- Diaporama des ateliers participatifs type « Co-développement »
- Organisation des ateliers
- Document de travail pour binôme animation/rédaction : table ronde 1,2 et 3

Article de presse

- Restauration collective et produits bio, la loi Alimentation expliquée dans la « Gazette Santé Social »