Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET
DE LA RÉGION
OCCITANIE

PROGRAMME NATIONAL POUR L'ALIMENTATION
NOTRE MODÈLE A DE L'AVENIR

Pays des Nestes

2017/2018

PROJET ALIMENTAIRE DE TERRITOIRE
Diagnostic alimentaire du Pays des Nestes

PETR Pays des Nestes

1 Grand Rue – 65 250 La Barthe de Neste

05 62 98 50 28 - www.pays-des-nestes.fr

Table des matières

PREAMBULE : Le Projet Alimentaire de Territoire du Pays des Nestes 5
Convention avec la DRAAF Occitanie 6
Qu'est-ce qu'un Projet Alimentaire Territorial (PAT) ? 6
Enjeux et objectifs du Projet Alimentaire de Territoire : 7
Synthèse des conclusions, préconisations et pistes d'actions du diagnostic du Projet Alimentaire de Territoire : 8
1. CONTEXTE DU PROJET ALIMENTAIRE DE TERRITOIRE 12
1.1 Le territoire du Pays des Nestes 12
1.2 L'agriculture sur le territoire 13
1.2.1 Productions : l'élevage pré-domine 14
1.2.3 Zone de montagne - Communauté de communes Aure Louron (CCAL) 17
1.2.4. Zone de piémont - Communautés de communes du Plateau de Lannemezan (CCPL) et Communautés de communes Neste Barousse (CCNB) 18
1.2.5 L'agriculture biologique 19
1.2.6. Un potentiel régional 19
1.2.7 Les démarches qualité : 20
1.3 Schéma récapitulatif du contexte du PAT 22
2. METHODOLOGIE : 23
2.1 Un diagnostic partagé : 23
2.2 Une structuration autour de quatre axes : 24
2.3 Méthodologie des enquêtes producteurs et consommateurs 26
2.4 Le calendrier de travail 31
2.5 Liste des personnes rencontrées 32
2.6 Définitions adoptées 32
3. ETAT DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE EN PRODUITS LOCAUX 34
3.1 Etat de l'offre 34
3.1.1 Les ventes en circuits courts ou vente directe : 35
3.1.2 Des ventes et une communication qui ne prennent pas nécessairement appui sur les labels mais sur la relation directe producteur-consommateur 36
3.1.3 Motivations et satisfactions des producteurs pour la vente en circuits courts 37
3.2 Etat de la demande 38
3.2.1 Fréquences d'achats et circuits de distribution 38

3.2.2 Secteurs d'achats des produits alimentaires : 40
3.2.3 Produits achetés : 40
3.2.4 Motivations et satisfactions pour l'achat de produits locaux 42
3.4 Tendances de consommation 44
3.4.1 Une hausse globale de la demande 44
3.4.2 La question du prix 46
3.4.3 Jours, horaires et distances : 47
3.5 Réflexions sur le local et l'identité alimentaire du territoire 49
4. DES SYNERGIES A ETUDIER ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE 52
4.1 Structurer pour développer les ventes en circuits courts 52
4.2 La viande : produit majoritaire et emblématique du territoire 53
4.2.1 Les ventes en circuits courts se développent mais restent encore minoritaires : 53
4.2.2 Une vente en directe qui valorise le produit et le travail de l'éleveur 53
4.2.3 Abattage et transformation : Des infrastructures éloignées au coût important 54
4.3 Fruits et légumes : une offre déficitaire mais recherchée par les consommateurs 57
4.3.1 Une production vendue sans difficulté et à proximité des lieux de productions 57
4.3.2 Projets de développement et de structuration de la filière maraîchage 58
4.4 Aquaculture : des porteurs de projets identifiés, un potentiel innovant à accompagner 59
5. LEVIERS POUR LE DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS 61
5.1 Les marchés de plein vent : 1er lieu de vente des produits locaux 61
5.1.1 Etat des lieux 61
5.1.2 Fréquentation des marchés : 63
5.1.3 Fréquentation des marchés suivant le lieu de résidence 64
5.1.4 Fréquentation touristique et marketing du « local » 65
5.1.5 Un manque de mise en lumière des producteurs locaux 65
5.2 Magasin de producteurs et commerces de proximité 67
5.2.1 Une structure appréciée mais difficile à mettre en œuvre 67
5.2.2 Une structure difficilement envisageable pour les producteurs 68
5.2.3 Résumé des points de vue sur un magasin de producteurs 68
5.2.4 Renouveler les commerces de proximité ? 69
5.3 Agritourisme : une complémentarité à dynamiser 73
5.3.1 Une dynamique existante mais qui reste marginale 73
5.3.2 Participation des producteurs à des manifestations (fêtes-foires) : 74

5.3.3 Dynamiser les relations entre tourisme et vente directe/circuits courts : 74
6. UNE COMMUNICATION A DYNAMISER 76
6.1 Un manque de visibilité des informations : 76
6.2 Une signalétique pour les produits locaux sur les points de vente : 77
6.3 Le guide des producteurs en circuits courts du Pays des Nestes 80
6.4 Communication-promotion : une dynamique enclenchée en Aure Louron 81
7. ALIMENTATION, INITIATIVES LOCALES ET JUSTICE SOCIALE 82
7.1 Initiatives locales de mise en relation des producteurs avec les consommateurs 82
7.1.1 Croquez local en Pays des Nestes 85
7.1.2 La ruche qui dit oui 86
7.1.3 Paysans des Baronnies 87
7.1.4 Pôle territorial de coopération économique et social (PTCES) 88
7.2 Alimentation et solidarité : Permettre l'accès pour tous à une alimentation saine 89
CHIFFRES DE LA PRECARITE 89
7.2.1 L'aide alimentaire 90
7.2.1.1 Restaurants du cœur Lannemezan 93
7.2.1.2 Secours Populaire Français 94
7.2.1.3 Association Solidarité Barousse 95
7.2.1.4 Restaurants du Cœur Arreau 96
7.2.2 Une initiative reliant insertion et maraîchage : Les jardins de Cantaous 98
8. RESTAURATION HORS DOMICILE 100
8.1 Etat des lieux de la restauration collective 101
8.1.1 Contexte de la restauration collective au niveau national 101
8.1.2 Contexte de la restauration collective à l'échelle locale 102
Enquête « gestion des cantines scolaires de la CCPL » 103
8.1.3 Communauté de communes du Plateau de Lannemezan – Cuisine centrale 109
8.1.4 Commune de Vielle Aure – Cuisine centrale 110
Enquête « gestion des cantines scolaires » élargi au Pays des Nestes 111
8.1.5 Collège de la Barousse 112
8.1.6 Ecole primaire de Saint-Lary Soulan 113
8.1.7 Ecole de Génos 114
8.1.8 Ecole primaire d'Arreau 114
8.1.9 Ecole primaire d'Ancizan (RPI Guchen Ancizan) 115

8.2 Les acteurs/porteurs de projets de la Restauration collective 117
8.2.1. Hôpitaux de Lannemezan 118
8.2.2 GAB 65 119
8.2.4 SCIC Resto Bio 120
8.2.5 Légumerie de Maubourguet – CC Adour Madiran 121
8.2.6 Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées – Application Menu 122
8.2.7 Chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées – Plateforme Mangeons Hapy 123
8.4 Tourisme et restauration collective : les potentialités du territoire 124
8.4.1 Les restaurants commerciaux 125
8.4.2 Restaurateurs : un réseau transfrontalier à co-construire 130
8.4.3 Les centres de vacances 133
8.3.4 Tourisme et gaspillage alimentaire 135
ENJEUX ET ORIENTATIONS STRATEGIQUES 142
1.1 Synthèse AFOM du diagnostic alimentaire : 142
9.2 Poursuite du Projet Alimentaire du Pays des Nestes 144
2. ANNEXES 145
Compte rendu 1er Comité de pilotage : 10 avril 2018 145
Compte rendu 2ème Comité de pilotage : 28 juin 2018 148
Compte rendu 3ème Comité de pilotage : 27 septembre 2018 155
Questionnaire producteurs 160
Questionnaire consommateurs 161
Compte rendu de la rencontre avec la Maison de la Nature et de l'Environnement, Puydarrieux 188
Structures accompagnées par le GAB 65 à la formation en restauration collective sur le Pays des Nestes 190
STRUCTURES FORMEES ET ACCOMPAGNEES PAR LE GAB65 190
STRUCTURES CONTACTEES PAR LE GAB65 190
SCIC Resto Bio : les clients sur le département des Hautes-Pyrénées 191

PREAMBULE : Le Projet Alimentaire de Territoire du Pays des Nestes

Les circuits courts et les produits alimentaires locaux sont mis sur le devant de la scène sur de nombreux territoires et ce depuis plusieurs années déjà. Les élus locaux, en lien notamment avec les politiques conduites à l'échelle nationale et européenne, s'intéressent fortement à l'action publique en agriculture.

Alors que certaines démarches sont clairement identifiées (vente à la ferme, marchés des producteurs locaux, paniers du producteur…), les élus et/ou citoyens manifestent la volonté de renforcer ce type de commercialisation pour garantir un développement équilibré de leur territoire. Aussi la thématique des circuits courts offre un point d'entrée sur d'autres sujets tels que l'environnement, l'accès au foncier, la restauration collective, l'éducation au goût, le gaspillage alimentaire… De plus, ces sous thèmes rassemblent des acteurs multiples et différents (monde agricole, industriels, commerçants, citoyens…)

Le Pays des Nestes a travaillé depuis sa création en 2004 sur le thème de l'alimentation, et plus spécifiquement, sur la valorisation des produits locaux en accompagnant des porteurs de projets, en participant à des actions (études, éditions de supports) et créant notamment l'association Croquez local en 2008. Cette association permet de mettre en lien producteurs et consommateurs, en organisant des ventes de manière bihebdomadaire.

Actions antérieures :

- **2009-2011 : Projet PIR_EDES :**
  - **Projet européen, 5 axes dont l'axe 4 était « valoriser les produits locaux »**
    - Mise en place d'un réseau transfrontalier charte des producteurs fermiers du réseau transfrontalier
    - Formation auprès des agriculteurs pour calculer les coûts de production et les inciter à aller vers les circuits courts
    - Actions évènementielles,
    - 2011 : Etude sur la restauration collective sur le territoire

- **2013 – 2016 : Appel à projets Economie Sociale et Solidaire :**
    - 2013- Thème de l'éducation au bien manger : édition d'un livret pédagogique créé par et à destination des élèves de collège
    - 2014-2016 : Travail avec les personnes âgées sur la qualité alimentaire et la réduction du gaspillage alimentaire

Le PETR décide donc en 2017 de se lancer dans un diagnostic plus profond sur l'alimentation sur son territoire avec comme porte d'entrée les circuits courts. Car si des initiatives de commercialisation et de consommation sont connues, de nombreuses questions se posent :

Quelle est l'offre proposée par des agriculteurs ? Comment se structure-t-elle ? Quels sont leurs perspectives, freins au développement de cette offre ?

Quelle est la consommation réelle de produits alimentaires locaux ? Quel est son potentiel de développement ?

Quelles sont les synergies possibles entre agriculteurs et consommateurs ? Comment valoriser les productions locales ? Quels sont les outils qui peuvent contribuer à cette synergie ?

Quelles initiatives locales sont présentes sur le territoire ? Face à quels problématiques les acteurs sont-ils confrontés et quelles solutions peut-on envisager ? Comment rendre accessible les produits locaux aux plus démunis ? Quelles synergies peuvent se mettre en place ?

Convention avec la DRAAF Occitanie

En 2016, le PETR réunissait les agents de développement local des anciennes communautés de communes pour commencer à travailler sur le sujet de l'alimentation. Le Pays des Nestes a répondu, par la suite ; à un appel à projet « Projet Alimentaire Territorial » de la DRAAF Occitanie mais n'a pas été retenu car le dossier n'était pas assez avancé.

Toutefois, lors du Comité régional de l'alimentation en juillet 2017 organisé par la Région et la DRAAF, le Pays des Nestes continuait d'être recensé comme un territoire mettant en œuvre un Projet Alimentaire territorial.

En effet, les actions menées en matière de circuits courts et d'alimentation durable depuis plusieurs années par le Pays des Nestes sont reconnues par les institutions régionales et celles-ci souhaitent pousser le PETR à continuer dans ce sens en avançant sur un Projet Alimentaire Territorial.

Pour ce faire, en septembre 2017 est signée une convention entre le PETR et la DRAAF Occitanie *« Préparation et lancement du Projet Alimentaire territorial du Pays des Nestes ».* Elle spécifie la réalisation du diagnostic et de la création d'un guide des producteurs.

Qu'est-ce qu'un Projet Alimentaire Territorial (PAT) ?

Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014 (Art 39) : les projets alimentaires territoriaux s'appuient sur **un diagnostic partagé faisant un état des lieux de la production agricole et alimentaire locale, du besoin alimentaire du bassin de vie et identifiant les atouts et contraintes socio-économiques et environnementales du territoire.**

Élaborés de manière concertée à l'initiative des acteurs d'un territoire**, ils visent à donner un cadre stratégique et opérationnel à des actions partenariales** répondant à des enjeux sociaux, environnementaux, économiques et de santé. L'alimentation devient alors un axe intégrateur et structurant de mise en cohérence des politiques sectorielles sur ce territoire

Enjeux et objectifs du Projet Alimentaire de Territoire :

La question de l'alimentation est transversale, elle intéresse et rassemble des acteurs très différents. Cette question comporte donc différentes dimensions, pour laquelle on peut cibler des enjeux généraux. L'objectif de ce travail est de favoriser l'émergence de projet tant de la part des citoyens, que des collectivités territoriales.

Economique :

Encourager l'économie locale, maintenir et accroître les revenus des agriculteurs, maintenir/créer des emplois agricoles et/ou locaux, participer à la stratégie touristique avec une demande forte des visiteurs

Social :

Renforcer les liens entre les différents acteurs des circuits courts et, avec les populations , travailler au renforcement de l'accès aux produits locaux et de qualité pour tous, encourager les actions collectives autour de l'alimentation

Environnemental :

Intégrer une démarche plus respectueuse de l'environnement, plus résiliente face au changement climatique, limiter le gaspillage alimentaire et sensibiliser au bien manger

Culturel :

Valoriser le métier d'agriculteur notamment en zone de montagne, promouvoir les produits locaux et le territoire sur lesquels ils sont produits. Remettre au centre des repas la convivialité, le partage, les goûts et les rapports humains

Politique :

Travailler à la gouvernance alimentaire du territoire, rassembler les acteurs autour d'enjeux communs, créer des nouveaux partenariats et élaborer un plan d'action collectif

Synthèse des conclusions, préconisations et pistes d'actions du diagnostic du Projet Alimentaire de Territoire :

Economique

Restauration commerciale : engager une réflexion avec les restaurateurs sur la mise en avant dans les menus du produit viande (bovins, ovins) notamment auprès des stations de ski **- pages 54 à 57**

Outil de découpe : se rapprocher du Projet Alimentaire de Territoire du Comminges pour travailler sur la faisabilité d'un outil de découpe, une demande pour les producteurs du Pays des Nestes. Dans ce sens préciser les attentes des éleveurs du territoire (volumes, prix...) **- pages 54 à 57**

Structuration de la filière maraîchage : accompagner les maraîchers du Pays des Nestes à se structurer au sein d'une filière, d'un groupement, pour mutualiser les moyens (outils, foncier...) et optimiser des débouchés notamment en restauration collective (accompagnement de projets de développement, régies agricoles communales...) **- pages 58 à 60**

Aquaponie : Accompagner la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan à créer un écosystème favorable pour permettre l'installation de porteurs de projet sur la commune de Lannemezan (sécurisation du bâtiment, serres et chaudière) **– page 61**

Commerces de proximité : mener un travail approfondi sur l'approvisionnement en produits locaux dans les commerces de proximité en créant des outils répertoriant les produits sur le territoire *(carte des producteurs),* en mettant en réseau producteurs et commerçants, animation de réseaux... Accompagner les porteurs de projet afin de les orienter au mieux vers des dispositifs financiers les aidant à se créer/développer (brochure d'information, réunions...) – **pages 69 à 74**

Marchés de pays : accompagner les élus à la mise en place de carré de producteurs au sein des marchés de pays permettant une meilleure visibilité des producteurs locaux - **pages 62 à 68**

Agritourisme : faire connaître l'offre sur le territoire en s'appuyant notamment sur les Offices de tourisme en créant : un outil web commun aux EPCI pour faire rayonner cette offre aux visiteurs, organiser des journées de visites d'exploitations pour les professionnels des Offices de tourisme, créer des supports de communication ou massifier le tirage de la carte des producteurs – **pages 74 à 76**

Projet transfrontalier : En partenariat avec les comarcas de la vallée de l'Aragon, et particulièrement avec la vallée de Plan : créer un réseau de restaurateurs franco-espagnols afin de travailler à la mise en place d'ateliers de cuisine professionnelle devant aboutir à des échanges de pratiques culinaires, à la mise en place d'un plat franco-espagnol à base de produits des 2 territoires qui sera mis à la carte de leurs restaurants, rencontre avec des producteurs locaux des 2 territoires, visite de plateforme d'approvisionnement en produits locaux en restauration collective. Accompagnement des communes d'Esparros et Plan sur la redynamisation du jumelage liant les deux communes par la thématique de l'alimentation (marchés de producteurs transfrontaliers, échanges entre les restaurateurs des 2 communes, sensibilisation des élèves aux produits locaux) – **pages 131 à 133**

Offices de tourisme : Réflexion, en partenariat avec les Offices de tourisme du Pays des Nestes, sur la mise en place de séjours touristiques thématiques en lien avec les produits locaux – **pages 131 à 133**

Numérique : Mise en place de balades numériques spéciales produits locaux et sentiers, sites à forte renommée (Grands Sites Occitanie, chemin de Saint Jacques de Compostelle, GR10, GR20 et GR105) dans le cadre du projet E tourisme du PETR Pays des Nestes – **pages 131 à 133**

Social

Favoriser l'accès à une alimentation saine et rompre l'isolement d'une population fragile : élaborer un plan d'action en concertation avec les acteurs sociaux pour aller vers les personnes en situation de précarité, d'isolement en zones rurales : mutualisation d'un véhicule, couplage navette marchés… – **pages 91 à 94**

Réseau solidaire : création d'un réseau d'associations déjà existantes œuvrant pour l'accès à l'alimentation à destination des populations démunis pour définir des actions concrètes à mettre en place, accompagner les associations dans leurs projet (salon de coiffure solidaire, recherche de local, mutualisation d'une camionnette…), échanger sur les problématiques du territoire, mettre en réseau des compétences, mutualiser des actions/outils, mise en place d'évènements commun pour toucher davantage de monde, informer sur les dispositifs financiers - **pages 91 à 94**

Sensibilisation : S'appuyer sur les animateurs sociaux et culturels pour mettre en place des ateliers à domicile gratuit pour transmettre les bonnes pratiques pour économiser sur le panier classique tout en intégrant des produits sains et en favorisant l'aspect nutritionnel du repas (cours de cuisine, sensibilisation avec des restaurateurs…) **– pages 91 à 94**

Don alimentaire : Permettre la mise en réseau entre commerçants, distributeurs et associations pour le don alimentaire. Accompagner ces associations à une logistique optimum – **pages 91 à 94**

Agriculteurs et associations : mettre en place des visites d'exploitations pour les associations. Créer un réseau sur le territoire « d'exploitations solidaires » **- page 94 à 100**

Environnemental

Gaspillage alimentaire : Continuer de rencontrer les restaurateurs commerciaux du territoire et porter des actions en interne de chacune de leur organisation avec les gestionnaires de cuisine pour leur permettre de moins gaspiller (formation GAB 65/SMECTOM) – Création d'un kit Gourmet Bag à destination d'un premier réseau de restaurateurs puis étendre la pratique si les résultats sont positifs**– pages 125 à 129**

Tourisme : Identifier les centres de vacances et porter des actions afin de les sensibiliser sur l'approvisionnement local et la lutte contre le gaspillage alimentaire - **pages 134 et 135**

Population locale : ambassadrice de son territoire : Porter des actions de sensibilisation sur le tri et les bons gestes à destination de la population locale (scolaire et collectivités) - **page 125 à 129**

Collectivités territoriales : Accompagner les collectivités à réduire le tonnage d'ordures ménagères en période touristiques (sensibilisation, doggy bag, composts municipaux, dispositifs financiers…) – **pages 125 à 129**

Culturel

Maison des mangeurs : Création d'une maison des mangeurs - un espace dédié à l'alimentation durable dans laquelle on promouvrait l'agriculture locale, les producteurs du territoire, la nourriture saine et durable... Lieu de ressource d'information, de diffusion, de formation, d'échange et de pratiques, d'expérimentation et de mutualisation autour de l'alimentation **- page 76**

Plan de communication sur l'alimentation : mettre en place un plan de communication sur l'alimentation durable à destination de la population locale (parution presse, relais via les bulletins d'information, diffusion massive de la carte des producteurs avec un actualisation régulière, digitalisation de la carte des producteurs, ateliers et sensibilisation à destination des scolaires, création d'une boîte à outil pour les mairies à destination des nouveaux arrivants pour promouvoir les produits locaux…) **– pages 77 à 80**

Une application pour les gestionnaires de cuisine : Être relai d'information entre le Conseil Départemental et les communes de notre territoire pour tester l'application menu visant à un approvisionnement renforcé en produits locaux – **page 123**

Evènementiel : Coordination d'un programme évènementiel sur le territoire mettant en avant les produits locaux en partenariat avec les producteurs et restaurateurs (fête des terroirs de la CCPL, fête des terroirs de la Régie accueil à Saint Lary Soulan, fête des produits locaux en Aure Louron) **– pages 83, 128 et 129**

Politique

Ouverture des grandes surfaces : travailler avec les communes concernées à limiter les ouvertures des GMS les dimanches et jours fériés afin de ne pas concurrencer et mettre à mal la fréquentation des marchés, premier créneau de distribution des producteurs locaux - **page 48**

Calendrier des marchés : Mise par écrit, en collaboration avec l'ensemble des maires du territoire, d'un calendrier commun pour les dates de marchés/foires/fêtes. L'objectif étant que 2 communes proches ne positionnent pas un marché/foire/fête à la même date – **pages 45 à 48 et 67**

Appui des collectivités territoriales pour la communication : Création d'un espace web dédié à l'agriculture locale, aux producteurs locaux et harmonisation de celle-ci sur tous les sites institutionnels du territoire (carte des producteurs téléchargeable et/ou digitalisée, communication sur les dispositifs financiers pour les producteurs, relais des initiatives locales et projets, boîte à outils pour nouveaux arrivants…) - **pages 77 et 80**

Signalétique bords de route : Réfléchir avec l'ensemble des élus du territoire et les professionnels concernés à une harmonisation de la signalétique en bords de route pour faciliter la lecture,

promouvoir les produits locaux tout en s'insérant dans le paysage. Cette signalétique pourrait être semblable à celle qui serait conçue pour les producteurs vendant sur les marchés **– pages 78 à 80**

Cahier des charges : Elaboration d'un cahier des charges en concertation avec les producteurs du territoire et validé par la gouvernance du Projet Alimentaire de Territoire fixant le cadre pour permettre aux producteurs du territoire de bénéficier des actions mises en place (signalétique, outils de communication, carré des producteurs…) **– page 80**

Consommer local : Communiquer auprès des collectivités et des entreprises privées sur le potentiel d'approvisionnement/professionnels traiteurs qui travail en local pour l'organisation des buffets, évènements (Croquez Local, La Vignécoise…) **– pages 86 à 88**

Cuisine centrale : Accompagner la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan dans sa réflexion de création d'une cuisine centrale « 3en1 ». Mise en œuvre d'une étude de faisabilité portée par la CCPL (lieu potentiel, analyse du marché, analyse technique, passerelles à créer avec d'autres projets, étude à l'échelle du Pays des Nestes du fonctionnement d'approvisionnement des autres écoles…) - **pages 110**

1. CONTEXTE DU PROJET ALIMENTAIRE DE TERRITOIRE

1.1 Le territoire du Pays des Nestes

Depuis la loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire de février 1995, complété par la loi Voynet de 1999, les Pays sont reconnus comme de véritables territoires de projet, lieu d'échanges et d'actions où se retrouvent les communes et communautés de communes qui le composent. La loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPTAM) a renforcé les Pays avec le statut de PETR, le pendant des pôles métropolitains. Créé en décembre 2004, sous forme de Syndicat Mixte du Pays des Nestes, il est devenu Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR) du Pays des Nestes le 1er janvier 2015. Actuellement présidé par Henri Forgues, c'est l'un des 5 Pays du département des Hautes-Pyrénées.

Le Pays des Nestes est un territoire présentant une *« cohésion géographique, économique, culturelle ou sociale, à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi »* afin d'exprimer *« la communauté d'intérêts économiques, culturels et sociaux de ses membres »* et de permettre l'étude et la réalisation de projets de développement.

Le Pays regroupe 147 communes et 3 communautés de communes : la Communauté de communes Aure Louron (CCAL), la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan, Neste-Baronnies-Baïses (CCPL) et la Communauté de communes Neste Barousse (CCNB).

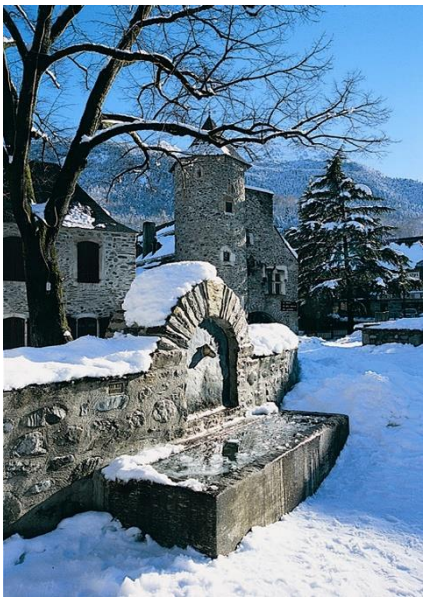
Le Pays des Nestes est situé à l'Est du département des Hautes-Pyrénées, il comprend le plateau de Lannemezan, les Baronnies, la Barousse et les vallées des Nestes, de Nistos, d'Aure et du Louron ce qui représente une population de 33 000 habitants sur 3 communautés de communes.

D'une densité moyenne de 22.58 hab/km^2, il s'agit d'un territoire essentiellement rural avec une ville, Lannemezan, située au nord et attirée par deux pôles d'attractivité opposés : Tarbes et Toulouse.

L'altitude est comprise entre 270 m à 3 112 m avec une altitude moyenne de 1 248 m. C'est un territoire composé d'une large partie montagneuse au sud, drainée par la rivière de la Neste qui se dirige d'abord vers le nord, puis vers l'est où elle se jette dans la Garonne. A ce niveau se trouve les contreforts pyrénéens puis, plus au nord, le plateau de Lannemezan et les vallons des rivières de Gascogne.

Ce territoire est couvert par de nombreuses mesures de protections ou d'inventaires environnementaux. En effet, il comprend des zones minérales en très haute altitude, avec de nombreux lacs et zones humides, puis des pentes avec des prairies pâturées et des forêts, des vallées plus ou moins encaissée. Le piémont est composé d'une alternance de prairies et de forêts, le plateau de Lannemezan de nombreuses zones humides avec des landes, de petits lacs et des prairies humides. Enfin, vers le nord, c'est une alternance de vallons cultivés et de reliefs forestiers.

Les sites historiques et patrimoniaux sur l'ensemble du Pays lui confèrent une vocation fortement touristique, avec notamment 4 stations de ski de piste : Peyragudes, Val Louron, Piau-Engaly et Saint-Lary Soulan et une station de ski de fond : Nistos.



Doté d'une grande richesse patrimoniale, le territoire sur les Vallées d'Aure et du Louron a été labellisé Pays d'art et d'histoire et, en 2018, le territoire de la Communauté de communes Aure Louron est labelisé à son tour « Grand Site Occitanie ».

Il existe également une grande richesse naturelle, avec la Réserve Naturelle Régionale d'Aulon, le Parc National des Pyrénées et la Réserve Naturelle du Néouvielle.

C'est un territoire transfrontalier avec l'Espagne, qui entretient depuis de nombreuses années des relations d'échanges et de coopération à travers diverses thématiques, notamment culturelle, touristique ou dans le domaine du développement durable. Une forte volonté de part et d'autre existe pour continuer à travailler ensemble sur des projets structurants et valorisants.

1.2 L'agriculture sur le territoire

Le dernier recensement agricole de l'AGRESTE en 2010 constitue les données les plus précises au niveau départemental et les plus actualisées (le prochain recensement aura lieu en 2020). Bien que les chiffres aient nécessairement évolué, la situation reste semblable. Nous nous appuierons donc majoritairement sur ces données, à défaut d'en avoir de plus récentes, et les compléterons ponctuellement avec d'autres sources (ScoT, Agence Bio…)

L'agriculture est très présente sur l'ensemble du territoire du Pays des Nestes, près de **1146[1] exploitations y sont recensées en 2010[2]**.

On observe une distinction entre deux secteurs agricoles dominants : une plaine – ou piémont - où se pratique une polyculture-élevage (essentiellement bovins) et une zone de montagne au sud essentiellement basée sur de l'élevage (ovins et bovins) et pratiquant l'estive.

Aux côtés de ces productions majoritaires, on recense également une diversité de petites productions : pisciculture, élevages de volailles, de porcs, aviculture, maraîchage, transformation végétale et laitière.

Source de l'image : Chambre Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, DDT65, Chambres d'agriculture 65, Association des maires des Hautes Pyrénées, Conseil général 65, 2013

ıne

1.2.1 Productions : l'élevage pré-domine

La production **ovins** viande est dominante sur le territoire du Pays des Nestes, en particulier sur la partie Sud. Les particularités géographiques -espace de montagne, relief élevé – et culturelles qui en découlent – pastoralisme notamment – sont à prendre en compte.

L'élevage bovins est davantage présent sur le début de la zone de piémont, où des exploitations de polyculture ou poly élevage apparaissent également.

90% de la production du territoire (Pays des Nestes) est une production viande bovins/ovins majoritaire.

Les éleveurs sont davantage tournés vers les circuits longs, qui impliquent une **dépendance au marché**. Beaucoup d'éleveurs sont également dépendants aux

[1] Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC du plateau de Lannemezan, Nestes Baronnies Baïses, 02/2018 ; Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC Aure Louron, 01/2018 ; Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC Nestes Barousse, 09/2017

[2] Recensement agricole, Agreste, 2010 in Portrait de territoire Pays des Nestes, CGET, Observatoire des territoires

aides de la PAC. Cependant, 31% des éleveurs (bovins, ovins, …) des Hautes Pyrénées commercialisent en circuits courts. [3]

Pas d'abattoirs sur le PETR : Bagnères à l'Ouest ou Saint Gaudens à l'Est, ces deux abattoirs proposent des services de transformations ; l'abattoir dédié volailles est celui d'Orieux (65)

La Coopérative des Gaves à Lourdes propose un service de découpe et de transformation multi viande ainsi qu'une salle d'abattage des volailles. Les abattoirs de Tarbes et Bagnères de Bigorre livrent la coopérative plusieurs fois par semaine.

La filière fruits et légumes est minoritaire sur le territoire. Les exploitations sont souvent de petites tailles et peu mécanisées. Les cultures sont variées

Surfaces :

Les exploitations du territoire se caractérisent par une faible Surface Agricole Utile (SAU). Au niveau départemental la SAU totale est de 223 000 ha.

SAU moyenne par exploitation :

Hautes Pyrénées : 25 ha (DDT65, Agreste 2010)
Midi Pyrénées : 48 ha (DDT65, Agreste 2010)
National : 61 ha (2013, INSEE)

Les forêts et estives représentent 50 % du territoire départemental.[4] Avec une surface de 110 000 ha d'estives collectives et environs 1300 éleveurs, le département des Hautes Pyrénées est le troisième département pastoral de France. (DDT65, Agreste 2010)

Les exploitations agricoles du piémont ont une surface légèrement supérieure de celles de la zone de montagne (CCAL), parce que moins soumises à des contraintes géomorphologiques (morcellement du au relief, fonds de vallées …).

Les exploitations y sont également plus nombreuses. On compte environ 700 exploitations sur la CCPL contre 200 pour la CCAL [5]

1.2.2 Aspect économique :

Le chiffre d'affaires de la production agricole des Hautes Pyrénées était de **217M d'euros en 2009, pour 5190 exploitations.** Le revenu agricole moyen en 2014 en Midi Pyrénées était de 15 000 euros

[3] Agreste Midi Pyrénées, « les circuits courts de commercialisation », Données n°66, avril 2012

[4] *Charte Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, DDT65, Chambres d'agriculture 65, Association des maires des hautes Pyrénées, Conseil général 65, 2011, disponible sur : http://www.caue-mp.fr/espace-ressources/une-charte-agriculture-urbanisme-pour-les-hautes-pyrenees.html, p9*

[5] Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC du plateau de Lannemezan, Nestes Baronnies Baïses, 02/2018 et Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC Aure Louron, 01/2018

par exploitation. Dans les Hautes Pyrénées, l'aide moyenne de la PAC est de 14 000 euros par exploitation. (DDT65, Agreste, 2010)

Circuits de commercialisation :

Les ventes en circuits courts représentent 10% de ce chiffre d'affaires départemental. [6] A l'échelle de Midi Pyrénées, 19% des exploitations vendent une partie ou la totalité de leur production en circuits courts en 2010 (Agreste Midi Pyrénées, 2012) [7]. Dans les Hautes Pyrénées, ce chiffre est légèrement supérieur avec 25% des exploitations qui ont recours à ce mode de commercialisation. En 10 ans, ce chiffre a progressé de 54% (DDT65, Agreste, 2010)

Une majorité de maraichers vend en circuits courts. Les éleveurs sont soumis aux contraintes du marché mais se tournent de plus en plus vers les circuits courts.

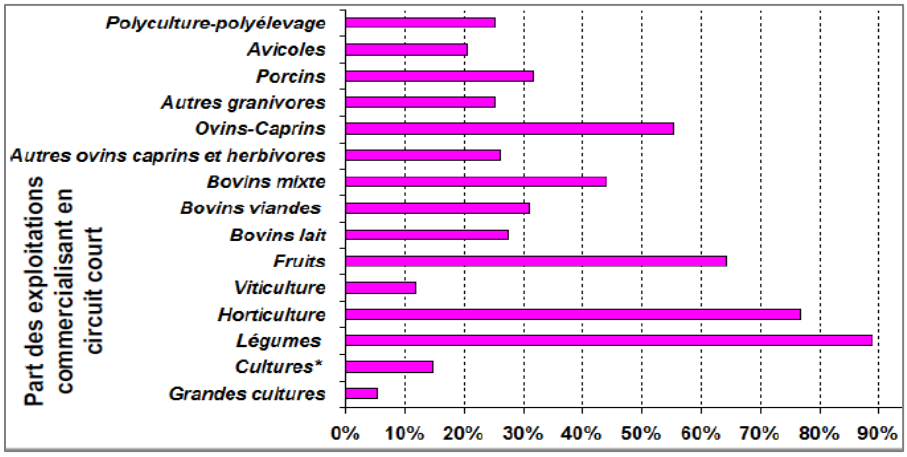


Figure 2 Part des exploitations commercialisant en circuits courts

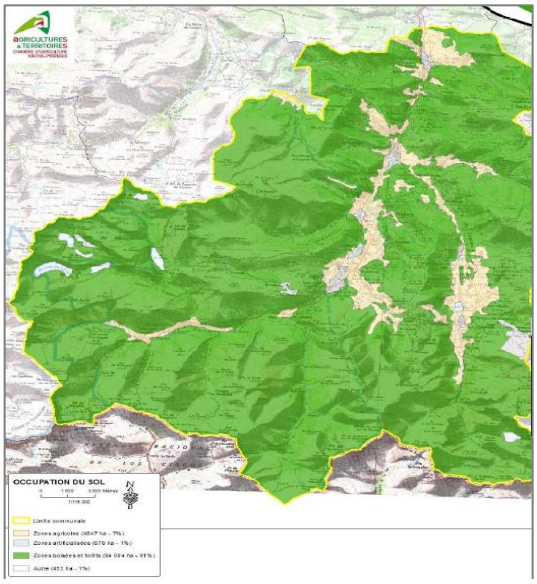
Source de l'image : DDT65, Agreste, 2010)

[6] *Charte Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, DDT65, Chambres d'agriculture 65, Association des maires des hautes Pyrénées, Conseil général 65, 2013, disponible sur : http://www.caue-mp.fr/espace-ressources/une-charte-agriculture-urbanisme-pour-les-hautes-pyrenees.html, p9*

[7] Agreste Midi Pyrénées, « les circuits courts de commercialisation », Données n°66, avril 2012

1.2.3 Zone de montagne - Communauté de communes Aure Louron (CCAL) [8]

- Les exploitations agricoles occupent **4% du sol pour 200 exploitations**
- SAU : **2846 ha** dont 95% sont des espaces privés individuels
- La majorité des exploitations sont des élevages viande (bovins – ovins)
- Importance patrimoniale et paysagère de la pratique de l'estive, enjeu de déprise agricole
- Répercutions du tourisme (été et hiver) depuis une dizaine d'années sur la diversification des activités et des circuits de vente.
- Part des agriculteurs : 3%



Les exploitations agricoles sont principalement localisées en fond de vallée *(carte ci-dessus)*

Figure 3 Localisation des exploitations, CCAL

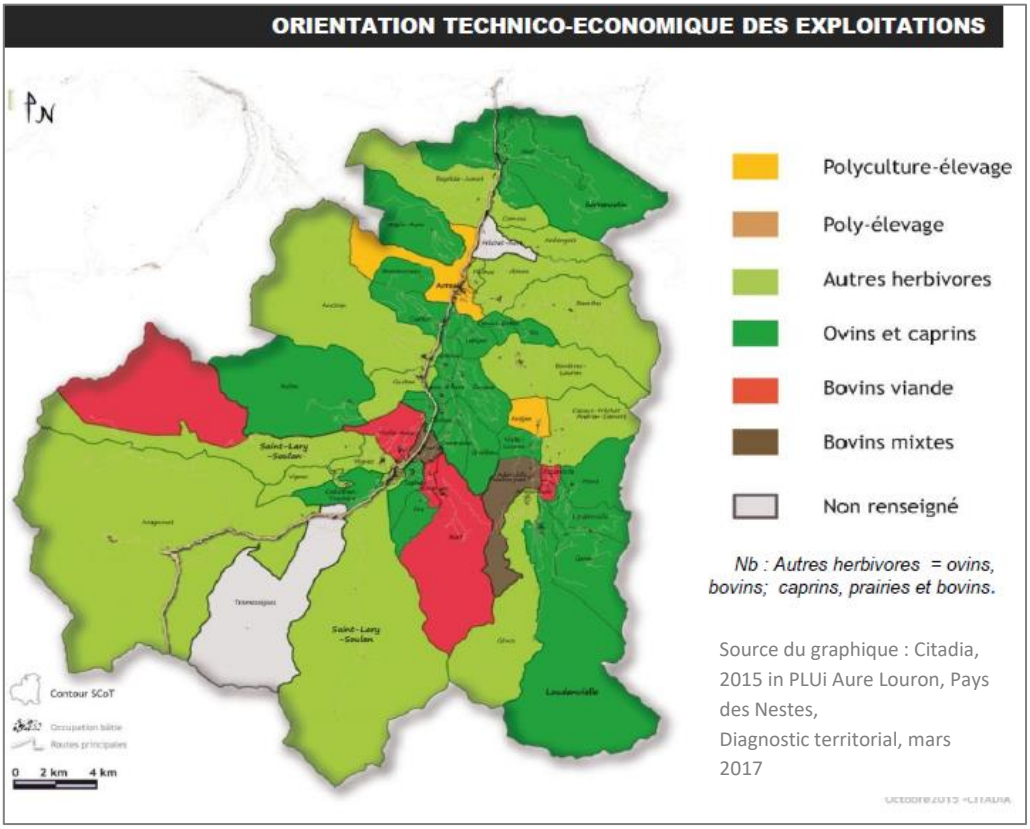


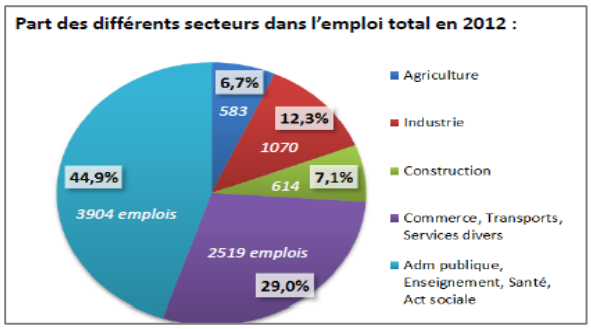
Figure 4 orientation technico économique des exploitations, CCAL

[8] Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC Aure Louron, 01/2018

1.2.4. Zone de piémont - Communautés de communes du Plateau de Lannemezan (CCPL) et Communautés de communes Neste Barousse (CCNB) [9]

- **700 exploitations recensées sur la CCPL** (en 2014) , **246 sur la CCNB** (2010)
- **Le nombre d'exploitations d'éleveurs diminue (CCPL) :**
  - 30% pour la production bovins-viande
  - 40% pour la production ovine.
- **Plus de 60% des agriculteurs ont plus de 50ans** La tendance est donc au prochain renouvellement des actifs.

+ Une CUMA importante sur le plateau de Lannemezan



Part des agriculteurs : 5.7%

Source du graphique : SCoT Piémont, Pays des Nestes, Diagnostic socioéconomique, 12/2016

Figure 5 Part des différents secteurs dans l'emploi, CCPL et CCNB

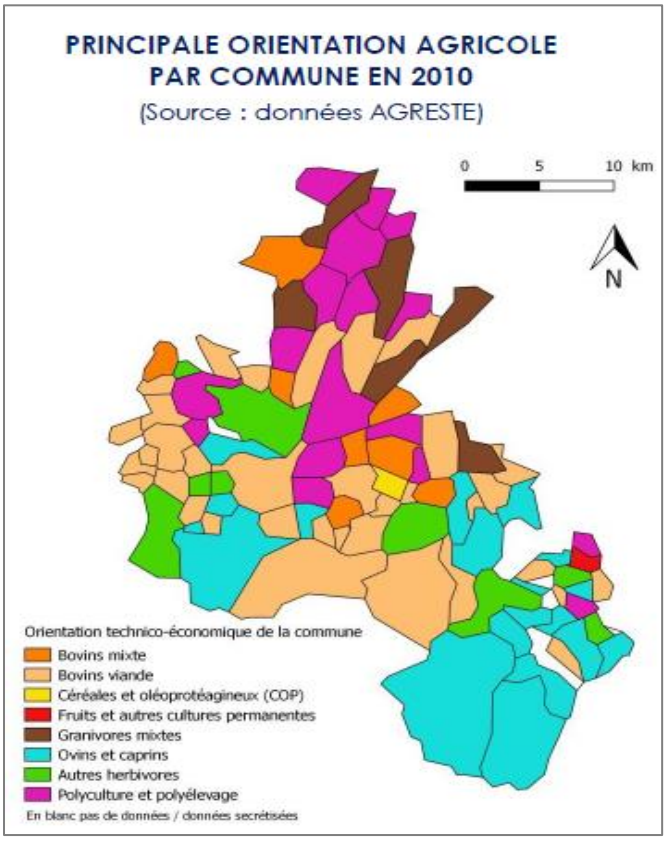


Figure 6 Orientation technico-économique des exploitations, CCPL et CCNB

socioéconomique, 12/2016

Surfaces :

Les surfaces agricoles occupent 47% du sol de la CCPL, pour 700 exploitations (en 2017)
SAU CCPL : 20 031 ha
SAU CCNB : 6 932 ha

Productions :

La polyculture est plus présente sur le Nord de la CCPL notamment avec les productions de maïs - ensilage, céréales - paille et oléagineux *(en orange, jaune et rouge sur la carte ci-dessus à gauche).*

La CCNB présente, sur ses zones de montagne, une majorité d'éleveurs ovins.

[9] Sauf indication contraire, toutes les données proviennent de la Chambre d'Agriculture 65, Agriculture et enjeux du territoire, CC du plateau de Lannemezan, Nestes Baronnies Baïses, 02/2018, ou Communauté de Communes Nestes Barousse, 09/2017

1.2.5 L'agriculture biologique [10]

- / 8 164 fermes en bio et conversion
- 1/4 des exploitations bio françaises
- Plus de 420 000 ha certifiés bio ou conversion
- Plus de 13.5% de la SAU de la région

HAUTES PYRENEES : Peu d'exploitations BIO mais une dynamique de conversion

	Nb. Exploitations	
	2016	Evol. / 15
11 AUDE	685	10.3%
30 GARD	815	2.4%
34 HERAULT	774	3.6%
48 LOZERE	286	26.0%
66 PYRENEES-ORIENTALES	594	4.8%
09 ARIEGE	422	9.0%
12 AVEYRON	686	21.4%
31 HAUTE-GARONNE	543	16.5%
32 GERS	1 060	12.3%
46 LOT	316	14.9%
65 HAUTES-PYRENEES	167	19.3%
81 TARN	460	13.6%
82 TARN-ET-GARONNE	410	15.5%
OCCITANIE	7 218	11.1%

Figure 7 Nombre d'exploitations en Bio par département

Seulement **167 exploitations étaient certifiées en 2016** sur le département. L'**évolution des conversions** est cependant légèrement au-dessus de celle des départements voisins.

La répartition des surfaces certifiées et en conversion montre un déficit important pour les Hautes Pyrénées (voir ci-dessous) ; il faut cependant rappeler que les surfaces des exploitations du territoire étant de petite taille.

Source des graphiques : Agence Bio, Agreste 2015

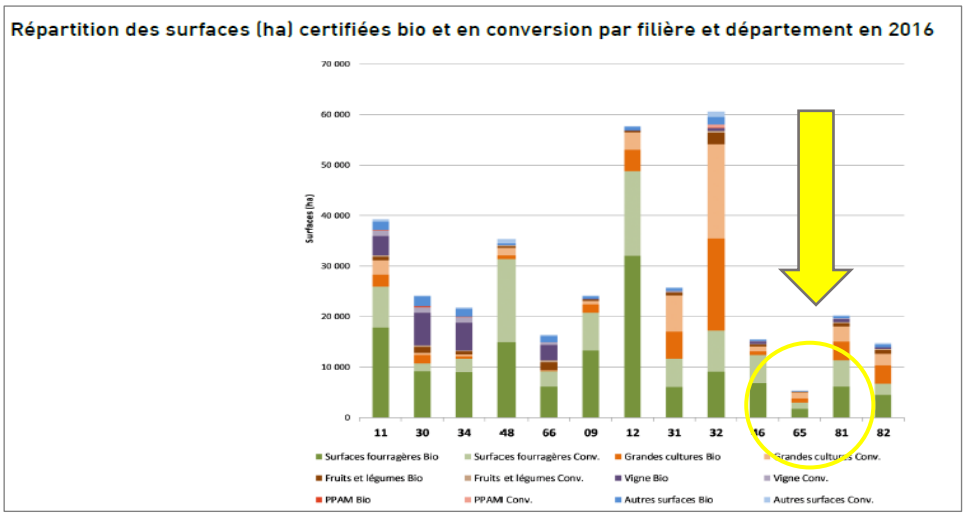


Figure 8 Répartition des surfaces certifiées Bio et en conversion

1.2.6. Un potentiel régional

[10] Source – Agence Bio, Agreste 2015

La région Occitanie est reconnue comme une région importante en termes de production agricole. Elle a aussi été reconnue en 2018 comme 1ère région bio de France avec plus de 8000 exploitations en Agriculture Biologique (AB) ou en conversion, ce qui représente ¼ des exploitations françaises *(Source : Agence Bio, juin 2018)*

La région Occitanie a déclaré l'alimentation comme grande cause régionale pour l'année 2018. Les axes stratégiques de cette politique régionale de l'alimentation seront définis à l'automne 2018.

Sur les 19 Projets Alimentaires de Territoire reconnus officiellement au niveau national, 7 sont en Occitanie :

- Tarbes Lourdes Pyrénées - porté par la communauté d'agglomération
- Pyrénées Cathares - porté par la CC du Pays d'Olmes
- Castelnaudary – porté par la commune
- Montpellier Méditerranée - porté par la métropole
- Grand Pic Saint Loup – porté par la communauté de communes
- Département du Gard
- Midi Quercy - porté par le PETR

Figure 9 Infographie, agriculture en Occitanie, https://www.laregion.fr/Ma-region-en-chiffres#Agriculture-Viticulture, consulté le 03/07/2018

1.2.7 Les démarches qualité :

L'effectif d'exploitations sous signe de qualité est plus faible dans les Hautes Pyrénées que dans les départements voisins (Pyrénées Atlantiques, Tarn…)[11]. **Vingt-trois signes officiels de qualité et d'origine sont toutefois présents sur le département des Hautes Pyrénées**[12] dont certaines sur le secteur géographique du Pays des Nestes ou à proximité immédiate.

- **Oignon de Trébons**
- **IGP Haricot Tarbai**s (nord du département)
- **IGP Volailles de Gascogne :** sur tout le département ; l'association Poule de Gasconne œuvre à la sauvegarde de la race avec l'appui du Conservatoire du Patrimoine Biologique Régional.
- **IGP Tomme des Pyrénées :** départements des Pyrénées-Atlantiques, Hautes-Pyrénées, Ariège, une partie de la Haute- Garonne et de l'Aude.
- **AOP Porc Noir de Bigorre** : 11 producteurs sur le Pays des Nestes[13] en 2018

EN RESUME :

L'AGRICULTURE DU PAYS DES NESTES

- Les exploitations sont de **petite taille et les parcelles sont morcelées**
- Territoire marqué par le **relief** : Enjeu de déprise agricole et de sauvegarde du pastoralisme sur les zones de montagne
- Production **viande** majoritaire (bovins, ovins sur les zones de montagne)
- Un faible développement de la filière BIO mais une forte dynamique et présence d'acteurs impliqués
- La vente en circuits courts représente environ 10% du chiffre d'affaires agricole départemental (Charte agriculture et urbanisme, Hautes Pyrénées, 2011), 25% des exploitations y ont recours (DDT65, Agreste, 2010)

[11] Données Agreste, 2010
[12] Charte Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, op cit.
[13] Liste fournie par le consortium du Porc Noir de Bigorre, 2018

.3 Schéma récapitulatif du contexte du PAT

TERRITOIRE

. Une population de 33 000 habitants

. 147 communes

. Un territoire essentiellement rural

.Une ville, Lannemezan, située au nord (6500 habitants) en croissance et avec une forte présence industrielle

. 70% du chiffre d'affaires du Pays des Nestes relève du tourisme (5 stations de ski....)

. Un territoire transfrontalier (Espagne) où les liens sont déjà créer (pastoralisme) et la volonté de poursuivre un travail commun existe. Les deux territoires sont reliés par un tunnel où les échanges touristiques se sont dans les 2 sens

AGRICULTURE

.Deux secteurs dominants : polyculture élevage en plaine et élevage ovins et bovins en zone de montagne

.Un accès au foncier difficile avec une pression très forte en zone de montagne et un morcellement prononcé

. Une évolution des conversions BIO vers des pratiques en évolution

. Un maillage intéressant de producteurs en circuits courts

ENJEUX PARTAGES

. Soutenir les agriculteurs en circuits courts en leur ouvrant de nouveaux circuits de commercialisation sur notre territoire

. Promouvoir la richesse de notre patrimoine alimentaire auprès de la population locale mais aussi des touristes

.Soutenir les systèmes alimentaires s'imprégnant du territoire

. Lutter contre le gaspillage alimentaire, véritable enjeu sociétal mais aussi ressource économique pour développer les produits locaux en restauration hors domicile

. Aller vers un changement des habitudes alimentaires en travaillant sur l'éducation au goût

. Aider les populations les plus fragiles à avoir accès à une alimentation saine et de proximité

. Favoriser et impulser des démarches d'appprovisionnement en produits locaux et bio dans la restauration hors domicile

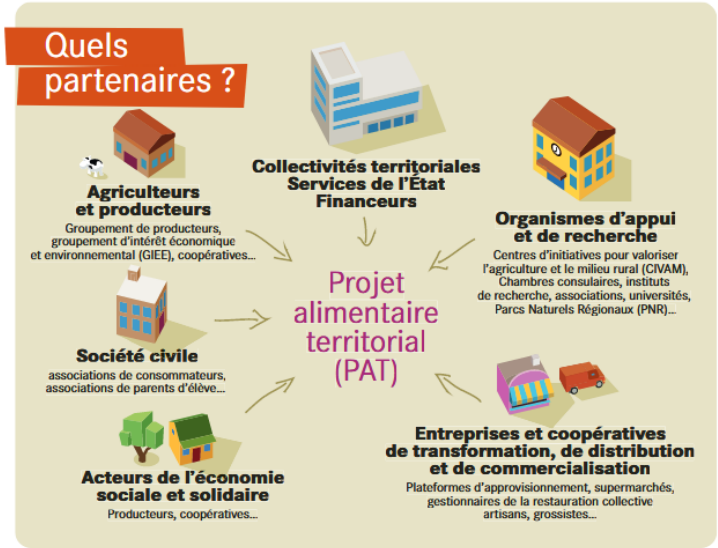
2. METHODOLOGIE :

2.1 Un diagnostic partagé :

Dans le cadre de son Projet Alimentaire, le Pays des Nestes fait le pari que le plan d'actions transversal qui découlera de ce diagnostic peut constituer une voie de développement économique, social, environnemental, culturel et politique pour le territoire. Les élus et acteurs du territoire (agriculteurs, intermédiaires, représentants de la profession agricole, élus, habitants, consulaires, EPCI, associations…) sont associés à cette démarche. La collaboration des acteurs est le gage de la réussite de ce projet.

La méthodologie du présent diagnostic a été réfléchie avec les agents de développement des EPCI du Pays des Nestes – constitués en comité technique - puis validé lors d'un premier comité de pilotage, qui a également permis de présenter le projet et faire se rencontrer les différents membres. Ont suivi plusieurs échanges afin de préciser certains projets et pour partager les données afin que tous aient le même niveau d'informations. Précédé d'un comité technique, un deuxième comité de pilotage a eu lieu le 28 juin 2018 et a présenté les avancées du travail et notamment les résultats des enquêtes menées.

Le Pays des Nestes s'est basé sur les recommandations du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt dans sa plaquette de présentation « Construire son projet alimentaire territorial ». [14]



[14] « Construire son projet alimentaire territorial » Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, 2017, disponible sur http://agriculture.gouv.fr/comment-construire-son-projet-alimentaire-territorial, consulté le 02/07/2018

Les membres du Comité de pilotage sont les suivants :

- Collectivités territoriales, Services de l'Etat, Financeurs :
  - Communautés de communes
  - DRAAF Occitanie
  - Conseil départemental des Hautes Pyrénées
  - Pays des Nestes
- Organismes d'appui et de recherche :
  - Parc Naturel National des Pyrénées
  - Groupement d'Agriculture Biologique (GAB) 65
  - Chambre d'agriculture 65
  - Chambre des métiers et de l'artisanat
  - Chambre du commerce et de l'industrie
- Entreprises et coopératives de transformation, distribution, commercialisation :
  - Plateformes d'approvisionnement : via la Chambre d'Agriculture
  - Hôpital de Lannemezan
- Acteurs de l'économie sociale et solidaire
  - Association Croquez Local
  - Jardins d'insertion de Cantaous
- Agriculteurs et producteurs :
  - SICA Porc Noir de Bigorre
  - Producteurs

La composition du comité de pilotage, dont les membres sont déjà nombreux, n'intègre pas pour l'instant de membres de la société civile. Le projet prévoit néanmoins d'inclure les consommateurs au vu du rôle qu'ils peuvent y jouer. L'enquête menée et l'édition de la carte des producteurs ont permis de commencer à communiquer autour du projet.

2.2 Une structuration autour de quatre axes :

Objectifs de chaque thématique :

Le diagnostic suivra quatre thématiques qui, toutes, doivent permettre de réfléchir à la mise en place d'un plan d'actions : production, restauration collective, consommation et initiatives locales et justice sociale. Pour chaque thématique, le comité de pilotage a défini des objectifs, afin d'orienter les recherches.

Production	Consommation de produits locaux	Initiatives locales et justice sociale	Restauration hors domicile
Connaître le visage de l'agriculture du territoire, comprendre l'offre de produits locaux et faire émerger des outils structurants	Connaître les pratiques/attentes alimentaires de la population pour mieux créer de la synergie entre producteurs et consommateurs (Développement de la consommation)	Identifier les acteurs locaux et les initiatives citoyennes pour mieux les accompagner	Appréhender les différentes organisations sur le territoire et favoriser l'approvisionnement en produits locaux

Une méthodologie particulière a été appliquée à chaque axe. Les volets production et consommation s'appuient en grande partie sur des enquêtes, dont la méthodologie est détaillée en page suivante.

Production

- Analyse de la production : récolte de données agricoles actualisées
  - Enquête producteurs (Mai 2018, 33 répondants)
  - Recensement / édition de la carte des producteurs en vente directe sur le Pays des Nestes (123 recensés)

Consommation

- Analyse des besoins et pratiques alimentaires : Enquête consommateurs (Mai 2018, 190 répondants)
- Etat des lieux des marchés de plein vent

Initiatives locales et justice sociale

- Etat des lieux et analyse des mobilisations citoyennes et associatives (entretiens) autour de la justice sociale, du lien producteurs consommateurs, et de la sensibilisation au bien manger
- Don alimentaire
- Entretiens avec les personnes ressources

Restauration hors domicile

- Actualisation des données de restauration collective : enquête cantine, appui sur le diagnostic « *Etude restauration collective du PETR* » de 2011
- Accompagnement des projets de territoire (cuisine centrale CCPL)
- Etat des lieux et analyse des initiatives portées (entretiens)
- Gaspillage alimentaire et tourisme
- Recensement des structures de tourisme social

2.3 Méthodologie des enquêtes producteurs et consommateurs

Les enquêtes ont été diffusées pendant 4 semaines durant le mois de mai 2018 par différents créneaux. Les sites internet des EPCI et des OT ont relayé l'information, les réseaux sociaux ont permis un nombre important de réponses. La presse a également permis d'augmenter la visibilité de l'enquête : Semaine des Pyrénées, La Dépêche du Midi, Scoop it (voir annexe 2 scan des articles).

Les résultats de ces enquêtes ont été présentés en comité de pilotage au cours duquel ont été proposées des pistes d'actions. De plus, les membres du comité de pilotage ont abondé en propositions. Celles-ci parcourent donc le diagnostic sous forme de pastilles et seront synthétisées en partie 8.

- ***Enquête producteurs***

L'enquête producteurs intervient notamment dans l'AXE 1 **: Mieux connaitre la production et l'offre en produit locaux.**

Le questionnaire était à destination des producteurs vendant la totalité ou une partie de leur production en circuit court sur le Pays des Nestes.

L'enquête a été réalisée durant le mois de mai 2018**, on compte 33 répondants**

Elle se base sur le **recensement des producteurs en circuits courts** effectué par le Pays des Nestes. Ce recensement intervient à l'occasion de l'édition d'une carte à destination des habitants du territoire, mais également des touristes. Pour ce faire, nous avons procédé à une actualisation des données des producteurs réalisée lors d'un référencement pour un support de communication, ce qui a permis de se rendre compte des évolutions importantes dans le secteur agricole en quatre années (arrêts d'activités, changements de production...) L'objectif de ce nouveau support dans le cadre de ce partenariat était d'être le plus exhaustif possible.

La carte, éditée durant le mois de juillet, répond à une demande tant des producteurs que des consommateurs. Elle sera diffusée dans les offices de tourisme, les EPCI et les mairies et disponible en téléchargement.

Le Pays des Nestes a recensé 126 producteurs qui commercialisent en vente directe.

La production animale comprend les ovins, caprins, bovins et équins. Le passage de 126 producteurs recensés à 132 productions s'explique par des cas de doubles productions. Nous avons inclus au recensement les artisans alimentaires (regroupés dans la catégorie Autres produits) en raison d'une forte demande de leur part et de leur participation à l'ancrage territorial alimentaire.

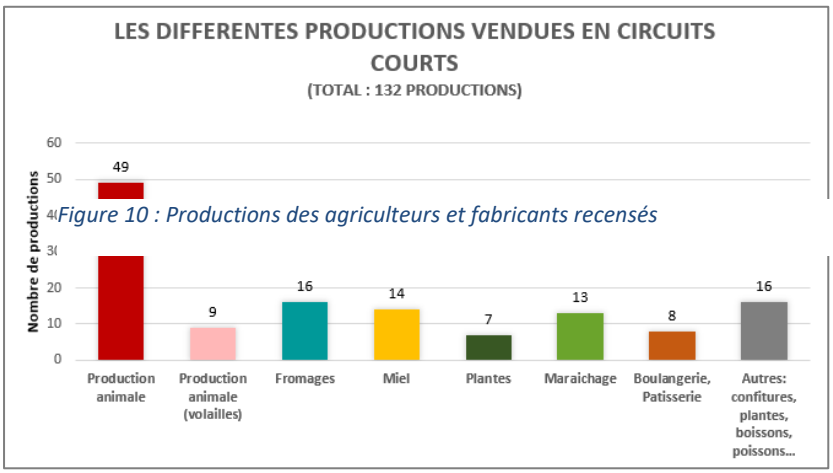


Figure 10 : Productions des agriculteurs et fabricants recensés

Bien que peu d'agriculteurs aient répondu sans relances, ceux-ci se sont montrés plutôt ouverts et enthousiastes à répondre à l'enquête.

Les **biais à considérer** sont le faible taux de réponses et le mode d'enquête par téléphone, qui peut amener un changement de l'ordre des questions et parfois des intitulés, dû au caractère oral et spontané de la discussion.

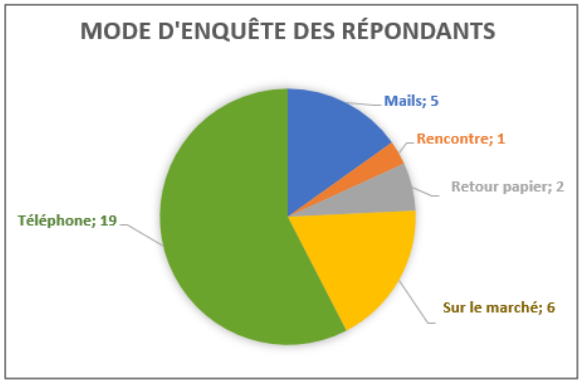


Figure 11 Mode d'enquête des répondants - Enquête producteurs

De même, la longueur du questionnaire et le mode de diffusion initial par voie informatique ont été des freins dans le déroulement de l'enquête.

Production	Nombre de producteurs répondants
Production animale	**13**
Autres (farine, pain, confitures,)	**7**
Maraîchage	**6**
Production animale - volailles	**4**
Fromages	**4**
Miel	**3**
Total général	**36**

Afin d'avoir un échantillon se rapprochant de la répartition des productions recensés lors de l'édition de la carte, nous avons veillé à avoir une **diversité de productions**, donc de problématiques et enjeux différents.

Cependant, pour plus de facilité dans le traitement des données, les producteurs ont été regroupés dans **6 catégories :** Production animale (bovins, ovins, caprins, équin) ; production animale – volailles (poulets, canards gras), Maraîchage, Fromages, Apiculture et Autres produits regroupant notamment les artisans alimentaires.

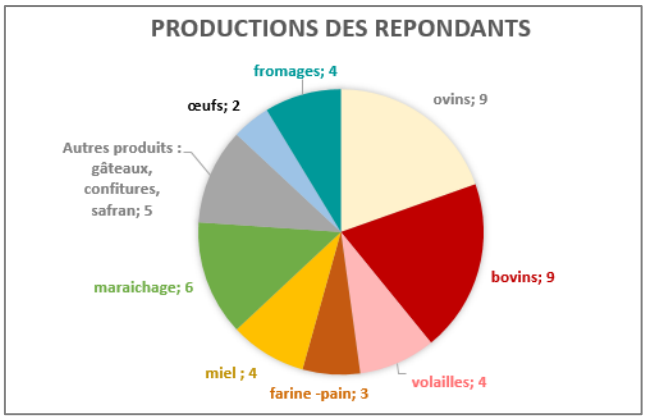


Figure 12 Productions détaillées des répondants - Enquête producteurs

On notera le passage de 33 répondants à 36, en raison de doubles productions (viande/miel, viande/fromage, viande/gâteaux). Cette séparation a été faite pour 4 producteurs dont nous avons pu avoir assez d'éléments sur les deux productions.

Les exploitations :

15 exploitations dans le **cadre familial,** dont tous les contre 11 hors cadre familial (26 réponses)

17 répondants sur 29 (59%) sont seuls à travailler sur l'exploitation

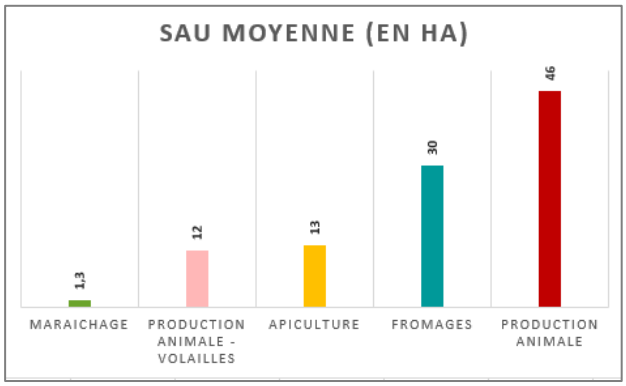


Figure 13 SAU Moyenne –- Enquête producteurs

La SAU des répondants varie de 0,08 à 90 hectares. La moyenne est de 27.3 hectares. **50% des agriculteurs interrogés ont une surface d'exploitation inférieure à 28 hectares.** Les plus petites surfaces correspondent en majorité aux exploitations de maraîchage.

(La catégorie « Autres produits » n'a pas été prise en compte dans le graphique ci-dessous en raison d'un seul répondant pour la question.)

Enquête consommateurs :

L'enquête consommateurs entre dans l'axe 2 : **Connaître les pratiques/attentes alimentaires de la population pour mieux créer de la synergie entre producteurs**

Le questionnaire a été diffusé durant le mois de mai 2018 (4 semaines). Le mode d'enquête était uniquement en ligne, ce qui s'est révélé être particulièrement pertinent. L'enquête a été diffusée par les mêmes biais que l'enquête producteurs.

Vingt-cinq commentaires ont été émis à la fin du questionnaire dont **11 qui saluent l'initiative,** preuve que les consommateurs sont demandeurs d'une information claire et sont sensibles au thème de l'alimentation. Cent répondants ont laissé leurs adresses mail pour recevoir plus d'informations quant aux résultats de l'enquête et au projet alimentaire.

Il est toutefois important de noter qu'une autre concertation en ligne, portée par la région Occitanie dans le cadre de la politique régionale de l'alimentation, thématique reconnue grande cause en 2018; s'est déroulée en même temps (d'avril à juin). Certaines questions posées étaient les mêmes (voir annexe n°4). L'enquête consommateurs sera donc complétée par les résultats cette enquête régionale.

- **190** répondants
- 90% répondants pour leur résidence principale
- Une majorité de réponses des habitants de la **CCAL et CCPL.**

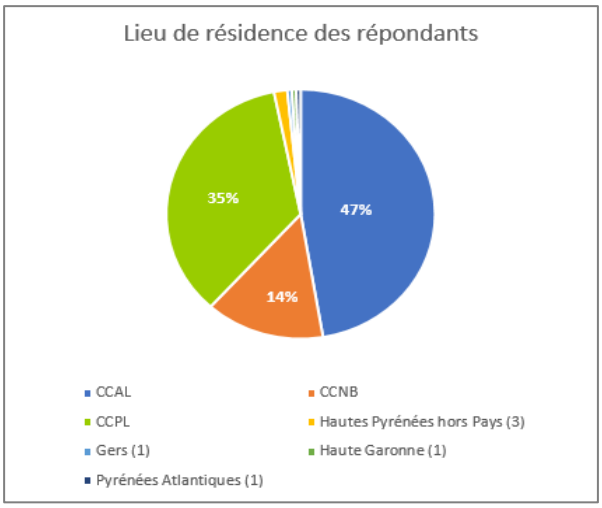


Figure 14 Lieu de résidence - Enquête consommateurs

- **Une diversité de profils socio-professionnels malgré :**
- Une majorité de **femmes (69%)**
- Une majorité **d'employés (63) et de retraités (43)**
- Une sous-représentation des personnes de moins de 30 ans
- (une seule personne de moins de 20 ans a répondu)

- **Revenu moyen mensuel** entre 1 000 et 3 000 euros / ménage (**2858€)**

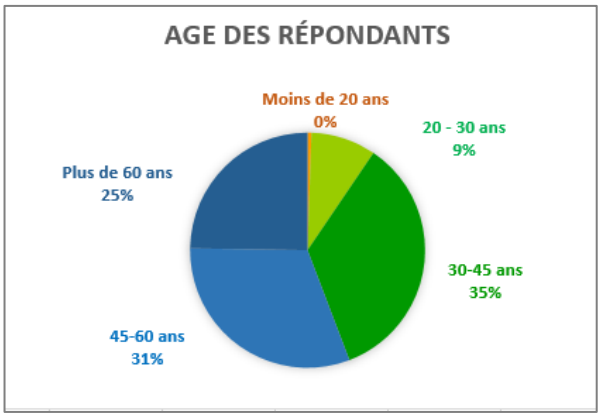


Figure 16 Age - Enquête consommateurs

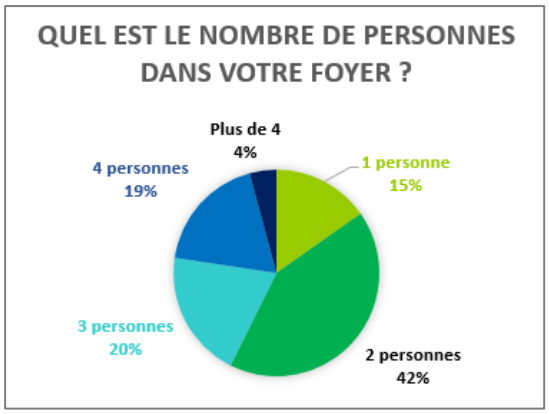


Figure 15 Nombre de personnes par foyer - Enquête consommateurs

Alimentation et budget :

Question récurrente lors de projets ou études autour des produits locaux, le prix des produits sera abordé dans les parties suivantes. Il convient donc de rappeler que la part du budget consacrée à l'alimentation est en baisse depuis les années soixante. La part du budget moyen mensuel consacré à l'achat de produits locaux représente encore une faible part du budget alimentaire global (environ ¼).

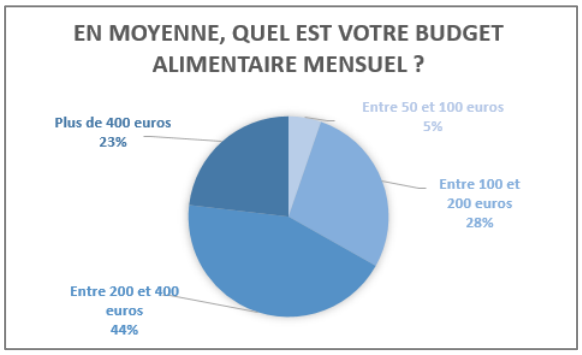


Figure 17 Budget alimentation mensuel moyen - Enquête consommateurs

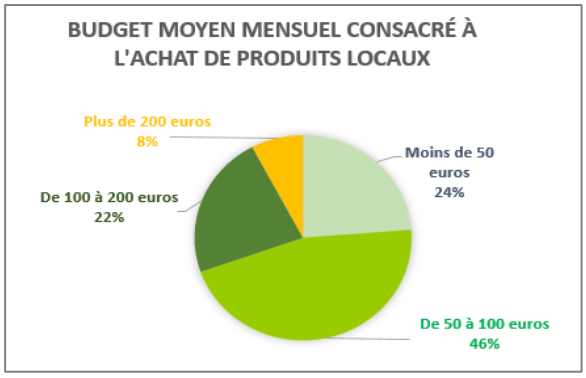
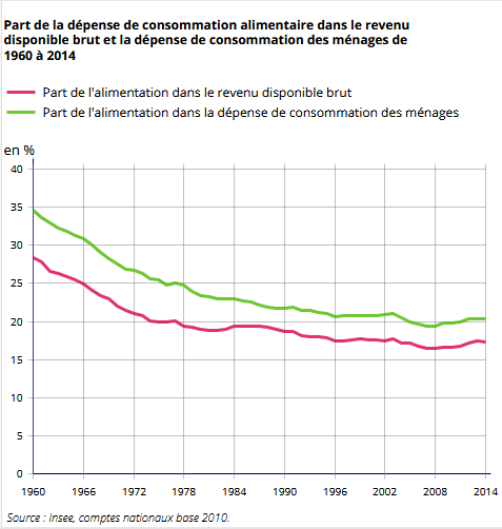


Figure 18 Budget alimentaire mensuel consacré à l'achat de produits locaux - Enquête consommateurs

Tendance nationale à la baisse de la part du budget consacré à l'alimentation



2.4 Le calendrier de travail

Novembre 2017:

Convention avec la DRAAF pour pré lancement du PAT du Pays des Nestes - Premières rencontres de travail

Janvier 2018

1er comité technique: présentation de la démarche, mise en place d'une méthodologie

Avril 2018

Définition de la méthodologie et liste d'acteurs à rencontrer - 10/04/18: 1er comité de pilotage : Validation par les membres des axes de travail - Elaboration des enquêtes producteurs et consommateurs

Mai 2018 :

Diffusion des enquêtes producteurs et consommateurs - Avancement du recensement des producteurs - Début des entretiens Restauration Collective et Justice sociale

Juin 2018 :

Analyse et traitement des données des enquêtes - Restauration collective et Justice sociale : Poursuite des entretiens - Travail sur la carte des producteurs en vente directe - 2ème comité technique : présentation des résultats des enquêtes et des avancées - 28 juin : 2e Comité de pilotage

Juillet 2018:

Restauration collective : Poursuite des entretiens et actualisation des données - Gaspillage alimentaire

Justice sociale et dons alimentaires : Poursuite des entretiens - Edition et diffusion de la carte des producteurs en vente directe - **Livraison pré-diagnostic à la DRAAF Occitanie**

Septembre 2018

3ème comité de pilotage : 27 septembre 2018 (livraison diagnostic auprès des membres du COPIL, première définition d'un plan d'action)

Novembre 2018 - Décembre 2018

Candidature à l'appel à projet Programme national pour l'Alimentation 2018-2019 + Candidature reconnaissance label PAT.

2.5 Liste des personnes rencontrées

Production

33 producteurs interrogés

Consommation de produits locaux

190 consommateurs répondants à l'enquête

Distributeurs :
- BioMan Alimentation
- Carré fermier
- BioCoop

Initiatives locales et justice sociale

Initiatives locales :
- Croquez local
- La ruche qui dit oui
- Paysans des Baronnies

Sensibilisation :
- GAB65
- Maison de la Nature et de l'Environnement 65

Justice sociale :
- Jardin de Cantaous
- Bio pour tous (GAB , Secours populaire)
- Restaurants du Cœur
- Secours Populaire

Restauration hors domicile

Restauration collective
- SCIC Resto Bio
- Conseil Départemental 65
- Légumerie CC Val d'Adour
- Plateforme Mangeons Hapy – Chambre d'agriculture 65

Restauration commerciale
- Balnéa
- Le Pré Vert
- Le Castera
- Le refuge de l'Oule, Le merlan

2.6 Définitions adoptées

Circuits courts

Le ministère de l'agriculture et de l'alimentation considère comme circuit court un « un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par **la vente directe du producteur** au consommateur, soit **par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire** entre l'exploitant et le consommateur. »

Justice sociale

Considérée comme l'un des quatre axes prioritaires du Programme National de l'Alimentation, La justice sociale, entendue dans ce champ d'action, s'intéresse à la répartition des ressources alimentaires et de l'accès à l'alimentation pour tous.

Restauration *hors domicile*

« La réglementation française distingue la restauration « commerciale » (restauration traditionnelle, cafétarias, libre-service, restaurations de type rapide) et la « restauration collective » caractérisée par la fourniture de repas à une collectivité de consommateurs réguliers, liée par accord ou par contrat. Ces deux entités composent la restauration hors foyer (RHF), appelée aussi restauration hors domicile (RHD). »[15]

La restauration collective regroupe 3 principales catégories : la restauration scolaire, la restauration d'entreprise et la restauration dans le domaine médico-social.

La restauration collective sera envisagée dans le second axe de réflexion qui est dédiée à cette problématique en raison du caractère mobilisateur et fédérateur de celle-ci, qui est notamment dû à une mise en marche des politiques publiques pour favoriser l'approvisionnement en produits locaux des restaurants collectifs.

La restauration commerciale s'inclura également dans ce volet, et sera rapprochée de l'activité tourisme, importante sur le territoire du Pays des Nestes.

[15] Sociétés de restauration collective en gestion concédée, en restauration commerciale et approvisionnements de proximité Rapport CGAAER n°16060, 62 pages

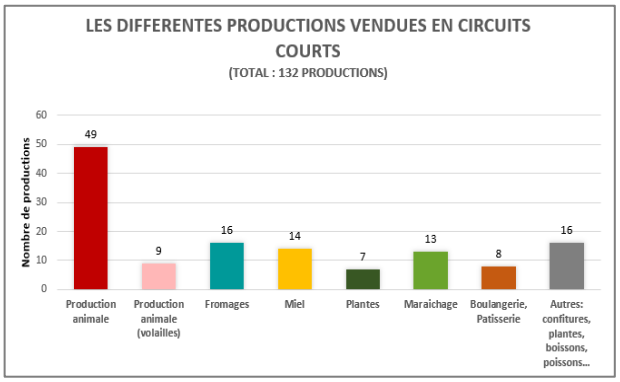
3. ETAT DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE EN PRODUITS LOCAUX

- Au niveau national, **1 producteur sur 5** vend en circuit court (21 % des exploitants)[16]
- A l'échelle de Midi Pyrénées, 19% des exploitations vendent une partie ou la totalité de leur production en circuits courts en 2010 (Agreste Midi Pyrénées, 2012) [17]
- **Les ventes en circuits courts représentent 10% du chiffre d'affaires départemental.** [18]

3.1 Etat de l'offre

RAPPEL METHODOLOGIE :

L'édition d'une carte des producteurs en vente directe du territoire était entendue dans la convention signée avec la DRAAF Occitanie pour le lancement du PAT. Un travail d'actualisation et de poursuite du recensement des producteurs a donc été effectué ; 126 producteurs ont donc été identifiés. On retrouve une majorité d'éleveurs, ce qui s'explique par la domination de cette production.



L'enquête producteurs a permis d'interroger 33 producteurs, soit près de ¼ des producteurs recensés.

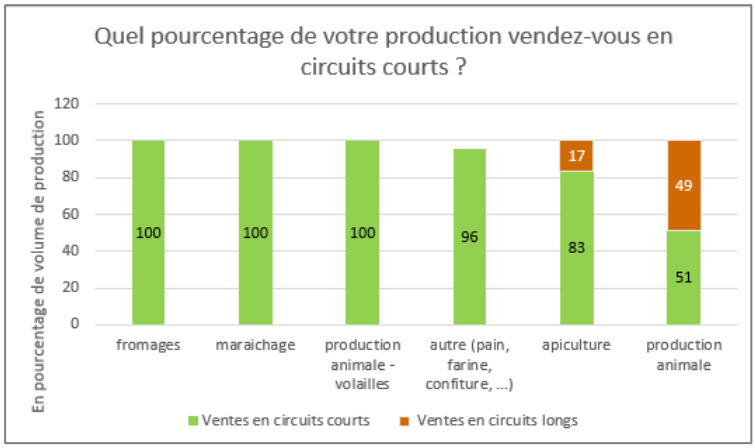
[16] Ministère de l'agriculture et de l'alimentation, http://agriculture.gouv.fr/consommation-manger-local-partout-en-france

[17] Agreste Midi Pyrénées, « les circuits courts de commercialisation », Données n°66, avril 2012

[18] *Charte Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, DDT65, Chambres d'agriculture 65, Association des maires des hautes Pyrénées, Conseil général 65, 2013, disponible sur : http://www.caue-mp.fr/espace-ressources/une-charte-agriculture-urbanisme-pour-les-hautes-pyrenees.html, p9*

3.1.1 Les ventes en circuits courts ou vente directe :

La demande existe, et les producteurs n'ont généralement pas de mal à trouver une clientèle.



Pour la catégorie « Autre », le taux n'arrive pas à 100% car toute la production n'est pas vendue pour certains artisans.

Nous notons que les volailles n'ont pas de mal à se vendre en circuits courts (vente directe principalement). Les maraichers et producteurs de fromages vendent également la totalité de leur production en circuits courts.

Figure 19 Pourcentage de la production vendu en circuits courts - Enquête producteurs

Les lieux de vente les plus répandus sont la vente en directe à la ferme pour 39% des producteurs et la vente sur les marchés (27%).

La majorité des producteurs se dirigent vers un ou deux segments de vente uniquement.

La multiplication de ceux-ci demande du temps de prospection et de logistique. Pour la restauration commerciale, l'origine du partenariat vient souvent du restaurateur. La motivation et l'engagement de ceux-ci sont souvent à l'origine de la présence de produits locaux dans les menus. Plusieurs producteurs relèvent aussi la **sélection des produits** (morceaux nobles, légumes moches) qui existe lors de la vente par d'autres segments de vente pour lequel il y a un intermédiaire (restauration, commerces…).

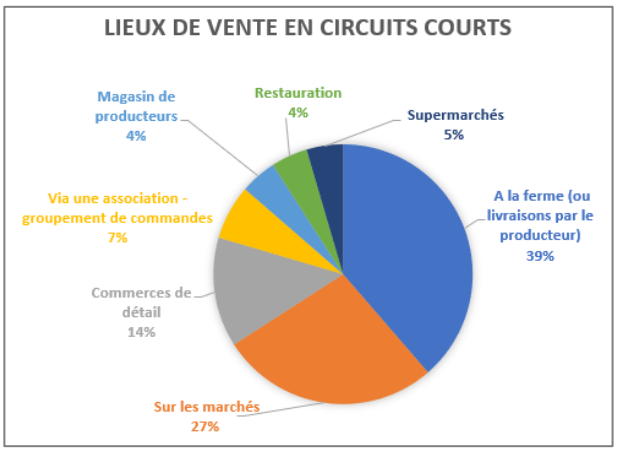


Figure 20Lieux de vente en circuits courts - Enquête producteurs

3.1.2 Des ventes et une communication qui ne prennent pas nécessairement appui sur les labels mais sur la relation directe producteur-consommateur

Beaucoup de producteurs s'appuient essentiellement – voire uniquement – sur le bouche à oreille pour **communiquer** autour de leurs produits. Les réseaux de connaissance sont très actifs, notamment au niveau des terroirs et sous entités géographiques (Baronnies, vallées…). La confiance induite par la connaissance des agriculteurs est une dimension importante.

La confiance et la communication orale des informations amène à un relatif désintéressement des producteurs pour la labellisation officielle. Ils n'en ont, de manière générale, pas besoin pour vendre leur production. Certains en reconnaissent toutefois la nécessité pour vendre leurs produits par d'autres biais (commerces de détail, magasins spécialisés et/ou biologiques). La majorité des producteurs disent toutefois avoir des pratiques raisonnées, et communiquent sur celles-ci dans les moments de rencontre directe avec le consommateur, instaurant ainsi une *« confiance réciproque entre producteurs et clients »* (Producteur)

> *Je ne veux pas du label Bio, donc je fais visiter pour faire preuve de mon travail est mieux que Bio »* *(Producteur)*

Les démarches qualité, entendues au sens large, sont toutefois plébiscitées. 6 producteurs sont labellisés AB, 4 ont le label rouge et 3 respectent le cahier des charges de Nature et progrès. 8 producteurs disent être dans une démarche d'agriculture raisonnée. Ce sont donc **21 producteurs sur 33** (au minimum) qui se sentent engagés dans une démarche qualité. La majorité des producteurs ayant une labellisation officielle la trouvent importante ou très importante.

La labellisation AB suscite des réactions quant à la difficulté de mise en œuvre (hausse des coûts, du prix final, difficultés d'approvisionnement). Le label AB est également parfois vu de manière critique (positionnement éthique, contestation des critères).

> *« C'est la qualité qui, à moindre coût et à moindre effort, assure la fidélité et le développement »*
> *(Producteur)*

3.1.3 Motivations et satisfactions des producteurs pour la vente en circuits courts

Les réponses aux questions « ***Quelles sont vos motivations à proposer vos produits en circuits courts ?*** » (31 réponses) et « ***Si vous éprouvez une satisfaction dans votre activité de valorisation des produits locaux, à quoi est-elle due selon vous ?*** » (27 réponses) se rejoignent et regroupent les mêmes idées. L'analyse ci-dessous ajoute donc le nombre d'occurrences de chaque idée dans les deux questions.

Idée	Nombre d'occurrences cumulées sur les deux questions
Maitrise du produit jusqu'à la vente, proposer un produit de qualité	38
Meilleure valorisation du produits, meilleurs revenus ou revenus plus diversifiés	30
Aspect relationnel : lien avec les consommateurs	27
Valorisation et reconnaissance du métier d'agriculteur	16
Facilité de mise en œuvre	14
Engagement pour une agriculture plus durable	6

Au-delà d'une facilité de mise en œuvre pour certains produits, en raison principalement du volume de production trop faible pour se diriger vers des circuits plus longs, les producteurs sont engagés dans les circuits courts pour d'autres raisons.

La **meilleure valorisation des produits,** l'augmentation des revenus et/ou leur diversification apparait 30 fois dans le discours des producteurs. Pour les éleveurs, qui sont bien souvent en situation de dépendance au marché agroalimentaire dans lequel les prix de revient sont bas, cet aspect est très important et est souvent à la raison qui a mené à proposer des produits en vente directe.

A travers la vente directe (ou en circuit court), la majorité des producteurs interrogés ressentent une satisfaction reliée à **la maîtrise de leur produit jusqu'à la vente**. Proposer un produit de qualité et pouvoir fournir une traçabilité directe au consommateur est un atout pour les enquêtés. Plusieurs d'entre eux soulignent l'importance d'instaurer une confiance avec le consommateur, qui se fidélise souvent.

Ce **lien avec les consommateurs**, dont nous avons parlé un peu plus haut, est plus directement souligné à 27 reprises. La vente directe, qu'elle ait lieu à la ferme ou sur les marchés, et « *la présence du producteur apporte[nt] une valeur ajoutée au produit* » *(Producteur).* Les producteurs sentent une envie de la part de leurs clients de consommer local. Les clients recherchent ce contact direct avec les personnes qui produisent sur le territoire du Pays des Nestes.

De ce contact avec le consommateur qui bien souvent émet un retour sur le produit participe du sentiment de **valorisation et de reconnaissance du métier d'agriculteur** (cité à 16 reprises).

En outre, certains producteurs et artisans alimentaires engagés dans des démarches de qualité touchant la plupart du temps à la question environnementale (agriculture raisonnée, utilisation de

produits certifiés) éprouvent de la satisfaction pour leur activité de vente en ce qu'elle représente un **engagement pour une alimentation plus durable** (cité à 6 reprises).

Lorsqu'on les interroge sur les difficultés pour les ventes en circuits courts, la majorité souligne la question du temps passé en présentiel ou sur des tâches de logistiques (appels aux clients, transports,) (70% répondants). Vendre en circuits courts suppose une polyvalence, et demande une bonne gestion du temps.

3.2 Etat de la demande

3.2.1 Fréquences d'achats et circuits de distribution

Où achetez-vous vos courses alimentaires et à quelle fréquence ?

Sans surprise, les moyennes et grandes surfaces sont les circuits de distribution les plus fréquentés pour les achats alimentaires. Environ 30% des consommateurs déclarent acheter **souvent** des produits locaux en **supermarchés.**

Les marchés sont également un circuit de distribution privilégié même pour un panier classique. 65% des répondants déclarent aller au marché souvent ou très souvent. **On retrouve donc les marchés comme le premier créneau de distribution des produits locaux.** Considérant ce résultat, nous nous pencherons plus en détails sur les marchés dans la prochaine partie (5. Renforcer l'accès aux produits locaux).

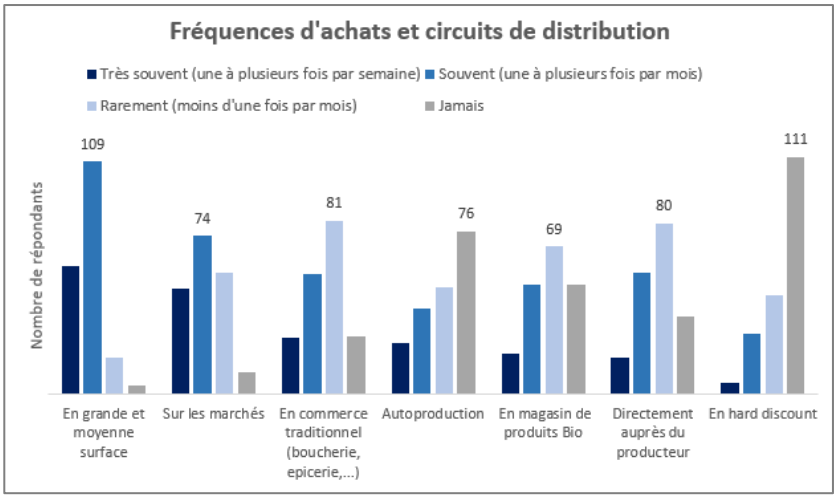


Figure 21 Circuits de distribution - Enquête consommateurs

Les achats en vente directe auprès du producteur se font de manière occasionnelle au regard des autres modes de commercialisation pour le panier classique (61% disent n'acheter que rarement ou jamais auprès du producteur directement. Cependant, il apparait en deuxième position pour les produits locaux. **On peut donc supposer que les consommateurs savent que les producteurs proposent des produits en vente directe. Ils ont parfois recours à ces ventes mais il s'agit toutefois d'un comportement peu fréquent dans la consommation alimentaire totale.**

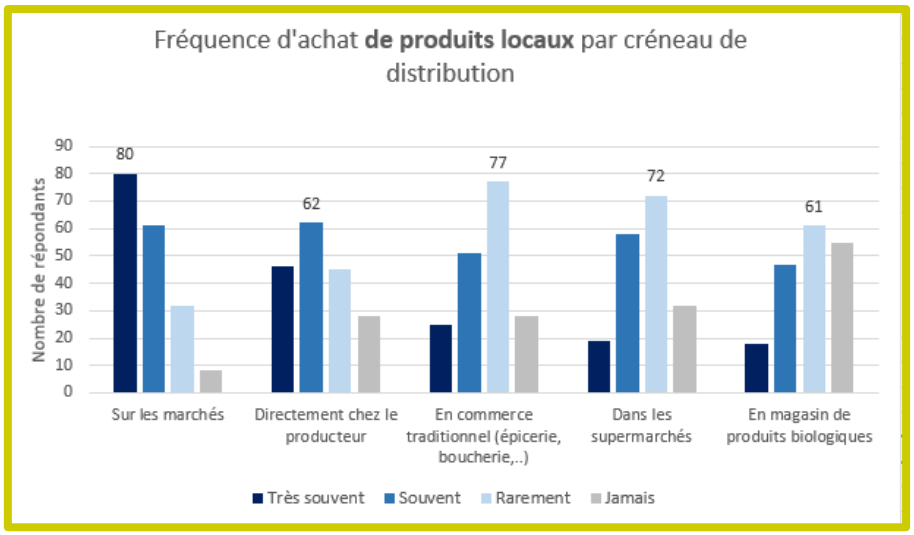


Figure 22 Créneaux de distribution pour les produits locaux - Enquête consommateurs

95% des répondants se disent **consommateurs de produits locaux**

Parmi ceux-ci, 47% disent en acheter régulièrement (toutes les semaines).

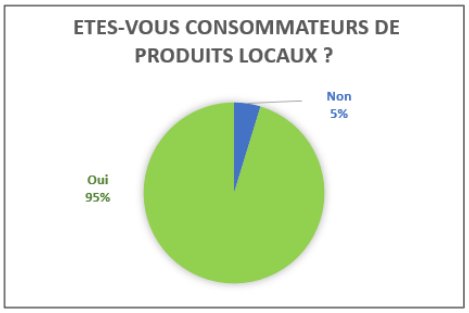


Figure 24 Consommation de produits locaux - Enquête consommateurs

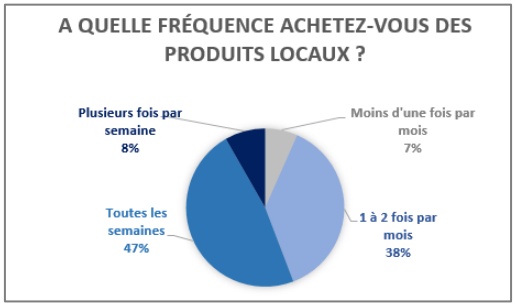


Figure 23 Fréquence d'achat des produits locaux - Enquête consommateurs

LES NON CONSOMMATEURS DE PRODUITS LOCAUX

Les consommateurs qui disent **ne pas consommer de produits locaux** (8) évoquent la **difficulté à les trouver** notamment en termes d'horaires et de manque d'informations et de mise en avant (5 personnes).

Quatre personnes évoquent le manque de temps et trois soulignent un prix trop élevé.

Deux personnes rapprochent les produits locaux uniquement de la viande.

Deux personnes font référence à la qualité des produits, qui ne donnent pas forcément des garanties.

3.2.2 Secteurs d'achats des produits alimentaires :

Principal bassin de vie du territoire avec l'attrait de Lannemezan, la **CCPL** est la communauté de communes la plus fréquentée pour les achats alimentaires.

La CCNB est la moins fréquentée, en raison notamment du manque d'un pôle urbain et d'une offre en commerces moins développée. Ce territoire est, de plus, tourné vers le Comminges. Cependant ces chiffres sont à relativiser en raison du faible taux de réponses des habitants de cette communauté de communes.

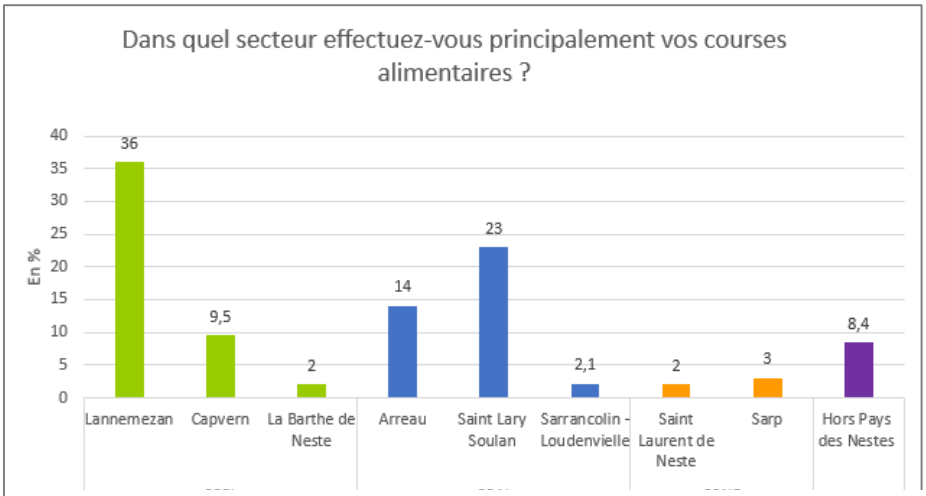


Figure 25 Secteur d'achats alimentaires - Enquête consommateurs

> *Pour les habitants du secteur Neste Barousse, le bassin de vie est aussi à cheval sur le Comminges et ses produits locaux (Consommateur)*

Secteurs d'achats des produits locaux :

Rappel : 47.5% des répondants font principalement leurs courses alimentaires sur la CCPL, 39% sur la CCAL

On remarque que les secteurs d'achats de produits locaux sont plus nombreux, plus variés.

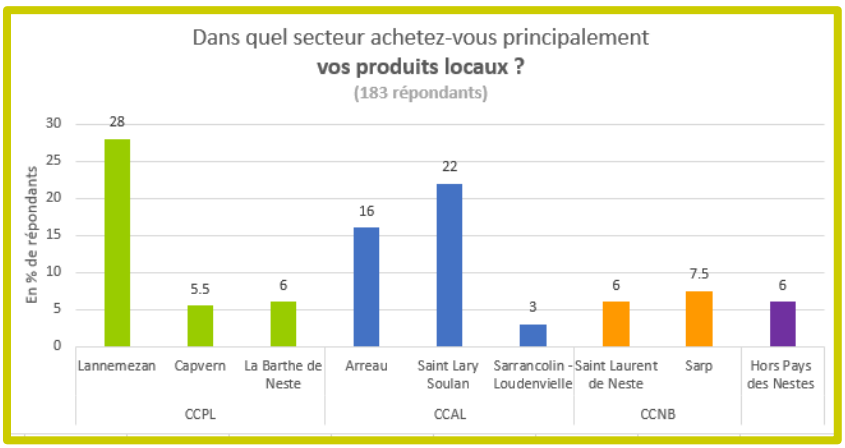


Figure 26 Secteurs d'achats de produits locaux - Enquête consommateurs

Lannemezan et Saint-Lary Soulan sont les secteurs où les consommateurs achètent le plus de produits locaux.

Des secteurs pas ou peu fréquentés pour le panier classique, sont ré-investis pour l'achat de produits locaux. Ainsi 6% des répondants affirment acheter leurs produits locaux principalement à la Barthe grâce au marché de producteurs du dimanche matin.

3.2.3 Produits achetés :

Les produits frais et les produits d'épicerie sont les produits les plus souvent achetés.

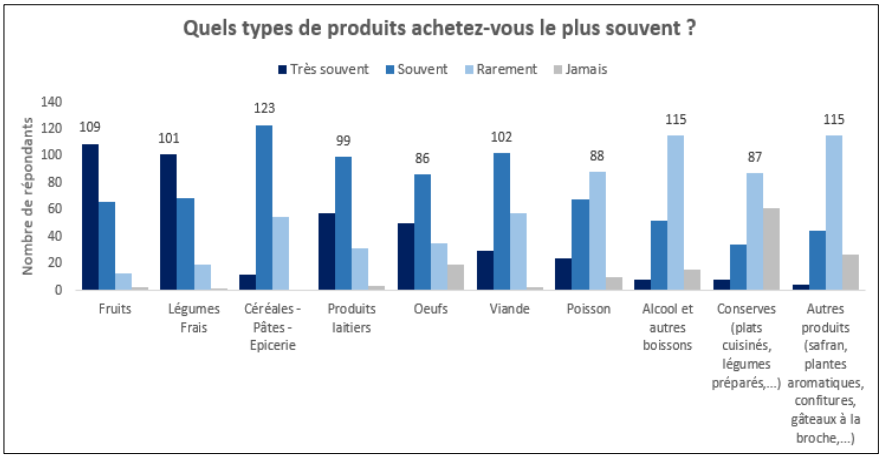


Figure 27 Produits achetés le plus souvent - Enquête consommateurs

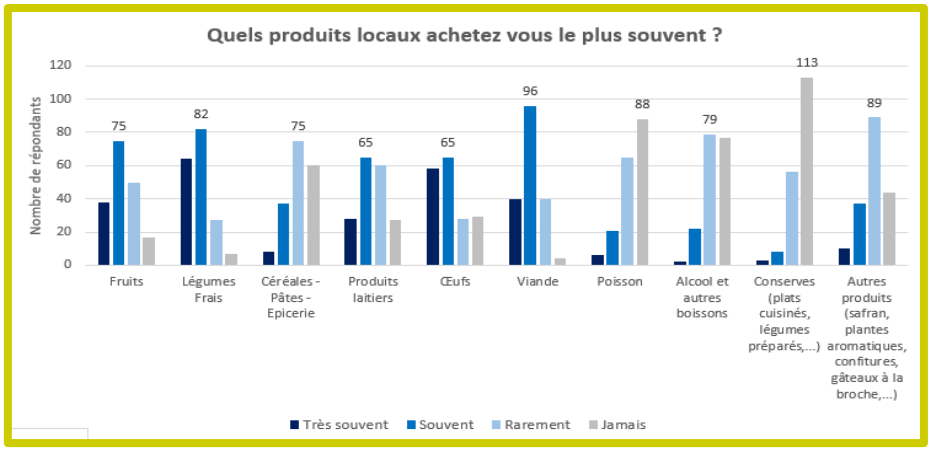


Figure 28 Produits locaux achetés le plus souvent - Enquête consommateurs

La viande, production majoritaire du territoire, est le produit le plus acheté localement. En effet, la production est majoritaire sur le territoire et les réseaux de connaissance et la vente au cas par cas avec un carnet de contacts fidélise et implique les clients.

Si les **fruits et légumes** sont très souvent achetés dans le panier classique, ils le sont moins souvent dans le panier de produits locaux. On peut supposer que les consommateurs ne parviennent pas toujours à acheter ces produits localement. Ils restent néanmoins le deuxième type de produits achetés de cette manière après la viande.

Les **produits laitiers,** pourtant achetés régulièrement, sont rarement achetés localement.

3.2.4 Motivations et satisfactions pour l'achat de produits locaux

Quels sont vos 3 principaux critères de choix lors de vos achats alimentaires ?
(question 5- 192 réponses)

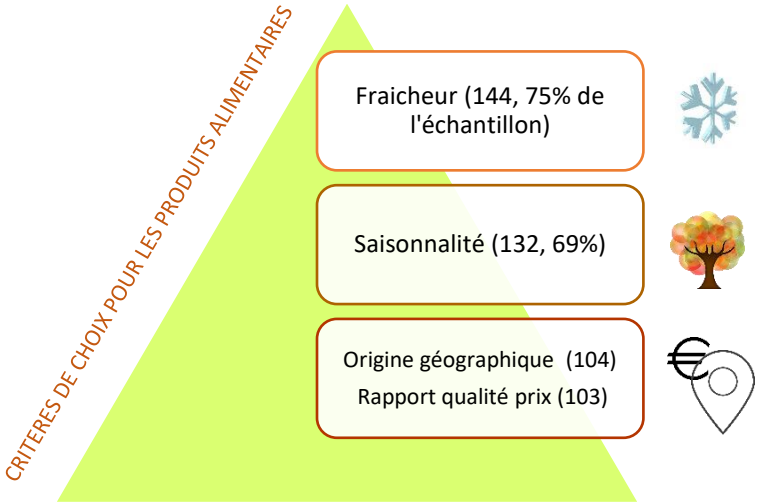


Figure 29 Critères de choix - Enquête consommateurs

L'origine géographique des produits est citée en troisième position pour les critères de choix déterminants pour les consommateurs, qui prouvent donc un intérêt pour la traçabilité des produits. **Acheter un produit fabriqué localement permet néanmoins de répondre aux deux premiers critères,** en ce que les kilomètres parcourus sont moindres ; le produit est donc plus frais, et peut être récolté – pour les fruits et légumes – à maturité.

On note toutefois que l'origine géographique est concurrencée par le rapport qualité prix. Plus que les bas prix (cité pour environ 6% des répondants), c'est **cet équilibre avec la qualité qui va être recherché**. La qualité semble se rapprocher d'atouts gustatifs (fraicheur) mais également de produits sains, bon pour la santé (cité par environ 39% des répondants).

La reconnaissance de la qualité par un **signe officiel** (Label Rouge, AB…) est importante pour seulement 1/3 des répondants environ. Seuls 2% des répondants citent la présence d'une marque renommée pour choisir leurs produits.

Consommer local est vu comme une pratique positive

En effet, quand on demande aux consommateurs leurs motivations pour consommer local, on note peu de réponses « Peu important » ou « Pas important » quelques soient les affirmations proposées.

Néanmoins, on distingue le **« soutien à l'agriculture locale »** comme première motivation des consommateurs du Pays des Nestes. Cela rejoint ce qui a été dit un peu au-dessus à propos des réseaux de connaissance, et de la forte place qu'occupe encore actuellement l'agriculture sur le territoire.

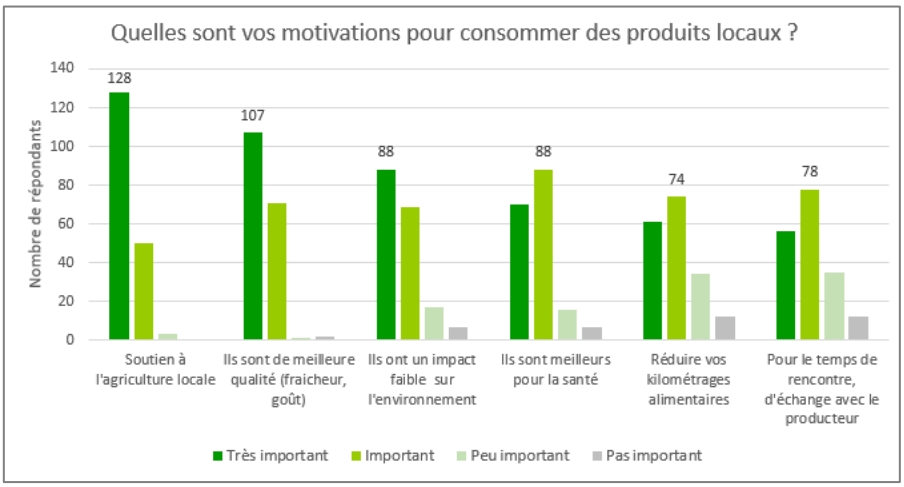


Figure 30 Motivations pour l'achat de produits locaux - Enquête consommateurs

> *« Ce qui me semble important, c'est que les producteurs soient rémunérés correctement et ne deviennent pas des bienfaiteurs de l'humanité incapables de subvenir à leurs propres besoins. C'est la condition pour qu'ils continuent à produire localement de bons produits. »* (Consommateur)

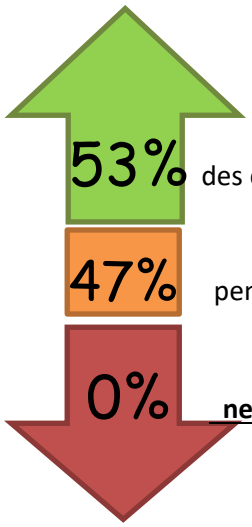
3.4 Tendances de consommation

3.4.1 Une hausse globale de la demande

Depuis une dizaine d'années, on remarque une montée des préoccupations quant à la question du bien manger et de la qualité des aliments consommés. Comme nous l'avons vu plus haut, les circuits courts sont globalement vus comme quelque chose de positif car ils permettent premièrement de recréer du lien avec le producteur, donc de connaitre davantage l'origine du produit. Le côté « santé » d'un produit moins transformé chimiquement est aussi important. Un mouvement général se développe, un travail sur le développement de la **consommation de produits locaux a donc un aspect mobilisateur et pourra s'appuyer sur l'enthousiasme que le projet suscite.**

> *« Il y a une envie, un mouvement de fond qui s'intéresse à notre travail »* (Producteur)
>
> *« Une grande majorité de personnes se soucient de plus en plus du ''bien manger'' et on veut tous favoriser l'économie locale … tout le monde y gagnerait … »* (Consommateur)

Comment pensez-vous faire évoluer votre consommation de produits locaux dans l'année à venir ?



53% des consommateurs souhaitent augmenter leur consommation de produits locaux

47% pensent la maintenir

0% **ne dit vouloir la diminuer**

Une forte demande pour les fruits et légumes

Quand on demande aux consommateurs quels produits locaux ils souhaiteraient acheter et consommer davantage, on remarque **une forte demande pour les légumes et fruits frais, suivis de productions animales (viande, œufs, produits laitiers…).** Il s'agit principalement de produits bruts. Les produits transformés suscitent un intérêt moindre.

Comme expliqué au-dessus, **la production de fruits et légumes est minoritaire** et difficile sur le Pays des Nestes. Accompagner la structuration de la filière peut en conséquence, être pertinente au vu de la demande et sera à envisager sur un temps plus long. Les départements du Gers et de la Haute Garonne ont des volumes de productions plus conséquents. On retrouve des producteurs de ces départements sur le marché de Lannemezan notamment.

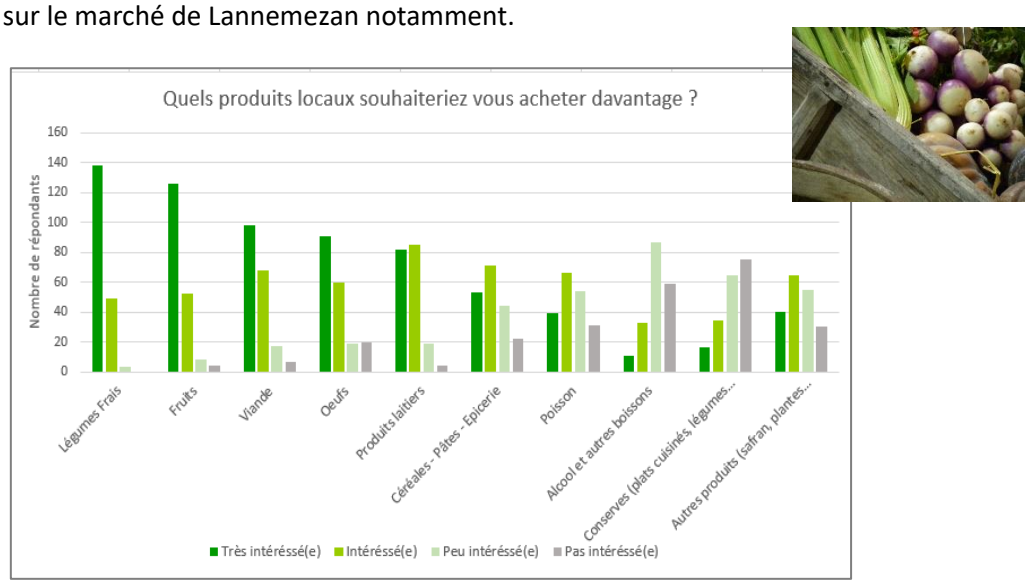


Figure 31 Quels produits locaux souhaiteriez-vous acheter davantage ? - Enquête consommateurs

La recherche de lieux présentant une diversité de produits :

La réponse « un marché dédié aux produits locaux » a été choisie 89 fois (47% des répondants). Les marchés sont le principal créneau de distribution des produits locaux qui satisfait globalement les producteurs et les consommateurs. La demande semble donc porter davantage sur **une identification simplifiée des produits locaux sur les marchés et un regroupement de ceux-ci au même endroit**.

Il en va de même pour les supermarchés, dans lesquels existent déjà des initiatives, mais peu visibles et peu conséquentes. Développer ce créneau de vente intéresserait près de 50% des répondants.

La réponse la plus citée est un magasin de producteurs (citée par 163 personnes sur les 190 répondants).

Encore une fois, ce résultat détonne **d'une demande de regroupement de l'offre dans un même espace.** On peut rapprocher ce résultat d'une habitude sociétale d'optimisation du temps mais également de la spécificité du territoire. En effet, tous les secteurs ne sont pas accessibles rapidement et facilement. Regrouper les produits locaux permet **d'éviter de multiplier les déplacements.**

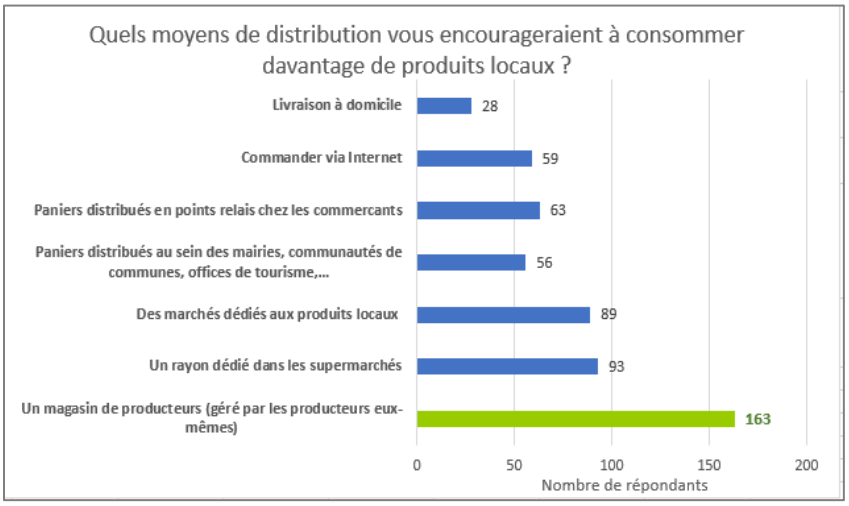


Figure 32 Moyens de distribution - Enquête consommateurs

3.4.2 La question du prix

Qu'il s'agisse de produits locaux, régionaux ou biologiques, l'argument budgétaire apparait souvent dans les débats autour de l'accès à une alimentation saine et de qualité. Les producteurs soulèvent également la question du prix. Les éleveurs ressentent la **concurrence de la grande distribution**, le prix au kilogramme de leurs produits étant supérieur pour combler leurs charges. Les artisans alimentaires disent également ressentir parfois une difficulté à vendre à cause du prix. La communication sur la qualité fournie par les producteurs et fabricants lors des rencontres en direct avec les consommateurs est alors déterminante.

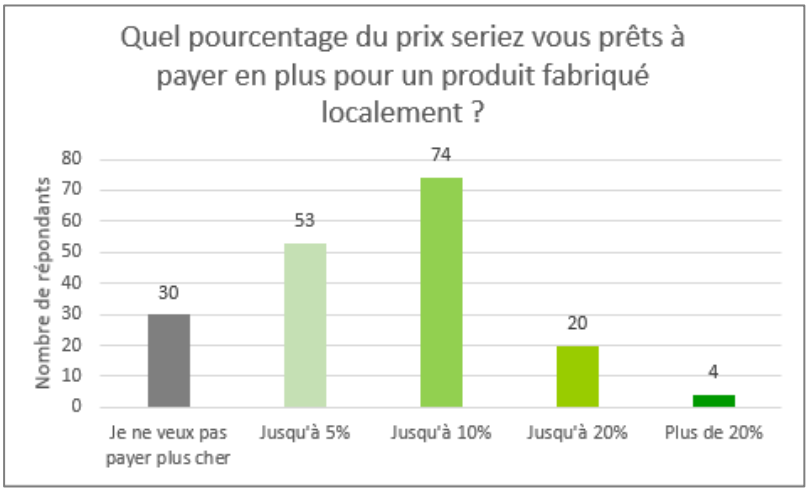


Figure 33 Capacité de surcoût - Enquête consommateurs

En effet, **davantage que le bas prix, c'est le rapport prix - qualité qui est considéré lors des actes d'achats**. Les consommateurs du Pays des Nestes semblent être majoritairement en capacité d'accepter un léger surcoût, pour avoir un produit de qualité, et qui soutienne l'économie locale. 67% des répondants se disent prêts à payer un produit local 10% plus cher que le prix « grande distribution ».

3.4.3 Jours, horaires et distances :

Quel(s) jour(s) de la semaine vous conviendrai(en)t le mieux pour faire vos achats en produits locaux ? *(192 répondants)*

✓ *Mercredi*

pour 34% des répondants

✓ *Vendredi*

pour 38% des répondants

✓ *Samedi*

pour 60% des répondants

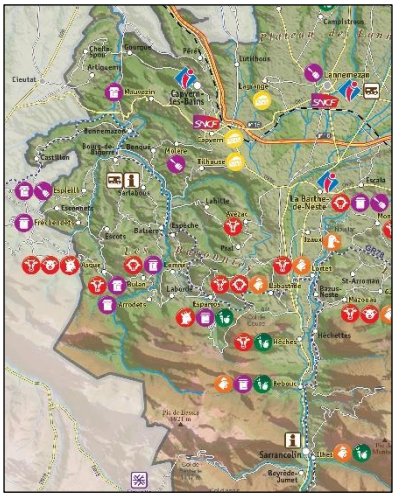
De préférence **le matin** (38%) et **en soirée** à partir de 18h (31%)

Le principal frein de mon foyer à la consommation de produits locaux est le budget alimentaire mensuel … Mais aussi le fait de ne pas avoir, par exemple, un magasin dédié (et correct en coût) qui soit ouvert à des horaires assez larges. (Consommateur)

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

- Le second comité de pilotage (28/06/2018) a amorcé la réflexion quant aux **horaires d'ouverture** des grandes surfaces. Le comité pourrait suggérer aux maires des communes de limiter les ouvertures des enseignes de grande distribution les dimanches et jours fériés afin de ne pas mettre à mal la fréquentation des marchés, premier créneau de distribution des producteurs locaux.
- La mise par écrit d'un calendrier commun pour les dates de marchés.

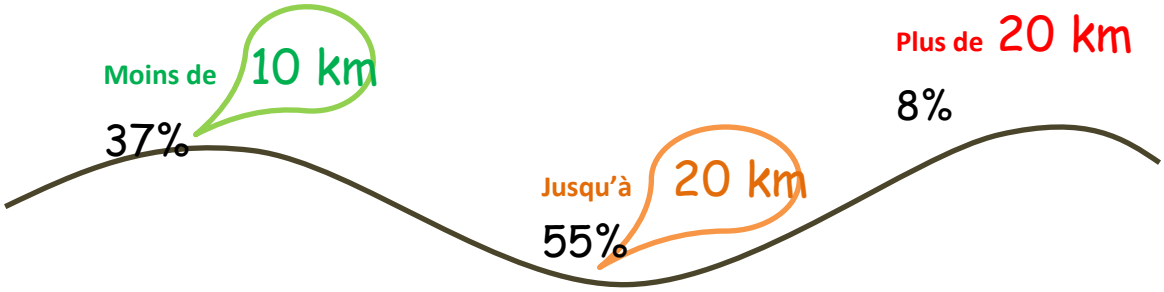
La distance



On constate donc une demande pour des lieux présentant une diversité d'offre importante. Ce résultat est à remettre dans le contexte majoritairement rural du territoire. Les trajets domicile-travail ou domicile-zone de consommation convergent majoritairement vers Lannemezan, polarité principale du territoire. Contrairement à un milieu urbain dense, le consommateur a accès à une **offre plus disséminée dans le territoire** comme on peut le voir sur la carte des producteurs en circuits courts (ci contre).

La distance kilométrique implique également un temps de trajet parfois peu compatible avec les horaires journaliers de vente. Le Pays des Nestes présente certains secteurs, non situés à proximité d'un axe routier important, dont **l'isolement peut être une contrainte pour la fréquentation**. Certains producteurs soulignent cet aspect comme une difficulté pour la vente directe.[19] Le recours systématique à la voiture peut également être un problème pour certains consommateurs. Les navettes proposées par les mairies et communautés de communes vers les marchés étaient et sont utilisées par les personnes âgées notamment.

Combien de kilomètres êtes-vous prêts à faire pour acheter vos produits locaux ?



/

Le prix, les horaires et disponibilités ainsi que la distance kilométrique aux produits locaux sont à penser. Pour leurs achats alimentaires, les consommateurs cherchent la facilité et une bonne optimisation du temps.

[19] Deux producteurs des Baronnies et un de la vallée d'Aure.

Cependant, comme on a pu le voir un peu plus haut, **les critères qualité apportent une valeur ajoutée pour laquelle le consommateur adapte ou peut adapter ses pratiques**. Face à ces freins, la connaissance des producteurs et la sensibilité des consommateurs peuvent être des leviers pour la réussite d'une action.

EN RESUME : Attentes des consommateurs

Prix raisonnable et juste pour les producteurs

+

Offre diversifiée dans un même lieu

+

Accessibilité : **Horaires et jours** d'ouverture adaptés, faible distance kilométrique

+

Produit de qualité garanti par la proximité avec le producteur

3.5 Réflexions sur le local et l'identité alimentaire du territoire

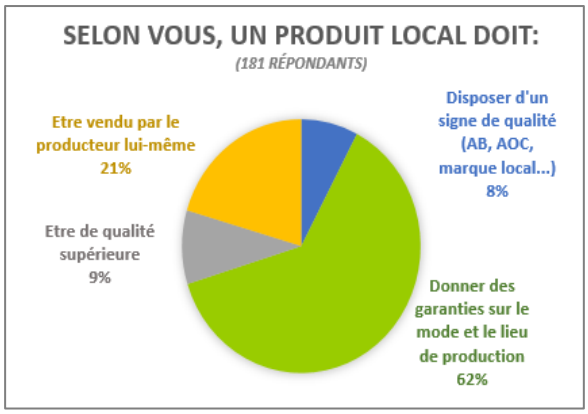
Le Pays des Nestes travaille depuis un certain temps sur des thématiques alimentaires et l'agriculture y est fortement présente. Il semblait donc intéressant d'interroger les représentations des habitants sur les produits locaux.

La question des limites du local a été récurrente lors de l'élaboration de ce diagnostic. Le recensement puis l'enquête se sont centrées sur les producteurs dont le siège de l'exploitation était situé dans le Pays des Nestes. Nous n'avons en ce sens pas pu prendre en compte la participation de producteurs situés en dehors du territoire lors des enquêtes statistiques. Les concernés ont fait part d'une légère d'incompréhension.

> *Il faudrait une meilleure définition du local …*
> *(Consommateur)*

La proximité kilométrique avant tout :

Une grande majorité de répondants (91%) voit un produit local comme un produit cultivé, ou animal élevé à proximité du domicile, donc **à une distance kilométrique restreinte**. Plusieurs collectivités et chercheurs s'accordent sur la distance de 80 kilomètres, qui serait assez large pour permettre des volumes de productions intéressants, ou sur les limites du bassin de production, notion que chaque territoire doit définir en fonction des spécificités.



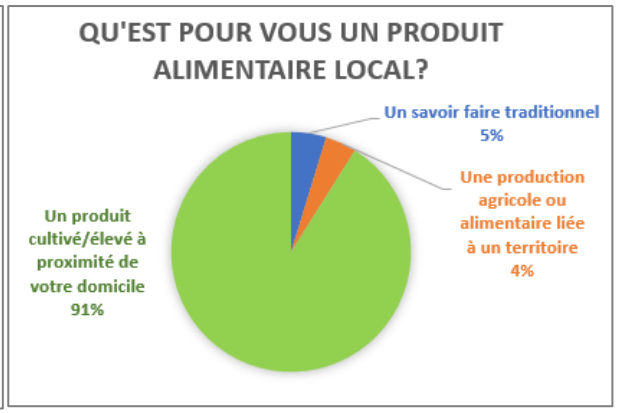


Figure 34 Un produit local doit ... - Enquête consommateurs *Figure 35 Un produit local c'est ... - Enquête consommateurs*

Pour 62% des répondants, un produit local donne des garanties sur le mode et le lieu de production. Selon eux, il répond donc à la demande de traçabilité et de qualité.

21% des consommateurs ayant répondu jugent important qu'un produit local soit **vendu par le producteur lui-même.** Les associations faisant le lien entre les deux (Croquez Local, La ruche qui dit oui) ont intégré cet aspect au moment des distributions, pendant lesquelles un producteur au minimum doit être présent. Cette présence permet de communiquer sur la qualité du produit, et de développer des relations de confiance et de fidélité.

L'identité alimentaire du territoire

- ***Quel est ou quels sont selon vous les produits alimentaires caractéristiques du territoire ?***

- **Viande** – 174 occurrences
  - Le mot « viande(s) » cité 76 fois
  - Bovins – 41 fois dont le mot « veau » cité 13 fois
  - Ovins – 57 fois donc le mot « agneaux » cité 29 fois
  - Le « Porc Noir » est cité 36 fois
- **Fromages** – 69 occurrences
- **Gâteau à la broche** – 33 occurrences et 7 pour les tourtes
- **Haricot tarbais** – 22 occurrences
- **Miel** – 26 occurrences
- **Oignon de Trébons** – 5 occurrences

Un seul plat traditionnel est cité, il s'agit de la **garbure** avec 7 occurrences.

La réponse a cette question était libre. Le fort taux d'occurrences de la viande et des fromages montre bien que **le lien avec l'activité agricole est toujours présent. Seuls** 11 personnes n'ont pas cité de produits ou de plat.

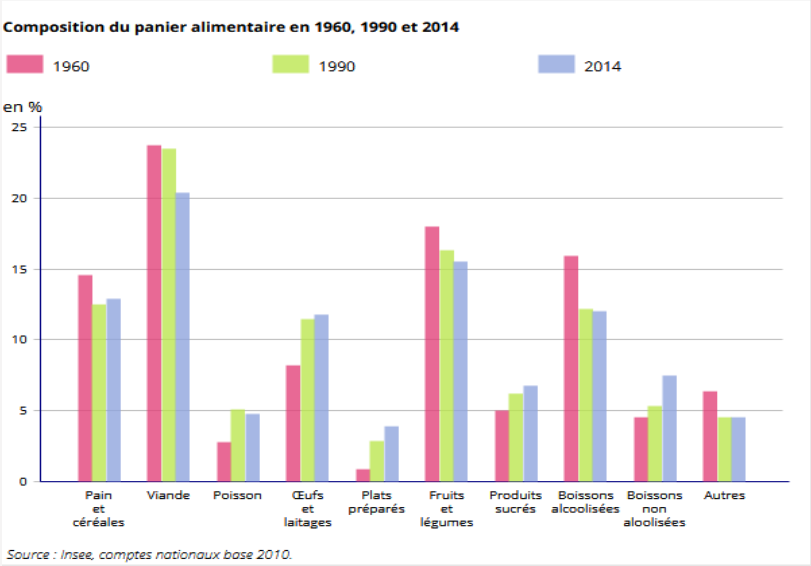
L'association des produits locaux à la viande pousse 2 répondants à se considérer comme « non consommateurs de produits locaux ». Bien qu'anecdotique dans les réponses, la baisse de consommation de viande est une tendance nationale.

« Mis à part des produits provenant de l'animal, quel est le choix dit "local" ? »

« Nous ne sommes pas consommateurs de viande donc nous n'en n'achetons pas »

DES EVOLUTIONS DANS LES MODES DE CONSOMMATIONS A PRENDRE EN COMPTE

Au niveau national, on constate une **baisse de la consommation de viande**, et l'augmentation de celle des plats préparés, principalement achetés par le biais de la grande distribution.



4. DES SYNERGIES A ETUDIER ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE

4.1 Structurer pour développer les ventes en circuits courts

A la question **« Souhaiteriez-vous renforcer la part de vos ventes en circuits courts dans les années à venir ? »,** seulement 7% des répondants répondent par la négative. Cependant presque la moitié des personnes enquêtés font référence à leur volume de production, dont les limites sont déjà atteintes (et vendues la plupart du temps). Dans la majorité des cas, les producteurs soulèvent des difficultés pour le développement de leurs ventes en circuits courts.

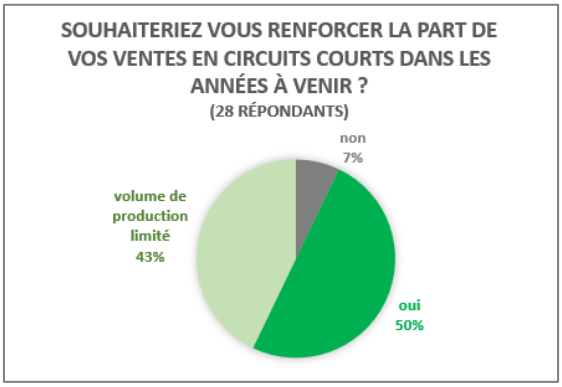


Figure 36 Renforcement des ventes en circuits courts - Enquête producteurs

Les éleveurs plutôt favorables mais contraints :

7 des 10 éleveurs (production animale hors volailles) ayant répondu à la question souhaiteraient renforcer leurs ventes en direct. Aucun n'a répondu par la négative, les 3 autres ont fait allusion à la complexité de la logistique à mettre en œuvre (abatage, transformation, réalisation des ventes).

Les maraichers tributaires du volume de leur production :

Tous les maraichers interrogés vendent actuellement la totalité de leur production en circuits courts (marché, paniers et ventes à la ferme). Travaillant sur une zone aux caractéristiques climatiques parfois compliquées, les cultures sont très variées, pour diminuer les risques. La charge de travail demandée pour l'exploitation est importante. Le volume de production et la surcharge de travail est donc le principal frein à travailler pour le développement de la filière.

/Le travail autour de la structuration des filières doit se pencher prioritairement sur ces deux filières que sont la viande et le maraîchage. La première parce qu'il s'agit de la production majoritaire, reconnue par les habitants, et qu'elle connait des difficultés pour augmenter les ventes en circuits courts. La seconde doit également être pensée car les fruits et légumes sont minoritaires et pourtant recherchés sur le Pays des Nestes. Produit d'appel et fédérateur, il serait intéressant de pouvoir s'appuyer sur cette filière pour lancer une véritable dynamique autour de la consommation en produits locaux.

4.2 La viande : produit majoritaire et emblématique du territoire

/

4.2.1 Les ventes en circuits courts se développent mais restent encore minoritaires :

- 50% des éleveurs hors volailles vendent **moins de 30% de leur production en circuits courts** (la moyenne est cependant de 46.5% vendue en circuits courts en raison d'un éleveur de petite taille vendant la totalité de sa production par ce biais)

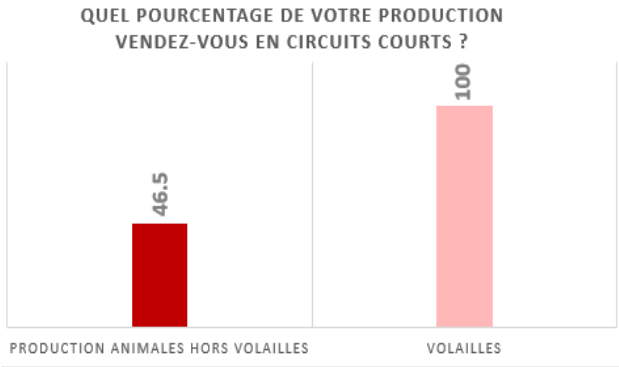


Figure 37 Pourcentage vendu en circuits courts (EP - Viande)

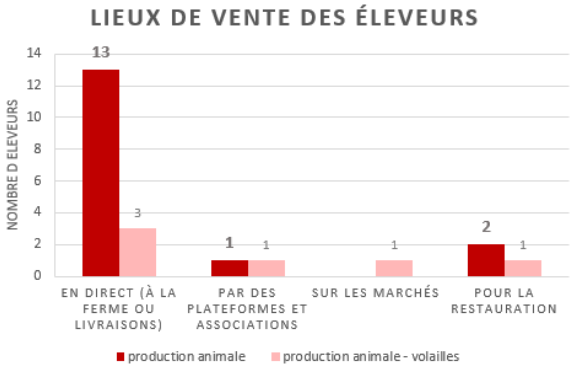


Figure 38 Lieux de vente (EP- Viande)

- 100% des éleveurs (hors volailles) interrogés recourent à la **vente en direct à la ferme,** souvent organisée de la même façon, qui consiste à appeler une liste de clients en amont de l'abattage, pour ensuite distribuer la viande découpée en caissettes. Un éleveur pratique la livraison à domicile.

4.2.2 Une vente en directe qui valorise le produit et le travail de l'éleveur

La majorité des éleveurs évoquent **une meilleure valorisation de leurs produits**, vendu à un prix qu'eux-mêmes fixent eux-mêmes. Les revenus sont donc meilleurs par ce biais. La vente en direct est vue comme la solution la plus facile à mettre en œuvre (irrégularité des ventes, contraintes sanitaires empêchant d'aller vendre sur le marché…).

Plus de la moitié des éleveurs interrogés (9 sur 15) lient la satisfaction dans leur activité de vente avec la **reconnaissance et la valorisation de leur métier**. Le lien avec la clientèle, fidélisée, est important. Les éleveurs disent avoir ainsi un retour sur la qualité de leurs produits. La maitrise de leur produit et la traçabilité pour les consommateurs est également un aspect récurrent dans le discours des éleveurs interrogés.

La vente à la restauration, commerciale comme collective, ne suscite pas l'enthousiasme des éleveurs interrogés qui soulèvent la question de la sélection des morceaux, et donc de la gestion des pertes ou morceaux non voulus.

4.2.3 Abattage et transformation : Des infrastructures éloignées au coût important

Lieu d'abattage (hors volailles) *12 réponses*	
Saint Gaudens	5
Bagnères de Bigorre	4
Lourdes (Coopérative des Gaves)	2
Saint Gaudens - Bagnères de Bigorre	1

Lieu d'abbatage en fonction du lieu d'exploitation (hors volailles)	
CCAL	**6**
Bagnères de Bigorre	2
Saint Gaudens	***3***
Saint Gaudens - Bagnères de Bigorre	1
CCNB	**2**
Saint Gaudens	2
CCPL	**4**
Bagnères de Bigorre	2
Lourdes (Coopérative des Gaves)	2

Figure 39 Lieux d'abattage (EP – Viande)

Les éleveurs se dirigent vers les abattoirs de Bagnères de Bigorre et de Saint Gaudens (Peyssies dans la Haute Garonne pour la viande chevaline). Les producteurs de la CCNB semblent se diriger plus facilement à Saint Gaudens, par proximité géographique. L'isolement des exploitations des vallées d'Aure et du Louron oblige les producteurs à parcourir des distances importantes (distance Arreau–Saint Gaudens = 54km).

La Coopérative des Gaves est vue comme un outil performant, permettant l'abattage et la transformation (découpe notamment) mais le coût du service et parfois important et se répercute sur le prix de la viande. (distance La Barthe de Nestes – Lourdes = 58km)

La **logistique** (charge de travail, coût du trajet, outils de transports réfrigérés et non seulement isothermes) est un aspect important pouvant dissuader les éleveurs à augmenter le taux de leur production vendue en circuits courts, en raison de la **répercussion des coûts sur le prix de vente**, trop cher par rapport aux prix proposés dans la grande distribution notamment.

50% des éleveurs interrogés font référence au manque d'une salle de découpe de proximité.

Les membres du comité de pilotage ont soulevé qu'il serait intéressant de travailler à l'évaluation des besoins et la faisabilité d'un nouvel outil d'abattage ou de découpe, destiné en priorité aux éleveurs dont le lieu d'exploitation est relativement isolé.

Partant du même constat d'un manque de salle de découpe (hors abattoir de Saint Gaudens), un projet de création de salle de découpe-transformation multi-viande sur la commune de Gourdan Polignan est en réflexion dans le cadre de l'élaboration du PAT Comminges porté par la communauté de communes des Pyrénées Hautes Garonnaises.

> *Dans le cadre du projet de valorisation des circuits courts, l'ancien Haut-Comminges avait lancé en 2014 une étude pour la création d'un atelier de découpe suite au constat que les éleveurs souhaitent réaliser de plus en plus de vente directe. (…) Il s'agirait de créer un outil permettant aux éleveurs qui le souhaitent de valoriser leur production animale. Afin de rapprocher le consommateur du producteur, l'atelier de découpe pourrait proposer aux éleveurs de découper et conditionner leurs carcasses, de transformer la viande voire d'aller jusqu'à la vente »*
> *(Site internet de la CC Pyrénées hautes Garonnaises, porteur du PAT Comminges)*

Pour **l'abattage des volailles**, le faible taux de réponses (4) ne peut nous amener à des conclusions représentatives. Deux éleveurs ont leur propre salle d'abattage. Dans les autres cas, les éleveurs utilisent les abattoirs de Saint Gaudens ou Orieux à l'Ouest.

La viande, production majoritaire du territoire, **est le produit local le plus acheté**. L'image du territoire peut s'appuyer sur cette production. Pour les consommateurs, la qualité du produit est concomitante non seulement du mode d'élevage, mais également du mode d'abattage. La proximité des outils est également une valeur ajoutée pour la qualité et les ventes.

> *Un abattoir est un service public, autant pour les éleveurs, les commerçants que les consommateurs. Que pensez-vous d'un animal qui fait 300 à 400 km en camion, stress, souffrance…*
> *(Consommateur)*

ENBREF :

Elevage : des difficultés pour les ventes en circuits courts

- Des installations faites majoritairement dans le cadre familial
- Une clientèle souvent fidélisée et appelée au cas par cas
- Une majorité d'éleveurs se tournent vers la vente directe sur l'exploitation (organisation, contraintes sanitaires)
- Vente de la totalité de la production en circuits courts pour les volailles
- Les coûts d'abattage et de découpe (service et transports) provoquent une hausse du prix de la viande, parfois rédhibitoire pour les consommateurs (concurrence des grandes surfaces) et qui limitent le développement des ventes en direct.
- 50% des éleveurs interrogés font référence au manque d'une salle de découpe de proximité
- 7 éleveurs sur 10 espèrent renforcer les parts de ventes en circuits courts dans les années à venir

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Etude approfondie des attentes des éleveurs sur notre territoire (volumes, lieu, prix…)

Se rapprocher du PAT Comminges : suivi du projet d'outil d'un outil de découpe

Engager un travail de réflexion du produit viande dans la restauration commerciale

4.3 Fruits et légumes : une offre déficitaire mais recherchée par les consommateurs

6 maraîchers ont répondu à l'enquête ; 3 sont situés sur la CCPL et 3 sur la CCAL

13 maraîchers ont été recensés sur le Pays des Nestes

Des activités récentes : Une seule exploitation était installée avant 2013 et 4 répondants sur 6 se sont installés durant les deux dernières années dont 1 seul dans un cadre familial.

4.3.1 Une production vendue sans difficulté et à proximité des lieux de productions

Les maraîchers interrogés n'ont pas de mal à trouver une clientèle, qui souvent se fidélise assez rapidement. **Toute leur production est vendue en circuits courts de proximité**, puisque la majorité des produits se vendent dans un rayon de 50 kilomètres. Ils ne rencontrent **pas de difficultés majeures pour la vente en circuits courts** et vente directe, même si le temps de vente et de logistique demande une bonne organisation.

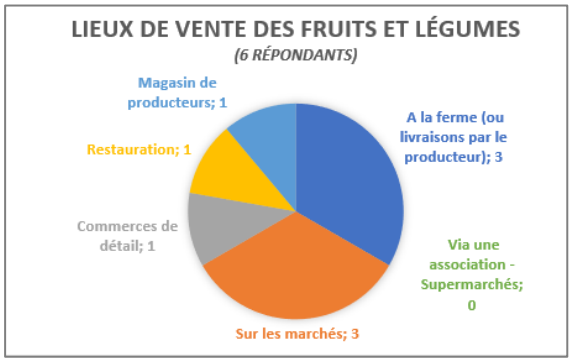


Figure 40 Circuits de distribution (EP -Maraîchage)

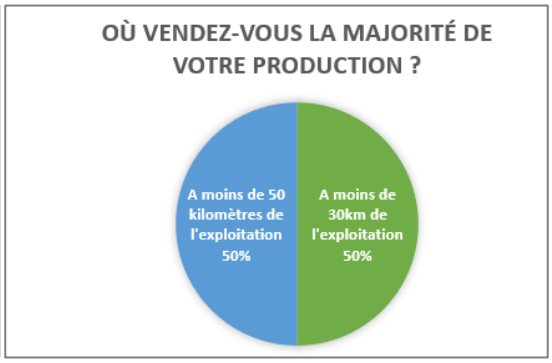
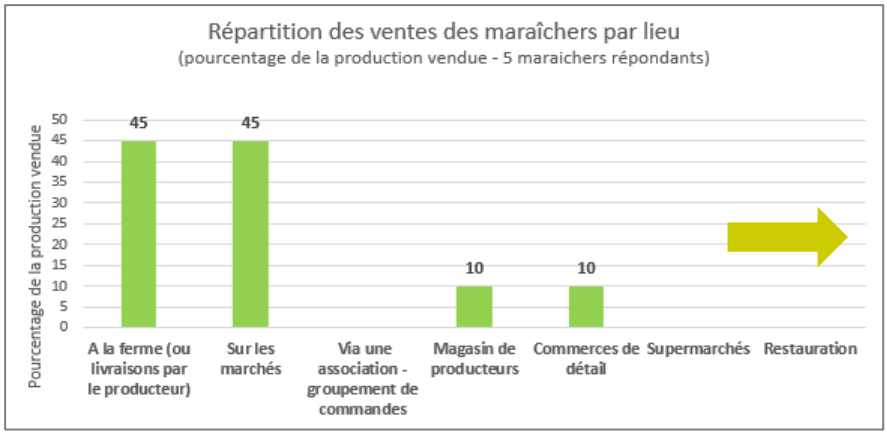


Figure 41 Aire de vente (EP – Maraîchage)

La vente s'effectue sur les marchés et à la ferme principalement (**5 répondants sur 6 vendent sur les marchés)**



Les ventes sur l'exploitation et sur les marchés représentent le principal créneau de distribution avec 90% environ du volume de production vendu.

Figure 42 Répartition des ventes par lieu (EP – maraîchage)

5 maraichers sur 6 affirment leur engagement dans une démarche d'agriculture raisonnée. Aucun n'est certifié, cependant, 1 projet de conversion bio est en cours, tandis que la moitié dit s'intéresser au label Nature et Progrès. Cette préoccupation pour la qualité proposée est importante et participe à la satisfaction des producteurs à proposer leurs produits en vente directe.

4.3.2 Projets de développement et de structuration de la filière maraîchage

Parvenir à une augmentation du volume de production sans répercussions importantes sur la charge de travail est la difficulté principale des maraichers installés sur le territoire, d'autant plus qu'ils doivent composer avec des conditions climatiques peu favorables à l'activité.

La question du foncier doit être abordée.

La **Chambre d'Agriculture** travaille sur un plan de développement de l'activité maraîchage. L'enjeu est de favoriser des volumes de productions plus importants, pour **ensuite faire le lien avec la plateforme Mangeons Hapy ;** les légumes étant peu nombreux et demandés. Pour cela, la Chambre d'Agriculture souhaite s'appuyer sur le savoir-faire des maraichers déjà présents et de favoriser l'installations d'exploitation davantage spécialisées, capables de produire dans des volumes plus importants. On peut alors imaginer un regroupement de maraichers, qui impliquerait un travail sur le collectif (CUMA), outils de communications groupés, ... La priorité est de parvenir à **assurer le débouché** (notamment via la plateforme) pour rassurer les agriculteurs et **aider l'installation.**

Le **GAB 65** porte la même ambition de développement et structuration de la filière maraichère, mais dans le domaine Biologique cependant. Pour ce porteur de projet, une attention particulière doit être apportée dans le maintien et le développement d'espaces fonciers agricoles disponibles

EN BREF :

LE MARAÎCHAGE … des petites productions vendues majoritairement en circuits courts

- Des exploitations récentes et de petites tailles, productions variées et petits volumes
- Présence d'une forte demande
- Vente de la totalité de la production en circuits courts, principalement sur les marchés et à la ferme
- Un engagement pour la qualité mais sans labellisation
- Un volume de production trop faible et trop variable pour fournir la restauration collective

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Travailler à la structuration de la filière maraichère pour mutualiser les moyens (outils, foncier…)

Grâce à cette structuration, optimiser les débouchés et permettre l'obtention de volumes importants, notamment pour la restauration collective (accompagnement projets de développement, régies agricoles communales,)

Soutenir la filière sur le circuit de vente principal (marchés) en termes de communication

4.4 Aquaculture : des porteurs de projets identifiés, un potentiel innovant à accompagner

Lors de la réalisation de ce diagnostic, des porteurs de projet, Eauzons, ont sollicité la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan (CCPL) car en recherche d'un territoire avec un éco système favorable pour l'installation de leur activité : créer la première ferme commerciale en aquaponie de France. L'aspect innovant de ce projet et les réponses que celui-ci pourrait apporter au territoire (création d'emploi, ouverture de nouveaux marchés, approvisionnement de la restauration collective et commerciale en produits locaux) a fortement retenu l'attention de l'EPCI. De plus, des locaux industriels, disponibles, présentés par la Communauté de communes aux porteurs de projets, Eauzons, correspond à l'activité en devenir.

L'aquaponie : méthode émergente en zone urbaine et périurbaine, qui s'adapte rapidement à des besoins spécifiques. L'aquaponie répond aux enjeux actuels sociétaux :

- Des produits ultra frais avec des variétés anciennes (goût et qualité)
- Vertueux et transparent sur le mode production
- Vertueux sur le plan environnemental (eau, énergie, intrants, carbone)
- Socialement profitable (emplois, formation, produits de terroir)

L'aquaponie : de nombreux projets en petite surface mais pas de ferme commerciale.

Chiffre d'affaires cible à 5 ans = 1,4 M d'€ et création d'emplois

Les productions :

- Les Productions aquacoles : Truites, Crevettes, autres produits d'exception
- Productions végétales : Légumes ''ratatouille'', Légumes à feuilles (salades, choux...)
- PPAM (Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales)
- Fruits tropicaux
- Variétés gamme standard et gamme premium

Les marchés et potentialités de l'aquaponie pour le territoire :

- Restauration collective (RHD locale)
- Restauration gastronomique
- Clientèle locale
- Point de vente sur site (produits frais et transformés)
- Marchés de producteurs
- Groupes aquacoles
- Primo
- Transformateurs locaux
- Epiceries fines

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Accompagner la Communauté de communes a créé un écosystème favorable pour permettre l'installation de ce projet sur la commune de Lannemezan :

- Mise en place de serres
- Mise en place de chaudières
- Sécurisation du bâtiment

5. LEVIERS POUR LE DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS

5.1 Les marchés de plein vent : 1er lieu de vente des produits locaux

5.1.1 Etat des lieux

Les marchés sont le deuxième créneau de distribution pour les achats alimentaires totaux, et le premier pour l'achat de produits locaux.

Plusieurs marchés ont lieu sur le territoire, à des jours différents, ce qui est un atout. La CCPL et la CCAL ont toutes les deux 2 marchés principaux. **La CCNB elle, a des marchés de taille réduite.** Trois producteurs seulement sont présent au marché de Saint Laurent de Neste. Le marché de Loures Barousse regroupe une dizaine de producteurs le vendredi matin. A noter, Saint Bertrand de Comminges à 4 kilomètres, a également un petit marché le vendredi matin.

Rappel :

47% des répondants vivent sur la CCAL, 35% sur la CCPL et 14% sur la CCNB

Jours des marchés des communes hors Pays des Nestes :

- *Montréjeau : Lundi matin*
- *Trie sur Baise : Mardi matin*
- *Tarbes : Jeudi matin*
- *Saint Gaudens : Jeudi et Samedi matin*
- *Bagnères de Bigorre : Samedi matin*

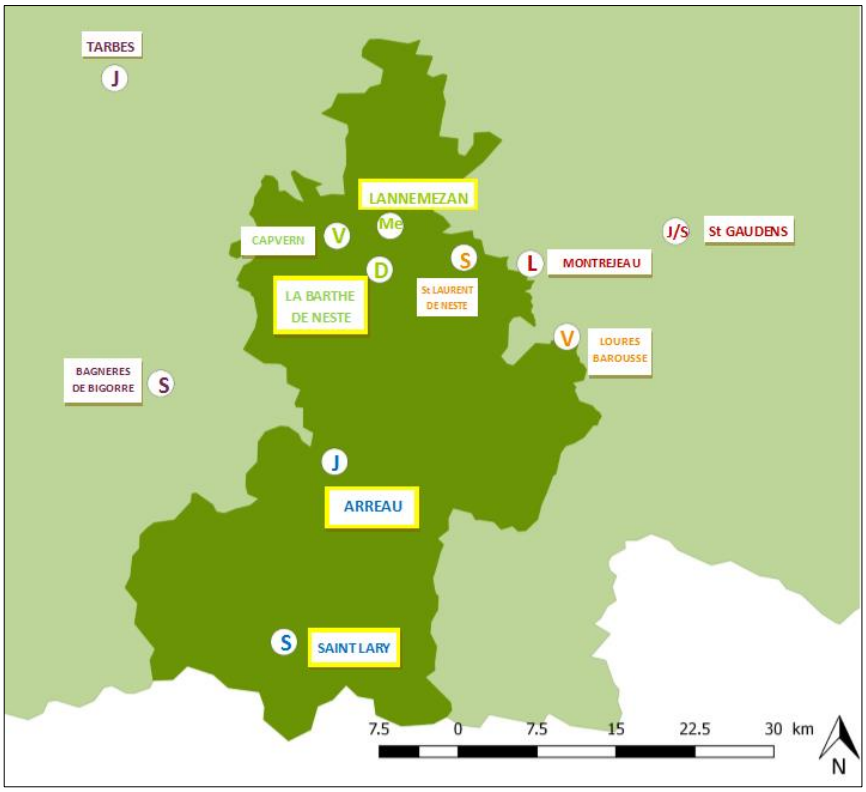


Figure 43 Marchés hebdomadaires sur le Pays des Nestes

Marché de LANNEMEZAN : MERCREDI MATIN – jusqu'à 12h environ, 13h l'été

(Observé le 2 mai 2018)

- Une centaine d'exposants dont la moitié alimentaire
- Pas de place spécifique réservée aux producteurs locaux
- Pas de différenciation nette des producteurs locaux (panneaux)
- Mentions « Pyrénées », « du pays » assez fréquentes
- Producteurs et revendeurs du Lot et Garonne et Gers (un peu Haute Garonne) pour les fruits et légumes
- Les produits BIO sont peu visibles (peu présents ?)
- Evolution du marché : Baisse du nombre de producteurs depuis 10 ans, baisse de la fréquentation, peu de touristes, le marché finit relativement tôt
- Lieu : centre-ville (rue Victor Hugo, rue Carnot), circulation exclusivement piétonne

Marché de ARREAU : JEUDI MATIN – jusqu'à 13h env, 14h l'été

(Observé le 17 mai 2018)

- 50-70 exposants dont les ¾ en alimentaire
- Pas de place spécifique réservée aux producteurs locaux , longue tradition, les producteurs ont leur place et connaissent celles de leurs collègues (redirigent les clients)
- Offre de produits locaux assez importante (fromage, légumes)
- Quelques producteurs de Haute Garonne et du Comminges mais en nombre restreint
- Quelques panneaux pour mettre en avant le caractère local, mais noyé dans les informations et non uniformes
- Les produits BIO ou issus de l'agroécologie sont différenciés, notamment dans les discours, offre assez importante
- Evolution du marché : Augmentation du nombre d'exposants en saison estivale,
- Clientèle locale et fidèle : en comparaison, le marché de Saint-Lary Soulan est vu comme « le marché des touristes »
- Le marché participe à la redynamisation du centre bourg : *« Le marché est la seule chose qui fait vivre le cœur du village* » (productrice habitante) ; « *c'est animé aujourd'hui avec le marché* » (habitant)
- Lieu : centre bourg d'Arreau, aux environs de la halle, sur les deux bords de la Neste, le cadre agréable participe à la réussite et à l'ambiance agréable du marché

Marché de LOURES BAROUSSE : VENDREDI MATIN – jusqu'à 12h30 env

(Observé le 1 juin 2018)

- 10-15 exposants, presque tous alimentaire
- Présence des producteurs, petits stands (quelques revendeurs mais ils se distinguent facilement par la taille de leur stand, et la diversité de produits)
- 1 seule productrice de fromage, Les producteurs de fruits et légumes viennent du Comminges
- Evolution du marché : Fréquentation faible, diminution du nombre d'exposants
- Clientèle locale et fidèle, mais qui diminue. Il n'y a plus de demandes pour la navette.
- Les producteurs et les consommateurs vont également au marché de Montréjeau mais continuent de venir par habitude, parce qu'ils connaissent *« les autres producteurs et parce que ca évite de faire trop de route »*
- En 2014, trois marchés coexistaient le vendredi dans un rayon de 15 kilomètres : Saint Bertand de Comminges (existe toujours mais de très petite taille), Gourdan Polignan, et Loures Barousse.
- Peu de touristes, mais qui amène toutefois une légère dynamique en été
- Lieu : Place de l'église, peu de places de parking, circulation

5.1.2 Fréquentation des marchés :

- ***Si vous faites vos courses alimentaires sur les marchés, dans quelle(s) communes allez-vous ?*** (REPONSE LIBRE)

Les marchés les plus fréquentés sont ceux d'Arreau, Saint-Lary Soulan et Lannemezan avec respectivement 29, 25 et 27% des répondants qui déclarent le fréquenter.

50% des répondants fréquentent deux marchés ou plus. Cela peut s'expliquer par le calendrier des marchés, bien coordonné, qui permet d'aller acheter des produits frais plus régulièrement.

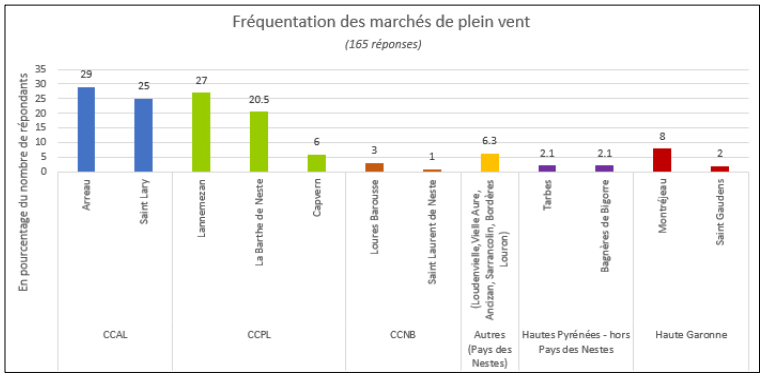


Figure 44 Fréquentation des marchés de plein vent - Enquête consommateurs

5.1.3 Fréquentation des marchés suivant le lieu de résidence

Parmi les habitants de la CCAL (89 répondants), 63% fréquentent le marché d'Arreau et 53% celui de Saint-Lary Soulan.

Les habitants de la CCPL vont à 77% au marché de Lannemezan, et à 60% à la Barthe de Neste. **Ces deux marchés sont donc complémentaires**. 18% des habitants de la CCPL fréquentent le marché de Capvern.

48% des habitants de la CCNB vont au marché de Montréjeau. Seuls 26% des habitants de la CCNB vont à Loures Barousse ou à Saint Laurent de Neste. Les cinq répondants pour Loures Barousse fréquentent un autre marché (4 à Montréjeau et 1 à Saint Gaudens).

		Fréquentation des marchés en fonction du lieu de résidence												
		Communes des marchés												
		CCAL		CCPL			CCNB		Autres - Pays des Nestes	Hautes Pyrénées - Hors Pays des Nestes		Haute Garonne		Etranger
		Arreau	Saint Lary	Lannemezan	La Barthe de Nestes	Capvern	Saint Laurent de Neste	Loures Barousse	Autres (Loudenvielle,Vielle Aure, Ancizan, Sarrancolin, Bordères Louron)	Tarbes	Bagnères de Bigorre	Montréjeau	Saint Gaudens	Espagne
Lieu de résidence	CCAL	50	43	2	1				12	1		1		1
	CCPL	5	1	35	31	12				3	2	1		
	CCNB	1	1	12	7		2	5				13	4	
	Hautes Pyrénées hors Pays des Nestes			1							2			
	Total général	56	47	51	39	12	2	5	12	4	4	15	4	1

Figure 45 Fréquentation des marchés suivant le lieu de résidence - Enquête consommateurs

Un espace d'échanges :

Si le marché est premièrement un lieu d'achat, il est également un **espace de sociabilité**, où les consommateurs se rencontrent et rencontrent les producteurs. C'est l'occasion pour ces derniers de faire connaitre leur exploitation, leur mode de production et leur engagement. La majorité des producteurs ont une **clientèle locale fidélisée venant chercher un produit de qualité** comme le souligne cette habitante d'Ancizan venant à Arreau : « « *j'aime les légumes frais, pas du supermarché, et puis on peut parler au producteur !* ». **Les conseils agronomiques ou culinaires donnés par les producteurs** (notamment maraichers) participent également au caractère social et convivial des marchés, Ces derniers sont des lieux privilégiés pour les discussions autour de l'alimentation.

5.1.4 Fréquentation touristique et marketing du « local »

Lors de l'élaboration de ce diagnostic, plusieurs remarques ont été faites par les producteurs et les consommateurs interrogés quant à la **fréquentation touristique de ces marchés**. De manière globale, c'est le marché de Saint-Lary Soulan qui est vu comme le plus touristique. La CCPL et en particulier la commune de Capvern (et les Baronnies) s'appuient sur la présence des curistes, clientèle également fidélisée d'un an sur l'autre chez certains producteurs.

Si elle profite globalement à l'activité de vente, cette fréquentation peut également être source de tensions. Certains consommateurs rencontrés et remarques du comité de pilotage attirent l'attention sur les **prix de vente, parfois portés à la hausse**. D'autres font allusion à une **généralisation de la mention « locale ».** Par ailleurs, des **situations de concurrence** sont soulignées par plusieurs producteurs. Deux fromagers interrogent ainsi la présence de revendeurs et de fromagers d'autres terroirs (Pays Basque notamment) lors de marchés dits « de producteurs ». Ils demandent donc une vigilance accrue de la part des collectivités.

//

> *« La vente de produits locaux est aujourd'hui surtout destinée aux touristes »*
> *(Consommateur)*

5.1.5 Un manque de mise en lumière des producteurs locaux

« *Être mieux signalés sur les lieux de vente* » est la réponse la plus citée à la question « Comment les produits locaux pourraient -ils davantage être mis en lumière ? » Travailler à l'identification des producteurs locaux sur les marchés est donc important pour les deux parties. La suggestion de la mise en place d'un carré des producteurs est vu positivement, mais les conditions de sa faisabilité doivent impérativement être pensées en amont. Cela impliquerait un changement des habitudes et peut être des tensions ou conflits dus à la mise en avant de certains producteurs. La taille des halles, lieux facilement envisageables pour cette action, est restreinte. Un cahier des charges pourrait être mobilisé pour « sélectionner les producteurs ».

BONNE PRATIQUE : Ici C local, Grabels (34)

« Cité résidentielle aux portes de Montpellier, la commune est confrontée au risque de déprise de l'activité locale, commerces et loisirs. Les élus se lancent dès 2008 dans la mise en route d'un marché le samedi matin, afin de redonner des couleurs à cette ville de plus de 6 000 habitants. Ils développent progressivement **le concept de marché circuit court, favorisant les producteurs locaux et les commerçants, à partir du moment où ils jouent le jeu de la transparence.** Ils affichent clairement l'origine de leurs produits, via un **système d'étiquetage colo**ré mis en place avec l'Inra (une démarche formalisée en 2014 en marque collective gratuite Ici.C.Local - Innovation pour la coopération et l'information en circuit local) – voir ci contre. (…)

Les **produits bruts** ont des **étiquettes unies**, selon le principe suivant :

- Les étiquettes **vertes** correspondent à des produits respectant les critères de produits « durables » et « locaux », issus de la production personnelle du vendeur, il s'agit d'une **vente directe** ou en circuit court sans intermédiaire.
- Les étiquettes **orange** correspondent à des produits respectant les critères de produits « locaux » et « durables », que l'utilisateur de la marque achète à des producteurs locaux, qu'il connaît personnellement et dont il se porte garant ; il s'agit d'une vente en circuit court ***via* un intermédiaire** connaissant personnellement ses fournisseurs.
- Les étiquettes **violettes** correspondent à des produits vendus **hors circuits courts**, respectant ou non les critères de produits locaux et/ou durables.

Le marché est une caisse de résonance pour les autres activités culturelles de la ville. Il a fait germer d'autres projets : approvisionnement local de la restauration scolaire, jardins familiaux, et aujourd'hui réflexion sur l'installation agricole, menée en lien avec la Métropole Montpellier Méditerranée et la Chambre d'agriculture de l'Hérault.

En savoir plus : http://www.ville-grabels.fr/grabels.asp?IdPage=14696

Source de l'article : DRAAF Languedoc Roussillon, *Construire son Projet Alimentaire Territorial : repères et outils,* Avril 2015

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Mise en commun d'un calendrier des marchés pour éviter les concurrences

Permettre une meilleure identification des producteurs du territoire : Carré producteurs sous les halles et signalétique homogénéisée encadrés par un cahier des charges

5.2 Magasin de producteurs et commerces de proximité

5.2.1 Une structure appréciée mais difficile à mettre en œuvre

Réponse la plus citée à la question « Quels moyens de distribution vous encourageraient à consommer davantage de produits locaux ? », l'émergence d'un magasin de producteurs suscite un fort intérêt des consommateurs.

85% des répondants pensent qu'un magasin de producteurs les inciterait à consommer plus local

NB : Le terme « magasin de producteurs » peut avoir été entendu pour les consommateurs comme « lieu où se vendent exclusivement des produits locaux », indépendamment de son mode de gestion (producteurs présents, salarié …).

A la question « Sur quel secteur souhaiteriez-vous qu'il s'implante ? », la quasi-totalité des répondants répondent une commune de leur communauté de communes. On note tout de même l'importance de La Barthe de Neste, de Saint Laurent de Neste et de Sarp qui n'étaient pas cités comme des secteurs prioritaires pour les achats alimentaires ce qui est révélateur d'un manque de structures.

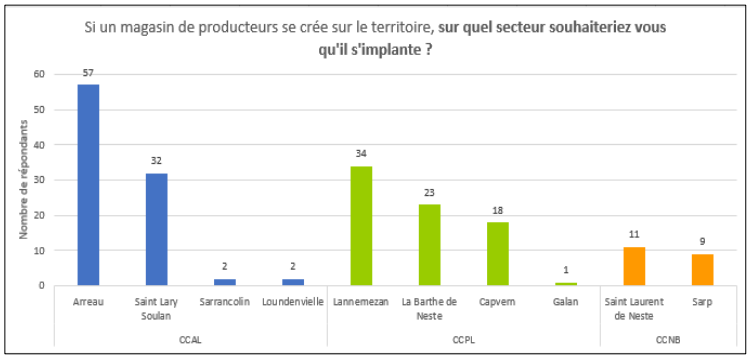


Figure 46 Secteur d'implantation souhaité pour un magasin de producteurs - Enquête consommateurs

Aujourd'hui**, deux boutiques de producteurs existent sur le territoire**. Elles se situent toutes les deux sur la CCPL, et plus précisément sur le secteur des Baronnies : le moulin de Sarlabous et la boutique Lou Montagnou a Esparros.

Les deux s'appuient - bien que non exclusivement - sur les produits du groupe « Paysans des Baronnies ». [20]

[20] Bien que pas encore entériné, un nouveau projet est en train d'émerger : un magasin de produits locaux mais géré par un tiers. Il serait situé à Mauvezin, c'est-à-dire dans le même secteur géographique.

5.2.2 Une structure difficilement envisageable pour les producteurs

3/6 artisans alimentaires sont favorables à l'émergence de nouveaux points de vente

5/7 éleveurs seraient intéressés par une démarche collective, tout en soulignant les contraintes sanitaires et de logistique (fréquences, transports, conservation…)

Les principales difficultés envisagées sont le **coût de gestion et le manque de temps**. Six répondants disent toutefois pouvoir dégager un peu de temps, 4h maximum par semaine.

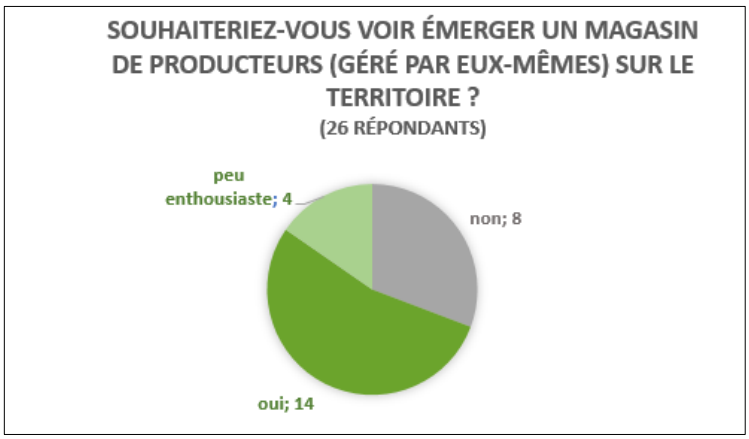


Figure 47 Souhait magasin de producteurs - Enquête producteurs

L'autre frein est la **quantité de production**. Celle-ci est bien souvent **déjà vendue** par d'autres biais, il faudrait que le magasin génère suffisamment de ventes pour libérer certains producteurs de temps de présence sur les marchés par exemple.

Un magasin pour quelles productions ? 4 répondants trouveraient cette initiative intéressante si elle regroupait des producteurs et artisans engagés dans des démarches qualités à caractère environnemental. Si un magasin de producteurs est envisagé, il est important de réfléchir au positionnement de celui-ci, à son identité.

De manière générale (hormis deux répondants), le besoin de ce type de structures n'est pas ressenti par les producteurs pour vendre leur production ou développer leur activité.

5.2.3 Résumé des points de vue sur un magasin de producteurs

Côté consommateurs

- Horaires d'ouvertures larges et situation près des grands axes
- Regroupement de l'offre
- Recherche d'une identité, d'un engagement : Uniquement des produits locaux / Bio / …

Côté producteurs

- Augmentation de la charge de travail – Peu de disponibilité et peu de moyens pour financer un salarié
- Volumes de production, saisonnalité, fréquences, DLC
- Concurrences entre les productions, limites du local : volume d'offre faible – en fruits par exemple
- Nombre et Volumes des ventes, communication à faire

5.2.4 Renouveler les commerces de proximité ?

Il serait plus approprié, au vu des contraintes soulignées par les producteurs, de s'appuyer sur la forme « Point de vente de produits locaux gérés par un tiers ». **Les commerces traditionnels peuvent, dans un premier temps, être un point d'appui pour travailler à l'approvisionnement en produits locaux**. Ils peuvent également être un lieu de sensibilisation des consommateurs, le commerçant pouvant expliquer son choix d'approvisionnement (pas de tomates en hiver, jambon sans nitrates un peu gris…).

Figure 48 Mise en avant de productions locales, Biocoop Lannemezan

Répartis sur le territoire, mais peu fréquentés par les consommateurs *(enquête consommateurs),* le travail mené devra prendre en compte les dynamiques actuelles des centres bourgs, penser une communication commune et contenir une part d'innovation afin de créer une dynamique. En effet, des commerces d'alimentation sont nombreux sur le secteur de la haute vallée d'Aure (tourisme) mais n'ont que très peu d'approvisionnement en produits locaux. Le potentiel est pourtant bien là tant du côté de l'offre que de la demande.

Les commerces de proximité sur le territoire du Pays des Nestes reconnus pour mettre en avant les produits locaux : Biocoop à Lannemezan et Bioman à Sarrancolin. Dans le cadre de ce diagnostic a aussi été rencontré Le Carré Fermier à Bernac Debat (65) car un projet de développement sur Lannemezan a été en question courant 2017.

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Mener un travail approfondi sur les commerces de proximité et leur approvisionnement en produits locaux

Animation de réseaux – Réunions, rencontres entre producteurs et commerçants

Orienter les porteurs de projet sur les dispositifs financiers, les aides à la création d'activité et/ou au développement de leur commerce

BioMan Alimentation - Sarrancolin

Statut : Indépendant, 1 ETP

Gérant : Damien Barthès

Action concernée : Proposer des produits locaux à la vente

Date de création : 2014

Descriptif : Epicerie alimentaire, le plus possible bio ou local

- Achats auprès de grossistes (produits bio le plus souvent)
- Achat de viande et produits laitiers localement
- A l'origine des démarches et prend en charge la logistique (au cas par cas)
- Emplacement sur l'axe La Barthe de Neste – Arreau, clientèle Lannemezan et vallées

Difficultés :

- Volonté de développer l'offre mais pas d'offre locale suffisante
- Le prix de vente des produits locaux peut être dissuasif pour la vente
- Travail de logistique non organisé et chronophage
- Pas de cohésion entre les actions, entre les secteurs (différenciation touristes/habitants)

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Mener des actions envers les habitants, parfois des actions simples pour l'accessibilité et la visibilité (trottoirs, passage piéton, relais d'informations à l'office de tourisme)
- Meilleures informations sur les aides financières – dispositifs d'accompagnement
- Travailler à l'installation et au maintien d'une agriculture de proximité
- L'engagement politique est nécessaire ainsi qu'une cohésion dans les actions

Contact : Damien Barthès, 06 73 56 49 70 - 46 route des Nestes, 65140 Sarrancolin

Le Carré Fermier – Bernac Debat (65)

Statut : Structuration en SAS, 18 ETP, 70 actionnaires producteurs de la Bigorre et du Béarn

Gérant : Jean Michel Lartigues

Action concernée : Boutique de produits locaux

Date de création : 2011

Descriptif :

- 2015 : ouverture d'un restaurant « L'Atelier des saisons » à Tarbes avec un approvisionnement direct des producteurs
- Travail avec des produits espagnols
- La boucherie-charcuterie représente 70% du chiffre d'affaires

Difficultés :

- Les fruits et légumes (4% du chiffre d'affaires) sont le vrai point faible de la PME qui a du mal à trouver des producteurs bénéficiant de légumes variés avec la potentialité de livrer plusieurs fois par semaine à des horaires bien précis.

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Développer l'activité traiteur (actuellement 10% du CA)
- Réflexion de développement sur Lannemezan avec la création d'un pôle alimentaire global aux anciens abattoirs (points de vente, traiteur, cuisine centrale…), aujourd'hui en suspend
- Fort intérêt pour être accompagné sur la thématique du gaspillage alimentaire
- Attentes pour un accompagnement sur les thématiques de transition énergétique (conseils, …) et pour une meilleure communication et sensibilisation envers les consommateurs

Contact : Jean-Michel Lartigues, Le Carré Fermier, 22 Route des Pyrénées, 65360 Bernac-Debat / 05 62 45 93 92 - 05 62 96 55 27 *(a répondu aux questionx Raphaël WINOGRAD, communication)*

Biocoop – Lannemezan

Statut : SARL, sociétaire du réseau Biocoop, ouverture à Lannemezan en 2013, 6 ETP / Chiffre d'affaire global : environ 1.5 millions d'euros par an ; le chiffre d'affaires se stabilise alors qu'il était jusqu'alors en hausse, environ 200/220 clients par jour.

Gérant : Thomas Neubert

Descriptif :

- 15% d'approvisionnement en local (150km aux alentours), principalement en viande, qui vient du département.
- 5% des légumes viennent du Pays des Nestes et du département,
- 5% pour les produits d'épicerie (bières…), qui est le rayon qui génère le plus gros chiffre d'affaires.

Les avantages de travailler avec des producteurs locaux est la relation directe qu'il est possible d'avoir avec eux. S'approvisionner en local demande un engagement car la charge de travail est plus lourde. Cela permet également de satisfaire le client, en demande de ces produits.

Concernant le **projet d'ouverture d'un magasin Biocoop à Saint Lary**, l'idée existe toujours mais qu'elle ne fait plus partie des priorités pour différentes raisons dont la difficulté de trouver un local. De plus le territoire possède un bon maillage de magasins (Bagnères, Tarbes, Lourdes, Saint Gaudens et Lannemezan).

Aide alimentaire :

- Biocoop n'a pas de partenariats ni de conventions avec une association **d'aide alimentaire** (le magasin fait moins de 400m²). Les légumes abimés sont mis à disposition des clients ou récupéré par les employés. **Le surplus représente environ 20kg par semaine. Le responsable est favorable à la mise en lien avec une association d'aide.**

Difficultés :

- La mise en œuvre du programme **Bio pour tous** semblait difficile à mettre en œuvre à Lannemezan.
- Concurrence d'autres magasins qui émergent et propose du Bio à moindre prix
- Pour l'approvisionnement local : les limites de production (fruits et les légumes). Le GAB est porteur d'une enquête pour fédérer la filière BIO.

Attentes : Appui à la structuration de la filière et aux conversions BIO : Parvenir à des productions stables, variées et de qualité est souhaitable. Le soutien des collectivités sur des actions comme celle du GAB, et sur les dynamiques de conversion serait un plus. Biocoop peut être partenaire sur des actions ponctuelles, comme soutien, acteur décisionnel et moyen de communication.

Contact : Thomas Neubert, Biocoop, 200 rue du 8 Mai, 65300 Lannemezan / 05 62 39 44 02

5.3 Agritourisme : une complémentarité à dynamiser

- 32% des gîtes ruraux détenus par des agriculteurs
- Environ 100 points d'accueil à la ferme[21]
- 11 exploitations référencées sur le site de Bienvenue à la ferme

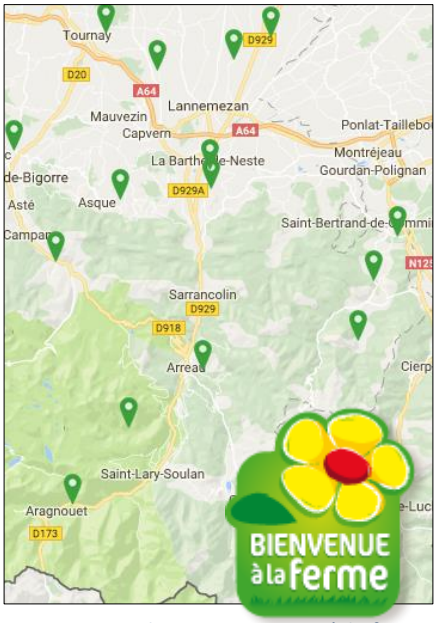


Figure 49 Localisation Bienvenue à la ferme

La moitié des exploitations interrogées dans le cadre de l'enquête (17 sur 32) **accueillent des personnes sur la ferme**. Au-delà de l'activité de vente directe, cet accueil prend la plupart du temps la forme de visites. 5 accueillant principalement un public jeune (scolaires, centres de vacances...) 9 uniquement des touristes (hors cadre scolaire).

5.3.1 Une dynamique existante mais qui reste marginale

9/17 exploitations ont une **démarche régulière d'accueil** des scolaires ou touristes **(**ferme pédagogiques, visites touristiques…). En plus d'avoir de l'importance pour se faire connaitre et pour les ventes, c'est la dimension relationnelle avec le client qui importe. Les autres exploitations (8/17) font majoritairement visiter sur demande de leurs clients.

50% des 12 agriculteurs enquêtés reçoivent moins de 150 personnes par an > Ces activités d'accueil restent marginales pour la majorité des répondants et peu conséquentes en termes de nombre de personnes accueillies.

La principale **difficulté** pour le développement de cette activité est la **gestion du temps.** Le travail de communication et la gestion du groupe de personnes (comportements) sont également évoqués. L'accessibilité à l'exploitation est parfois questionnée de par l'isolement géographique (2 producteurs des Baronnies) ou par le manque d'aménagements « confortables » et pratiques (chemins d'accès, morcellement des parcelles, pas de véritable lieu d'accueil).

[21] *Charte Agriculture, Urbanisme et Territoires Hautes Pyrénées, DDT65, Chambres d'agriculture 65, Association des maires des hautes Pyrénées, Conseil général 65, 2013, disponible sur : http://www.caue-mp.fr/espace-ressources/une-charte-agriculture-urbanisme-pour-les-hautes-pyrenees.html, p11*

5.3.2 Participation des producteurs à des manifestations (fêtes-foires) :

De nombreuses fêtes ont lieu sur le territoire. En plus d'apporter une dynamique, elles permettent de maintenir le lien entre les habitants et l'agriculture du territoire. Des manifestations comme les transhumances présentent un aspect patrimonial et sont emblématiques du territoire.

En plus de dépendre des productions (la production irrégulière et la nécessité de matériel réfrigéré limitant la participation des éleveurs), la participation à des manifestations est aléatoire, **en fonction des invitations reçues, de la distance de l'évènement et de la saison.**

Les principales motivations pour la participation sont **la dimension sociale et relationnelle** puis la **communication autour de l'activité de vente (**visibilité, contacts)

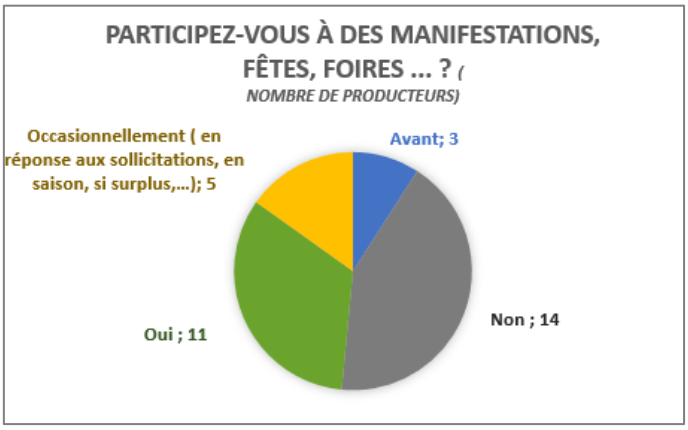


Figure 50 Participation à des manifestions - Enquête producteurs

5.3.3 Dynamiser les relations entre tourisme et vente directe/circuits courts :

Dix producteurs, soit près d'un tiers, ont parlé du tourisme, pour souligner le potentiel du territoire mais aussi le manque d'une information claire et structurée à destination de ce segment de vente. **La saisonnalité est importante,** notamment pour les activités d'accueil à la ferme et la fréquentation des marchés de Saint-Lary Soulan et d'Arreau. Elle doit être pensée et réfléchie lors de futurs projets reliant agriculture, alimentation et tourisme. 2 producteurs soulignent la spécificité géographique des Baronnies, et le manque de fréquentation touristique.

Du côté des consommateurs, la moitié des répondants ont déjà pratiqué une activité d'agritourisme, parmi ceux-ci **88 % sont intéressés pour pratiquer ce type d'activité plus régulièrement. Il y a donc une satisfaction de l'activité et un intérêt pour la pratiquer.**

Parmi les répondants n'ayant jamais pratiqué ce genre d'activité, 54% ne sont pas intéressés contre 46% curieux de découvrir ces activités. La communication autour des possibilités est à interroger, tout comme le potentiel que représente la « clientèle locale ».

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

- Connaitre l'offre agrotouristique du territoire
- Journées de visites par les professionnels des offices de tourisme au sein des exploitations
- Appui à la promotion et valorisation de l'activité
- Créer des supports de communication spécifiques à destination des touristes mais aussi des habitants
- Lors du 2ème Comité de pilotage les membres du comité de pilotage ont évoqué la création d'une « Maison des mangeurs » (promotion de l'agriculture locale, rayonnement des producteurs, animation et sensibilisation sur l'alimentation saine) à l'image des Offices de tourisme *(voir BONNE PRATIQUE ci-dessous)*

BONNE PRATIQUE : La Maison Interculturelle de l'Alimentation et des Mangeurs, Bordeaux

Qu'est qu'une MIAM ?

« *La Maison Interculturelle de l'Alimentation et des Mangeurs (MIAM) accompagne un projet politique visant à réintroduire le droit à l'alimentation comme un droit fondamental de l'être humain et à ce titre à s'inscrire dans l'espace public. Fondamentalement démocratique, ce droit fonde la légitimité première de la MIAM sur un territoire, partout où la sécurité alimentaire régresse et où la paix est compromise.* » **Yassir YEBBA**, anthropologue de l'alimentation, cuisinier, et fondateur du Laboratoire indépendant Territoires Alimentaires

La MIAM est un **lieu ressource** d'information, de diffusion, de formation, d'échange, de pratiques, d'expérimentation et de mutualisation autour de l'**alimentation durable**. Elle a pour objectif de **permettre à tous d'accéder à une nourriture saine et de qualité**, en faisant évoluer les comportements alimentaires, et en favorisant le lien producteurs/consommateurs.

Elle permet d'envisager les problématiques alimentaires de façon globale afin que chacun, selon ses attentes, puisse y faire son marché. La particularité étant de trouver et de développer des réponses concrètes et collectives.

Source : MIAM de Bordeaux Nord, http://miam33.fr/1-quest-ce-quune-miam

6. UNE COMMUNICATION A DYNAMISER

6.1 Un manque de visibilité des informations :

Regrouper et uniformiser les informations

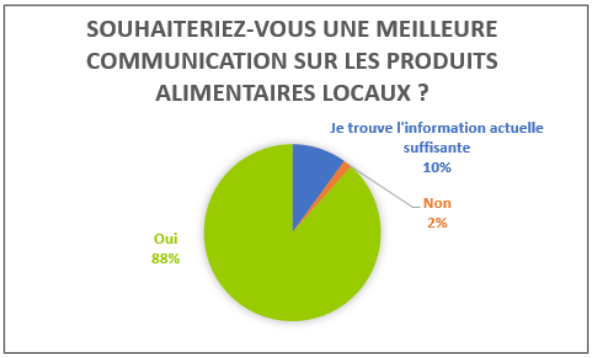


Figure 51 Développement de la communication sur les produits locaux - Enquête consommateurs

Les informations sur la présence des producteurs et des initiatives ne sont pas regroupées dans un même endroit, notamment numérique, où les informations sont éparses et incomplètes. La **multiplicité des sites internet** (site du Pays, des offices de tourisme, des structures et associations du territoire, initiatives de référencement régional ou national…) ne concentrent pas l'information. En ce qui concerne les associations du territoire, les sites internet ont bien souvent des **données obsolètes** (Maison du Pastoralisme, Origine Montagne, Paysans des baronnies) ou sont inexistants (Oranges en hiver, saveurs et savoirs faire). Il est essentiel de commencer à regrouper les informations. Pour **82 consommateurs interrogés dans le cadre de l'enquête, la création d'une page internet officielle dédiée aux produits locaux serait un bon moyen de communiquer.**

La création d'une page internet intégrée à un site déjà existant s'envisage en raison d'une mise en œuvre facilitée. Il faudrait cependant que l'information soit répercutée à différents endroits pour plus de visibilité (sur le site des communautés de communes par exemple).

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

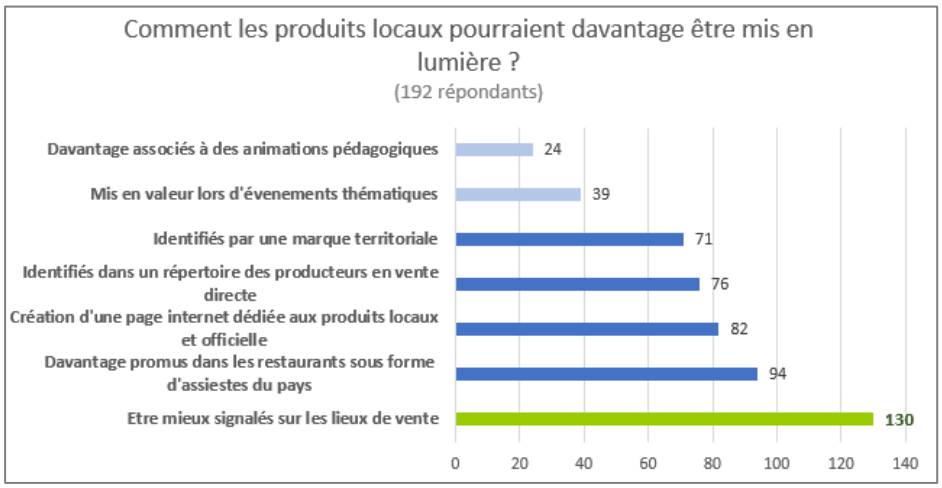
Sur le site du Pays des Nestes, création d'une page dédiée aux produits locaux et producteurs en vente directe

Harmonisation de cette page sur tous les sites institutionnels du territoire

6.2 Une signalétique pour les produits locaux sur les points de vente :

Rejoignant les remarques déjà évoquées quant à la difficulté d'identifier les producteurs locaux (des revendeurs sur les marchés notamment), 130 consommateurs sur 190 interrogés pensent **que la signalisation sur les lieux de vente pourrait être améliorée. En effet, on observe un manque d'homogénéité de l'information. La question des limites du territoire est encore posée,** met-on en vant un terroir, un secteur géographique (vallées, plateau,…), le territoire du PETR ou la région ?

(Supermarchés d'Ancizan (photos de gauche), marché d'Arreau (centre) et Biocoop Lannemezan (droite), 2018)



Information invisible (Consommateur)

Figure 52 Moyens de communication - Enquête consommateurs

Je pense que la communication est faite mais que les habitants du territoire ne sont pas assez sensibles à ces démarches (Consommateur)

Pour consommer davantage local, les consommateurs émettent la demande pour des lieux présentant une diversité d'offre. Ce regroupement, en plus d'une optimisation du temps, permet une identification plus rapide des produits locaux.

Cette indentification des produits locaux doit aller de pair avec des opérations de communication et de sensibilisation pour initier et renforcer les envies et les dynamiques.

Panneaux indicateurs en bord de route

Le comité de pilotage a soulevé la question des panneaux d'informations situées sur le bord des routes. Il ressort que ceux-ci sont peu nombreux et qu'ils manquent de cohérence.

Les panneaux indiquant des produits locaux sont des pré enseignes dérogatoires. Ils peuvent donc être installés sur les bords de route, mais doivent être harmonisés et dans la limite de deux par exploitation

Contrairement à d'autres régions, peu de fermes indiquent sur le bord de la route, la vente de produits en direct, de même le ramassage de fruits sur place est peu pratiqué. Le principe est encore de connaître quelqu'un qui connaît... C'est dommage (Consommateur)

LEGISLATION ET REGLEMENTATION – PRE ENSEIGNES DEROGATOIRES

- ✓ *Article l581-19 du code de l'environnement*

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

(…) par dérogation a l'interdiction mentionnée au premier alinéa de l'article l. 581-7, en dehors des lieux qualifies d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, ***peuvent être signales de manière harmonisée par des préenseignes,*** *dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat :*

– ***les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,*** *les activités culturelles et les monuments historiques, classes ou inscrits, ouverts a la visite ;*

- ✓ *Article r581-67 du code de l'environnement*

(…) il ne peut y avoir plus de deux pré enseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.

+ Prescriptions d'harmonisation des pré enseignes dérogatoires :
https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030439377

Permettre un même niveau d'information pour tous :

Si nous avons vu que, sur le territoire du Pays des Nestes, la dynamique des ventes en circuits courts s'appuyait notamment sur des réseaux de connaissances, il semble toutefois intéressant et primordial de réfléchir à l'état de l'offre d'information, à destination des locaux déjà sensibilisés ou non, déjà consommateurs de produits locaux ou non, et des nouveaux résidents.

Le phénomène d'interconnaissance et la problématique d'accès aux réseaux existants pour les habitants ont été soulignés lors du 2ème comité de pilotage (28/06/2018). Les actions de communication qui se développeront devront être pensées de manière **à pallier au manque d'informations** de certains habitants dans le but d'offrir une **information claire et harmonisée** pour plus de facilité.

> *Nouveaux résidents dans la région, nous ne connaissons pas encore bien tous les producteurs / produits locaux / réseaux*
> *(Consommateur)*

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Harmonisation ou création d'une signalétique propre aux produits locaux du Pays des Nestes (marchés, bords de routes…) pour faciliter la lecture

Recherche d'une identité visuelle

Carré des producteurs sous les halles des marchés

Rédaction d'un cahier des charges

Coupler un plan de communication avec des actions de sensibilisation

Création d'une boîte à outil pour les mairies à destination des nouveaux arrivants pour promouvoir les produits locaux, marchés du territoire….

6.3 Le guide des producteurs en circuits courts du Pays des Nestes

L'objectif d'édition d'une carte listant les producteurs en vente directe du territoire était présent dans la convention signée avec la DRAAF Occitanie en 2017. Une actualisation des données des producteurs a été effectuée. L'objectif de ce nouveau support dans le cadre de ce partenariat était d'être le plus exhaustif possible.

La carte permet également de lister les marchés réguliers et saisonniers, ainsi que les fêtes de terroir rythmant l'année. Une liste des associations locales de producteurs est incluse.

La carte, éditée durant le mois de juillet, constitue donc une réponse à la demande émise par les producteurs, de visibilité et de soutien de la part des collectivités. Elle permet également aux consommateurs d'avoir accès à une information synthétique et fonctionnelle (une seule page, code couleur).

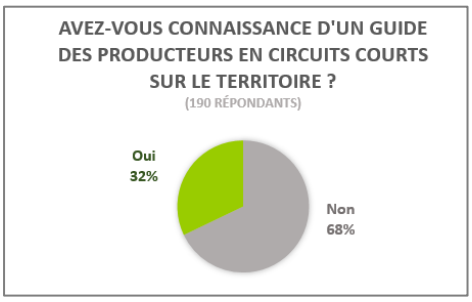


Figure 53 Connaissance du guide des producteurs

Bien qu'elle puisse être utilisée par les touristes (notamment pour la catégorie Autres produits), l'enjeu est donc de **parvenir à une bonne diffusion auprès des habitants**, les plus susceptibles d'acheter des produits frais, parfois dans des quantités importantes (viande notamment).

- **74 % des répondants aimeraient récupérer le guide des producteurs par téléchargement internet**
- 37 % en papier chez les commerçants et 28% en papier dans les offices de tourisme

> *Le guide des producteurs est un outil excellent mais insuffisamment diffusé* (Consommateur)

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Travailler à la diffusion du guide des producteurs pour les locaux

Réédition annuelle permettant d'avoir un outil actualisé

6.4 Communication-promotion : une dynamique enclenchée en Aure Louron

Promotion et valorisation des produits locaux – Communauté de communes Aure Louron (CCAL)

Statut : EPCI

Action concernée : Accompagner les producteurs et artisans locaux à meilleure communication

Date de début de l'action : 2018

Réfèrent du projet : Philippe Carrère, président de la CCAL

Descriptif projet : Porter une action de **soutien de la promotion des productions locales** au travers :

- Animations/ évènementiels (Foire des produits locaux, sensibilisation public scolaire, formations thématiques à destination des professionnels, voyage d'étude, etc.) à destination des acteurs économiques « en émergence » du territoire Aure Louron (porteurs de projets, créateurs d'entreprises, installés « récents ») dans les domaines de la production alimentaire et de l'artisanat d'art, afin de les conforter dans leur développement

- De la mise en place de supports de promotion des productions artisanales et alimentaires Aure Louron

- **Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :**

- S'appuyer sur le travail/diagnostic du PETR (enquête producteurs) dans le cadre du Projet Alimentaire de Territoire pour répondre notamment aux besoins des producteurs
- Continuer de travailler en partenariat avec le PETR dans le cadre du PAT pour une meilleure coordination entre les projets.
- Ingénierie financière de la part du PETR (LEADER…)

Contact : Laurent BAZERQUE, Communauté de communes Aure Louron, Château de Ségure, 2 avenue Calamun, 65240 ARREAU - Tél : 05.62.40.10.71 / 06.07.40.40.08 - 'Laurent BAZERQUE - laurent.bazerque@aure-louron.fr

7. ALIMENTATION, INITIATIVES LOCALES ET JUSTICE SOCIALE

Liste des personnes ou associations rencontrées

Initiatives locales :

- Croquez Local
- La Ruche qui dit Oui
- Paysans des Baronnies
- Pôle territorial de coopération économique et sociale (PTCES)

Justice sociale

- Restaurants du Coeur Lannemezan et Arreau
- Secours Populaire
- Association Solidarité Barousse
- Jardins de Cantaous
- Le Bio pour tous - coordinateur : GAB 65

7.1 Initiatives locales de mise en relation des producteurs avec les consommateurs

Les associations proposant un regroupement de produits locaux (jouant donc un rôle d'intermédiaires) sont globalement connues. Seulement 18% des répondants disent ne pas connaitre le principe de ces associations entrant dans les principes de l'économie sociale et solidaire.

16 répondants font ou ont fait partie de Croquez Local

Les autres associations représentées sont les Jardins du Comminges (3), Oranges en hiver sur la CCAL (7), la Ruche qui dit Oui (7) et l'ancienne AMAP de la Crabotte de Lannemezan (1).

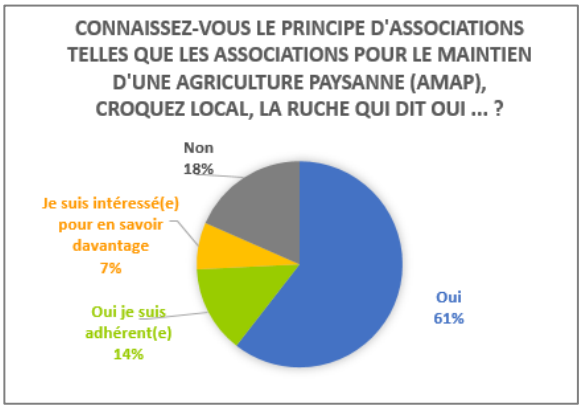


Figure 54 Connaissance des associations - Enquête consommateurs

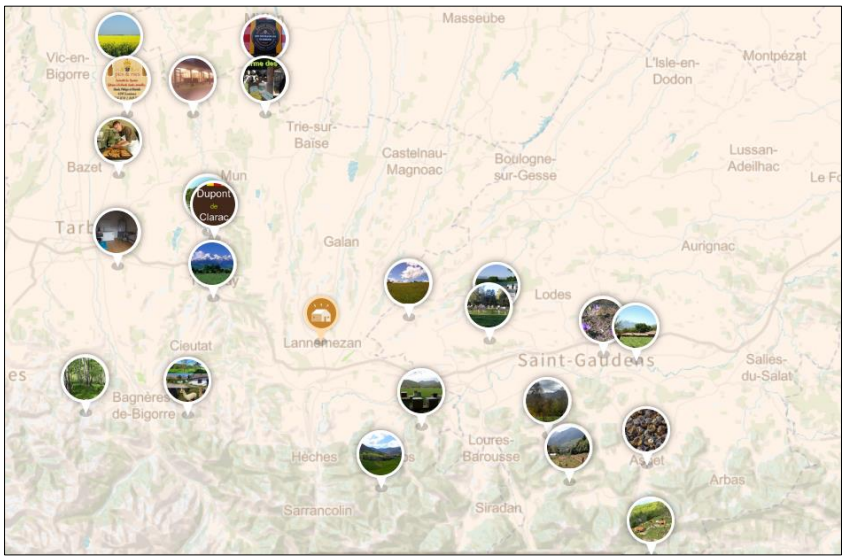
Selon les responsables des associations permettant de faire le lien entre production et consommateurs (La ruche, Croquez local), le principal point de vigilance concerne les commandes. Les deux associations constatent que les membres ont parfois du **mal à passer à l'acte d'achat et à le reproduire**. Les supermarchés et les marchés semblent être des créneaux de distribution complémentaires pour les consommateurs du territoire. Le besoin d'un autre créneau n'est peut-être pas ressenti. Les tendances de consommation (voir partie 3.4) à savoir un bon rapport qualité – prix, des horaires de distribution larges, une bonne fréquence des ventes et une offre diversifiée, sont à considérer.

Comme le souligne les personnes rencontrées dans les associations, il est une fois de plus **question de la communication** sur les produits proposés, l'organisation et les objectifs. Il y aussi un enjeu de sensibilisation à changer ses habitudes de consommation.

Les associations de lien entre producteurs et consommateurs reposent la question du local, si Croquez Local, de par sa création et ses liens forts avec le Pays des Nestes regroupe principalement des producteurs situés sur le territoire, La ruche qui dit oui considère le local comme un rayon de 50 km autour du lieu de vente.

Carte des producteurs vendant à la Ruche de Lannemezan :

(Source : La ruche qui dit oui, Lannemezan)



Ces deux initiatives ne se considèrent pas comme concurrentes l'une de l'autre mais plutôt **en complémentarité**, les deux visant un même objectif de promouvoir un accès facilité à des produits locaux. Chacune des deux se heurte aux mêmes difficultés (nombre de commandes, logistique, communication) et toutes deux s'appuient sur la présence physique des producteurs lors des ventes. L'**aspect social et relationnel** est présent.

Cependant, chacune a une identité et une histoire différente, permettant donc de toucher des clientèles différentes. Croquez local maintient un lien fort au territoire, de par sa création par le PETR il y a dix ans, et par le choix de favoriser les producteurs des trois CC le composant.

Les deux associations sont un **point d'appui pour la circulation des informations**. Cependant, il est nécessaire que ces informations soient coordonnées entre toutes les associations travaillant sur la thématique de l'accès aux produits locaux et donc de la sensibilisation à une alimentation saine et de qualité.

L'association Paysans des Baronnies est légèrement différente. Elle se présente comme une cellule qui réunit à l'échelle du terroir que sont les Baronnies, consommateurs, distributeurs et producteurs, soit les principales catégories d'acteurs concernés par l'alimentation. L'association organise la vente de produits carnés et la distribution dans des points relais. La fête des terroirs organisée par la CCPL en septembre, va dans le même sens que l'association, en affichant la volonté de rassembler et faire communiquer producteurs, distributeurs et consommateurs lors de conférences.

7.1.1 Croquez local en Pays des Nestes

Croquez local

Statut : Association loi 1901- Association de producteurs

Action : Promouvoir l'agriculture locale du Pays des Nestes en favorisant la connaissance des produits locaux et leurs ventes dans les principes de l'économie solidaire

Date de début de l'action : 2008 (création par le Pays des Nestes), l'association fêtera ses 10 ans à l'automne 2018

Porteur(s) de projet : Patricia Rossignol (présidente)

Descriptif projet : Vente aux particuliers – commande en ligne, organisation de buffets

- 23 producteurs, principalement sur le Pays des Nestes, gamme de produits relativement complète
- 80 membres inscrits, 50 réguliers, 20 commandes par vente environ
- Vente toutes les deux semaines le vendredi, choix en ligne, paiement lors de la récupération des produits dans l'un des 6 points de vente
- Prix fixé par les producteurs, 10%du prix des ventes à l'association pour couvrir les frais
- Cotisation annuelle de 12€ pour les consommateurs, 40€ pour les producteurs

Difficultés :

- Beaucoup de membres inscrits mais qui ne passent pas à l'acte d'achat

Evolutions /projets envisagées :

- Développement de l'activité commerciale : buffet pour les collectivités, vente à des prestataires touristiques
- Organisation d'un évènement pour les 10ans
- Développer des actions de sensibilisation

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Demande d'appui des collectivités pour l'activité buffet (inaugurations, réunions…)
- Lors du 2ème Comité de pilotage, demande de travailler sur la création d'un outil de transformation (demande également exprimée par les producteurs)

Contact : Patricia Rossignol, 06 83 78 72 22, patrossignol65@aol.com, croquez.local@orange.fr Croquez local, Zone Pic Pyrénées, 65150 Saint-Laurent-de-Neste

7.1.2 La ruche qui dit oui

LA RUCHE QUI DIT OUI !

La ruche qui dit oui – Lannemezan

Statut : **Association loi 1901**

Action concernée : Proposer des produits locaux à la vente

Date de début de l'action : juin 2017

Porteur(s) de projet : Lucile Clément, Jessica Michel

Descriptif projet : Proposer des produits de qualité aux consommateurs, aider les producteurs à vendre leurs produits localement à un prix juste, faire le lien entre producteur et consommateur

- 20/25 producteurs dont 2 du Pays des Nestes
- Producteurs dans la limite des 50km autour de Lannemezan. Aujourd'hui, la majorité des producteurs viennent du nord et nord-ouest de Lannemezan
- Ventes hebdomadaires (sauf en été) avec environ 100 produits proposés par vente
- 400 inscrits mais 15/20 membres actifs réguliers par semaine

Difficultés :

- L'activité deviendrait difficile en dessous de 10 commandes
- Faible volume de fruits et légumes, saisonnalité importante
- Travail de communication chronophage

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Demande d'appui pour renforcer la communication sur les nouvelles initiatives et projets
- Travailler à une meilleure cohésion entre tous

Contact : Lucile Clément, 06 79 58 14 17, Chez Maurette, 10 rue des Pyrénées, 65300 Lannemezan

7.1.3 Paysans des Baronnies

Paysans des Baronnies

Statut : Association loi 1901 – Association de producteurs

Action concernée : Soutenir et encourager l'agriculture paysanne du terroir des Baronnies

Date de début de l'action : juin 2017

Porteur(s) de projet : Bernard Prieur

Descriptif projet : « *Mettre à la disposition du plus grand nombre de consommateurs la meilleure nourriture possible, provenant de fermes recherchant la biodiversité, dans une nouvelle économie, permettant les prix les plus justes pour tous* »

- 14 adhérents
- Organiser la vente des produits viande -Création d'une marque Paysans des baronnies
- Ventes de viande au moulin des Baronnies, Lou Montagnou, La ferme en direct (Lourdes) , Bioman (Sarrancolin), Forge à vin (Bonnemazon), Intermarché Capvern
- Boutique de producteurs : Lou Montagnou, depuis plus de 5 ans, local prêté à titre gratuit par la mairie d'Esparros, les producteurs assurent les ventes, environ 15 producteurs
- Animation d'un groupe constitué de producteurs, consommateurs et distributeurs (visites, débats...)

Difficultés :

- Uniquement des produits viande
- Lourde charge de travail
- Mobilisation faible sur le territoire

Leviers d'actions :

- Volonté de compléter la gamme de produits
- Initier l'émergence d'autres « cellules » locales et d'un réseau commun à l'échelle des terroirs

Contact : Bernard Prieur, 05 62 91 13 62 / 06 84 48 33 97, paysansdesbaronnies@laposte.net , Moulin des Baronnies, 65130 Sarlabous

Fiche acteur 1 Paysans des Baronnies

7.1.4 Pôle territorial de coopération économique et social (PTCES)

• Gab 65 • Pôle territorial de coopération économique et social (PTCES)

Statut : **Le GAB 65 est la structure porteuse du PTCES qui compte 11 structures membres :** Resto bio, L'Odyssée d'Engrain, Altibio, Village Accueillant, Biocoop Tarbes, Biocoop Lannemezan, Biocoop Lourdes, Secours Populaire, CFPPA, CCAS EDF, Biocollectif

Objectif : Le développement sur le territoire d'une alimentation bio de qualité, telle que définie par tous les acteurs. La formalisation de ce réseau a débuté en 2015, avec la rédaction d'un plan de développement à 3 ans, en réponse à un appel à projet national « Pôle territorial de coopération économique et social ». Bien que non retenu, le PTCES 65 est bien enregistré au labo ESS et la démarche se poursuit notamment avec 2 DLA, dont un en cours.

Les actions (le GAB 65 supporte les dépenses en attendant la création de ce PTCES) :

- Action 1 : Identification de l'organe de gouvernance : cadre juridique, définition des statuts du PTCES, niveau de cotisation…
- Action 2 : Définition d'un plan d'actions stratégique de développement sur 3 à 5 ans : (en lien avec le plan ESS 2018-2021 de la Région, le Plan Régional de l'Alimentation, les trames bleues et vertes, HaPy Saveurs, le PAT de l'agglomération TLP, le PAT du Pays des Nestes et autres PAT à venir…)
- Action 3 : Mutualisation des ressources à partir de l'identification du DLA et accompagnement des structures : identifier les moyens humains et matériels nécessaires pour la mutualisation, recenser les moyens déjà existants dans les structures, approfondir et valider les modalités de partage et de mutualisation des fonctions salariés, identifier le modèle de financement du partage et de la mutualisation des fonctions salariés)
- Action 4 : Recherche de financements et ingénierie financière

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Demande d'appui financier pour mener à bien ce projet

Contact : Fanny Dunand, gab65@free.fr ; 28 Rue de La Libération 65000 Tarbes Tel : 05 62 35 27 73/ 06 85 11 54 59

7.2 Alimentation et solidarité : Permettre l'accès pour tous à une alimentation saine

Cette partie du diagnostic, consacré à la justice sociale alimentaire, s'intéresse à **l'accessibilité de tous à l'alimentation, et dans la mesure du possible à une alimentation de qualité**. Cette accessibilité doit être économique et physique. Les situations de précarité et d'isolement social et géographique doivent être prises en compte.

PLAN NATIONAL POUR L'ALIMENTATION :

*« La solidarité est plus que jamais un enjeu majeur de la politique publique de l'alimentation. L'accent sera mis notamment sur les **projets fédérateurs combinant l'aide alimentaire et les actions d'accompagnement éducatives et sociales** : ateliers culinaires, jardins potagers collectifs, etc. (...) Au-delà de **l'accès de tous**, en métropole comme dans les Outre-mer, **à une alimentation de qualité, à la fois sur les plans sanitaire et nutritionnel**, il s'agit de préserver et de promouvoir le modèle alimentaire français comme facteur essentiel de **lien social** et de réaffirmer la nécessité du temps du repas. »*

CHIFFRES DE LA PRECARITE

Taux de pauvreté :

Occitanie : 17.2%

Hautes - Pyrénées : 15%,

Lannemezan : 18.4%

(Insee-DGFiP-Cnaf-Cnav-Ccmsa, Fichier localisé social et fiscal en géographie au 01/01/2016)

Taux de chômage des 15-64 ans :

Occitanie : 15.5%,

Hautes Pyrénées : 13.7%

Lannemezan : 16.3%

(Insee , RP20

La **Maison Départementale de la Solidarité (MDS)[22],** dont l'aire d'action comprend le territoire du Pays des Nestes et le secteur de Trie sur Baïse, constate des difficultés concernant l'achat alimentaire pour les personnes en situation de précarité (chômage, pauvreté...). La MDS intervient davantage sur des problématiques d'accès à l'emploi ou au logement. Les liens avec les associations d'aide alimentaire se font toutefois notamment pour étudier les critères pour bénéficier de l'aide alimentaire proposée par celles-ci. Il n'existe pas de rassemblement de données sur la précarité, et notamment alimentaire. Les différentes initiatives ne sont pas rassemblées non plus ; et la circulation des informations a du mal à se faire. En interne de la MDS existent toutefois des réflexions sur la mise en place d'actions collectives de prévention et de sensibilisation à une évolution des habitudes de consommation. Ces réflexions se conçoivent dans une perspective de santé et de capaciter à maitriser son alimentation (savoir cuisiner des produits bruts).

[22] Les Maisons Départementales de Solidarité sont des structures publiques œuvrant dans le domaine du social et proposant un accueil et un accompagnement. Elles orientent notamment les personnes et familles vers des organismes d'aide.

7.2.1 L'aide alimentaire

Le don alimentaire est encadré par la loi du 11 février 2016 contre le gaspillage alimentaire. Le texte interdisait aux distributeurs, sous peine d'amende, de rendre impropres à la consommation leurs invendus encore consommables - notamment en les passant à l'eau de Javel. Il imposait aussi aux supermarchés de plus de 400 mètres carrés de conclure une convention avec des associations pour leur faire don de ces produits. Et empêchait que des dispositions contractuelles ne fassent obstacle au don par les industriels de produits de marques distributeurs (MDD).

Les associations habilitées pour le don alimentaire sur le territoire du Pays des Nestes :

- **Restaurants du Cœur Lannemezan**
- **Restaurants du Cœur Arreau**
- **Association Solidarité Barousse**
- **Secours Populaire**
- **Entraide paroissiale**
- **Croix Rouge**[23]

Des ramasses disparates

Les associations rencontrées montrent premièrement un manque de moyens financiers pour mener des actions régulières et d'ampleur. **L'habilitation à recevoir des dons alimentaires de la part des grandes surfaces n'est pas investi de la même façon.** Les Restaurants du Cœur récupèrent les denrées de 10 magasins, tandis que le Secours Populaire se voit contraint d'acheter des produits en complément de ceux fournis par l'association nationale. Le colis alimentaire est donc payant (5euros) au Secours Populaire et gratuit aux Restaurants du Cœur. Le paiement du colis peut amener des situations de concurrence, cependant selon B. BADIA une « *participation financière symbolique est de nature à préserver la dignité des personnes accueillies et à instaurer une relation de partenariat et non d'assistanat.* 24» L'association Solidarité Barousse distribue les colis en échange d'une participation de 2 euros (5 -10% du prix des produits)

Un aspect financier difficile

L'aspect financier est important pour l'organisation de la logistique (transport notamment) et pour la mise en place d'actions. Il est cité comme difficulté par toutes les associations rencontrées.
Le Secours Populaire souligne le soutien dont il bénéficie de la part de la ville de Lannemezan, et de la Barthe de Nestes (prêt de matériel parfois en urgence, dons financiers, aide à la logistique et au transport).
Une logistique lourde

[23] En rouge les associations que nous n'avons pas pu rencontrer faute de réponses de leur part.
[24] *Benjamin BADIA, Florence BRUNET et al,* **« Inégalités sociales et alimentation,** *Quels sont les besoins et les attentes en termes d'alimentation des personnes en situation d'insécurité alimentaire et comment les dispositifs d'aide alimentaire peuvent y répondre au mieux ?* **»** *Rapport final***,** Décembre 2014

Les associations interrogées soulignent la **difficulté à atteindre les milieux ruraux**, à connaître les personnes en précarité, et les informer sur leurs droits à l'aide alimentaire. Des bénéficiaires ne peuvent parfois plus se déplacer, et les associations, malgré les envies, ne peuvent pas de déplacer pour apporter le colis, pour des raisons logistiques. Plusieurs associations la distribution le jour du marché. En effet, les navettes mises à disposition par les communes ou communautés de communes permettent à des personnes de venir.

Minicar de la Communauté de Communes

Neste Barousse

La communauté de communes met à disposition des habitants un minicar pour se rendre dans les marchés hebdomadaires environnants

LUNDI	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Ligne Sost/Ferrère/Montréjeau	Ligne Sost/Ferrère/Lannemezan	Ligne Sost/Ferrère/ St-Gaudens	Ligne Sost/Ferrère/Loures-Barousse
4,50€ aller-retour	5€ aller-retour 3€ Aller-retour de St-Laurent-de-Neste	5€ aller-retour	3€ aller-retour
3€ aller-retour de Loures Barousse	4€ aller-retour de Loures Barousse	4€ aller-retour de Loures Barousse	

Pour que le minicar vienne vous chercher, téléphoner au : 06 48 60 29 45

Ce problème intervient aussi pour l'approvisionnement. Le transport des produits entre Tarbes (ville centralisatrice) et les associations est un problème, notamment financier, les frais se répercutant sur le prix des colis.

En manque de moyens humains et composées de personnes parfois âgées, les associations sont par ailleurs toujours en recherche de nouveaux bénévoles.

Une situation d'urgence loin des actions de sensibilisation

Si l'aspect qualitatif et nutritionnel des produits est parfois pensé, il est rare qu'il fasse l'objet de projets. Les associations, limitées par les moyens financiers et humains, se retrouvent assez souvent dans des actions d'urgence, dans lesquelles développer des projets est difficile. Le Secours Populaire avait essayé de mener des ateliers cuisine, mais un très faible nombre de bénéficiaires avait participé. L'action Bio pour tous (portée par le GAB 65 et le secours populaire de Tarbes) est connue par les responsables interrogés mais cette action *« n'est pas facilement transposable à Lannemezan, et reste très expérimentale* ». (M. LACOTE, Secours Populaire).

La **communication entre les associations est relativement faible**. Le Secours Populaire travaille cependant avec la Croix Rouge et l'Entraide Paroissiale pour la mise en place d'actions communes

destinées à récolter des fonds (opérations de vente, emballages cadeaux…) ; les associations soulignent toutefois le travail mené conjointement avec les assistantes sociales.

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Elaborer un plan d'action pour aller vers les personnes en situation de précarité en zones rurales (mutualisation d'un véhicule, couplage navette marchés…) ; s'appuyer sur les mairies et les navettes des marchés

Rencontre inter associations

Créer un lien entre associations caritatives et un réseau de « producteurs solidaires »

Ateliers (à domicile) pour apprendre les bonnes pratiques pour économiser et favoriser la qualité nutritionnelle des repas

7.2.1.1 Restaurants du cœur Lannemezan

Restaurants du Cœur - Lannemezan

Statut : Association loi 1901

Action concernée : Distribution de produits alimentaires et matériels pour les personnes en situation de précarité

Contact(s) : Julienne PALU - présidente

Descriptif action : « *Aider et d'apporter une assistance bénévole aux personnes démunies, notamment dans le domaine alimentaire par l'accès à des repas gratuits, et par la participation à leur insertion sociale et économique, ainsi qu'à toute action contre la pauvreté sous toutes ses formes* »

- 25 bénévoles environ, stabilité de l'équipe
- 230 bénéficiaires l'été, 300 l'hiver
- Ramasse Mardi et vendredi matin, distribution l'après midi (local de l'association)
- Commerces associés : Carrefour Lannemezan, Intermarché Capvern, 4 boulangeries environ, GMS à Castelnau Magnoac
- Volumes suffisants mais aléatoires, produits frais réguliers
- Un pourcentage de perte, Pas de glanage, pas de contacts avec les producteurs
- Pas d'ateliers ni d'actions de sensibilisation (mais envisageable)
- Pas de liens avec les autres associations, hormis les autres membres des RC

Difficultés :

- Manque de moyens humains et financiers
- Régularité des dons

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Accéder aux personnes en situation de précarité et situées en milieu rural (qui sont-ils, communication, logistique, acceptation sociale) en s'appuyant sur une communication efficace des mairies

Contact : Julienne PALU, 06 82 28 92 30, rue Georges Dessens, 65300 Lannemezan

7.2.1.2 Secours Populaire Français

Secours Populaire Français- Lannemezan

Statut : Association loi 1901, comité rattaché à la fédération départementale de Tarbes

Action concernée : Distribution de produits alimentaires pour les personnes en situation de précarité

Contact(s) : Michelle LACOTE - responsable

Descriptif action : *« Le Secours populaire français a une approche globale des problématiques de pauvreté. Il intervient dans les domaines de l'aide alimentaire, vestimentaire, l'accès et le maintien dans le logement, l'accès aux soins, l'insertion socioprofessionnelle, l'accès à la culture et plus généralement l'accès aux droits. »,* site internet du SPF

- 12 bénévoles, 10 réguliers
- 90/110 bénéficiaires
- Distribution des colis tous les 15 jours, prix de 5euros ; distribution le mercredi car des personnes viennent au marché avec les navettes (lieu : local de l'association)
- Composition des colis : lait, farine, pâtes, riz fournis par le Fonds Européen d'aide aux plus démunis – livrés à Tarbes (logistique SPF LMZ, Tarbes, parfois aide de la ville de Lannemezan) ; achats des autres produits
- Pas de convention pour le don alimentaire (auparavant avec Leader Price)
- Répartition sur le territoire : pas de bénéficiaires des vallées, ouverture d'une antenne locale à Castelnau Magnoac
- Tentatives d'ateliers de cuisine mais ne suscite pas l'intérêt des bénéficiaires, la sensibilisation à une alimentation de qualité est peu envisageable (pas de produits haute gamme, mauvaise réception par les bénéficiaires)

Difficultés :

- Manque de moyens humains et financiers (charges importantes)
- Régularité et montant des dons

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Permettre une meilleure communication des potentialités de financement
- Travailler à la mise en commun des associations travaillant sur le thème pour éviter la concurrence et réfléchir à une mutualisation d'actions, de la logistique …

Contact : Michelle LACOTE, 06 87 14 16 98, 521 rue Georges Clemenceau, 65300 Lannemezan

7.2.1.3 Association Solidarité Barousse

Association Solidarité Barousse

Statut : Association loi 1901

Action concernée : SOLIDARITE BAROUSSE » se définie comme une association d'action sociale qui est le fruit de quelques bénévoles déterminés à apporter leur aide aux plus démunis. Cet engagement humaniste et solidaire se concrétise par : une aide alimentaire distribuée dans un local de la commune de Loures-Barousse 2 fois par semaine , des aides matérielles (vêtements, équipement de la maison...).

Date de début de l'action : 2013 (avant antenne des restaurants du cœur de Saint Gaudens)

Descriptif actions :

- 15 bénévoles réguliers
- 100 bénéficiaires, suivant les revenus, barème fixé par l'association avec l'aide des assistantes sociales, 45% sont des personnes seules, augmentation du nombre
- Distribution de colis chaque semaine : produits de la Banque Alimentaire, principalement des produits qui se conservent bien, rarement des produits frais de récolte ou de ramasse (en libre-service)
- La ramasse auprès de la grande distribution s'effectuait avant (Carrefour Loures Barousse, Super U Gourdan Polignan) mais s'est arrêtée car les produits étaient de mauvaise qualité (90% jetés)
- Certains producteurs de pommes livrent des fruits pendant la saison

Difficultés :

- Manque de moyens financiers : aides de certaines communes du secteur Barousse
- Manque de moyens techniques pour la logistique
- Aller vers les personnes ne pouvant pas se déplacer

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Appui financier et logistique : mutualisation d'un fourgon (navettes des marchés)
- Faire émerger un salon (de coiffure) solidaire

Contact : Claude Castéran, 07 87 69 93 56, 1 place de la mairie, 65370 Loures Barousse

7.2.1.4 Restaurants du Cœur Arreau

Restaurants du Cœur - Arreau

Statut : Association loi 1901

Action : Distribution de produits alimentaires et matériels pour les personnes en situation de précarité

Contact : Annie Guilbert

Descriptif action : Colis alimentaires pour les personnes en situation de précarité

- 15 bénévoles environ
- 40 bénéficiaires, augmentation du nombre dans les dernières années
- 1 collecte nationale par an permet d'avoir un stock pour l'année (2 tonnes d'aliments récupérées), livraisons une fois par mois de surgelés, lait… qui viennent de Tarbes
- Ramasse les jours de distribution : jeudi pendant l'hiver, vendredi pendant l'été
- En été la forte fréquentation du marché bloque l'entrée du local et le déchargement des marchandises. L'hiver, les navettes gratuites pour le marché permettent aux bénéficiaires de venir
- Commerces associés pour le don : Intermarché Ancizan (110 Kg chaque semaine), Carrefour Loudenvielle, Carrefour Arreau, Carrefour Bourisp
- Volumes suffisants, adaptation nécessaire, produits frais réguliers
- Travail complémentaire du Secours Catholique pour les vêtements et autres actions

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Aide à la mise en place d'animations, d'actions de sensibilisations sur le bien manger et à la mise en réseau (*connaître les producteurs pour des visites par exemple)*
- Avoir une diversité plus grande de produits
- Recherche d'un local plein pied mais difficile car pas de moyens financiers

Coordonnées : Annie Guilbert, 05 62 39 95 57, 17 Grand Rue, 65240 Arreau

La BIO POUR TOUS :

un projet multi partenarial sur le territoire de l'Agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées

Acteurs engagés :

- **Le GAB 65 - coordinateur de la démarche**
- Secours Populaire Français
- Villages accueillants
- Magasins Biocoop de Tarbes et Lourdes
- Communauté d'agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées
- GIP Politique de la ville
- Direction de la solidarité – Conseil Départemental

Descriptif de l'action Bio Pour tous :

- Permettre l'accessibilité à des aliments BIO pour des personnes en situation de précarité : péréquation tarifaire en caisse des Biocoop, production de légumes Biologiques à destination de familles (avec villages accueillants)
- Mener un travail d'éducation à l'alimentation sous forme d'ateliers, de visites de fermes…
- Sensibilisation des personnes et dynamiser le lien social

Objectifs :

- Travailler à la démocratie alimentaire, permettre un accès à tous à une alimentation saine (biologique)
- Action expérimentale
- Démarche multi acteurs et travail en coopération
- Viser l'autofinancement de l'action

Résultats :

- 9 visites, 2 ateliers, 2 tonnes de légumes de village accueillants, 19 familles bénéficiaires (avec le don en caisse des Biocoop)
- Difficile de susciter les dons, manque de communication entre les parties prenantes et de visibilité de l'action

7.2.2 Une initiative reliant insertion et maraîchage : Les jardins de Cantaous

En réflexion depuis 2015 sur l'initiative de la mairie de Cantaous, Les jardins de Cantaous sont structurés en association loi 1901, statut qui leur permet de porter un **ACI (Atelier Chantier d'Insertion).** Les Jardins de Cantaous sont un Lieu d'insertion par le Maraichage Biologique (LIMB).

LIMB – Lieu d'insertion par le maraichage biologique :

*« L'objectif, davantage que la production maraîchère, est la **réinsertion de personnes en difficulté sociale ou professionnelle** (chômeurs, bénéficiaires du RMI, handicapés, personnes isolées, jeunes en difficulté scolaire, anciens détenus ...), **sous l'égide d'un animateur bénévole ou salarié chargé de leur accompagnement.***

Ces jardins d'insertion ont été reconnus et réglementés par la loi d'orientation du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions, ainsi que par ses textes d'application qui les intègrent dans le cadre plus large des « chantiers d'insertion. »

Source : https://www.senat.fr/rap/l02-376/l02-3761.html

ACI - Atelier chantier d'insertion :

Les ateliers et chantiers d'insertion (ACI) proposent un **accompagnement et une activité professionnelle aux personnes sans emploi rencontrant des difficultés sociales et professionnelles particulières.** Les salariés des ateliers et chantiers d'insertion (ACI) bénéficient d'une **rémunération au moins égale au Smic.** Les ateliers et chantiers d'insertion (ACI) sont **conventionnés par l'État et bénéficient d'aides pour accomplir leurs missions.**

Pour aller plus loin : http://travail-emploi.gouv.fr/emploi/insertion-par-l-activite-economique/article/les-ateliers-et-chantiers-d-insertion-aci

Jardins de Cantaous

Statut : Association loi 1901 porteuse d'un Atelier et chantier d'insertion (ACI)

Action concernée : Mise en place et animation d'un Lieu d'insertion par le maraîchage biologique (LIMB)* sur la commune de Cantaous

Date de début de l'action : octobre 2017

Porteur(s) de projet : Sabrina Hansen (directrice) , Marie Eve Clercq (encadrant technique), Initiative de la mairie de Cantaous (propriétaire du foncier, occupé à titre gratuit)

Descriptif projet : Aider à l'insertion professionnelle par le maraîchage, Recréer du lien social

- 12 emplois d'insertions (CCDI) avec le dispositif ACI*
- Production et vente de produits maraichers : 10/15T de prévues par an, vente tous les jours sur l'exploitation, en cours de conversion AB
- Au fur et à mesure de la production, approvisionnement du restaurant municipal La Bodega (10-15 couverts /service) et de l'école de Cantaous (30 repas)
- Livraison paniers sur Lannemezan (Arkema)

Difficultés :

- Développement de l'activité
- Logistique (véhicule pour le marché…)

Evolutions /projets envisagées :

- Développer des carrés potagers pour des actions de sensibilisation (EHPAD, écoles…)
- Proposer un service restauration-soupe les midis, afin de recréer du lien social et permettre un accès des aliments de qualité pour les personnes isolées notamment

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Accès au foncier de la parcelle derrière (agriculteur bientôt à la retraite)
- Appui du projet (communication) par les collectivités

Contact : Sabrina Hansen (Marie Eve Clercq- encadrante technique), 06 65 00 96 07, sabrina.hansen@laposte.net, 2 rue du Pic du Midi, 65150 Cantaous

8. RESTAURATION HORS DOMICILE

Dans le cadre de la réalisation de ce diagnostic ont été rencontrés plusieurs structures :

Restauration collective :

- Hôpitaux de Lannemezan
- GAB 65
- SIC Resto Bio
- Conseil départemental - légumerie de Maubourguet
- Chambre d'Agriculture - Mangeons Ha-py
- Communauté de communes du Plateau de Lannemezan
- Maison Nature Environnement - Puydarrieux (annexes)

Restauration commerciale

- Balnéa
- Régie municipale de Saint Lary Soulan
- Le Relais du Castéra
- Le Pré vert

8.1 Etat des lieux de la restauration collective

8.1.1 Contexte de la restauration collective au niveau national

Alors que ce mardi 25 septembre 2018, le Sénat entame l'examen en nouvelle lecture du projet de loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous (sous réserve de sa transmission par l'Assemblée nationale) les enjeux pour la restauration collective scolaire sont de taille.

De ce projet - qui résulte donc des travaux des États généraux de l'alimentation qui se sont déroulés de juillet à décembre 2017 - plusieurs orientations se sont dégagées notamment pour la restauration scolaire avec l'article 11 qui vise à *« renforcer les dispositions relatives à la qualité des repas proposés dans les services de restauration publiques en prévoyant que les produits acquis dans ce cadre devront comporter à l'échéance du 1er janvier 2022 une part significative de produits issus de l'agriculture biologique, ou bénéficiant d'autres signes de qualité ou mentions valorisantes ou présentant des caractéristiques équivalentes, ou acquis en prenant en compte le coût du cycle de vie du produit.*

L'objectif est d'atteindre un taux de 50 % de produits acquis remplissant l'une de ces conditions à l'horizon 2022, dont au moins 20 % de produits issus de l'agriculture biologique.

Ces taux seront fixés par un décret en Conseil d'État qui précisera les modalités d'application du dispositif, notamment la période de référence prise en compte pour apprécier le respect de cette obligation. Il fixera également une étape intermédiaire.

Cette mesure nouvelle est complémentaire de celle qui est déjà prévue par l'article L. 230-5 du code rural et de la pêche maritime, et qui tend à améliorer la qualité nutritionnelle des repas proposés dans les services de restauration scolaire et universitaire et ceux des établissements de santé, des établissements sociaux et médico-sociaux et des établissements pénitentiaires. »

Les Politiques nationales :

- Grenelle de l'environnement
- Loi modernisation de l'agriculture 2010
- Code marchés publics de 2012
- Amendement 2016 loi d'avenir agriculture 2014
- Etats généraux de l'alimentation 2017

- **Loi « pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable » 2018.**

> *« Dans ce cadre la restauration collective publique devra s'approvisionner avec au moins 50% de produits issus de l'agriculture biologique, locaux ou sous signes de qualité à compter du premier janvier 2022 (article 11). L'objectif étant de faire de la restauration collective un levier d'amélioration de la qualité de l'alimentation. »*
> *Loi pour « l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable » 2018*

8.1.2 Contexte de la restauration collective à l'échelle locale

En 2011, dans le cadre du projet Pir_edes le PETR du Pays des Nestes a lancé une étude « Restauration collective » qui avait notamment pour objectifs de :

- Réaliser l'état des lieux de la restauration collective
- Identifier les besoins en termes d'infrastructures
- Identifier les volontés de travailler sur une restauration collective de proximité

Cette étude peut continuer d'être une base de travail importante pour la suite à donner dans le Projet Alimentaire de Territoire. Certaines données sont encore actuelles (ci-dessous) et relèvent les fonctionnements des structures accueillants du public sur le territoire.

Nom de l'établissement	*Type d'établissement*	*Commune*	*Service de repas*	*Mode préparatoire des repas*	*Mode de gestion*	*Nom du prestataire*	*Volume de repas par jour*	*R° du personnel*	*Volume de repas pris par le personnel*
MAISON DIETETIQUE ET THERMALE LE BEAU SÉJOUR	Maison de régime	CAPVERN LES BAINS	Oui	Préparés sur place	Autogestion		110	Oui	10

Type d'Ets	*Raison sociale*	*Ville*	*Date Ouverture*	*Statut de l'ets*	*Structure de tutelle*	*Capacité d'accueil*	*Restauration dans l'établissement*	*Modes préparatoires des repas*	*Modes de gestion de l'activité restauration*	*Nom du traiteur/ SRC ou collectivité*	*Nb repas moyen / jour*	*Volume annuel de repas*
Maison de Retraite	MAPAD LES FOUGERES MAISON D'ACCUEIL PERSONNES AGEES	LANNEMEZAN	1997	Public	CCAS	62	Oui	Préparés sur place	Société de restauration	AVENANCE	133	48 700
Maison de Retraite	MAIS RETRAIT ACCUEIL FRERE JEAN GALAN	GALAN	1904	Privé à but non lucratif	Ass.L.1901 non RUP	80	Oui	Préparés sur place	Autogestion		178	65 000
Maison de Retraite	RES DE LA BAØSE GALAN HOP LANNEMEZAN	GALAN	1993	Public	Ets hospitalier départemental	70	Oui	Repas livrés	Autre Collectivité	HOPITAL	138	50 500
Maison de Retraite	MAISON RETRAITE N. SECAIL HOP LUCHON	BERTREN	1904	Public	Ets hospitalier communal	55	Oui	Repas livrés	Autre Collectivité	HOPITAL	109	39 700
Foyer logement	RESIDENCE DU VAL DE L'OURSE	LOURES BAROUSSE	1988	Privé à but non lucratif	Ass.L.1901 non RUP	80	Oui	Préparés sur place	Autogestion		177	64 600

Etude Restauration collective- 2011 / PETR Pays des Nestes

Secteur	Type d'établissement	Ville	Date d'ouverture	Statut	Organisme de tutelle	Capacité d'accueil	Restaurant dans l'établissement	Modes préparatoires des repas	Modes de gestion de l'activité restauration	Nom du traiteur/SRC ou collectivité	Nb Repas moyen / jour	Volume annuel de repas
Adultes handicapés	CAT	LANNEMEZAN	1988	Public	Ets. social départemental	52	Oui	Livrés	Autre collectivité	CENTRE HOSPITALIER	35	12 775
Protection de l'enfance	MECS	LANNEMEZAN	1974	Privé à but non lucratif	Ass.L.1901 non R.U.P	30	Oui	Préparés sur place	Autogestion		15	2 700
Adultes handicapés	Maison d'accueil spécialisée	LANNEMEZAN	1998	Public	Ets. Hospitalier départemental	60	Oui	Préparés sur place	Autogestion		100	36 500

Académies	Dpt	Ville	Effectif total	Effectif externe	Demi-pensionnaires	Effectif en internat	Rest° dans l'ets	Modes préparatoire des repas	Gestion de l'activité restauration	Volume de repas quotidien	Volume de repas annuel
Toulouse	65	ST LAURENT DE NESTE	123	16	107	0	Oui	Sur place	Autogestion	180	31 000
Toulouse	65	ARREAU	311	9	302	0	Oui	Sur place	Autogestion	450	77 400
Toulouse	65	LANNEMEZAN CEDEX	525	96	423	6	Oui	Sur place	Autogestion	400	68 800
Toulouse	65	LOURES BAROUSSE	151	30	121	0	Oui	Sur place	Autogestion	200	34 400

Figure 55 Etude Restauration collective - 2011 - PETR du Pays des Nestes

On peut estimer à ce jour un potentiel sur le Pays des Nestes :

- Par jour d'environ 2 000 repas + 2500 (hôpital) : 4500 repas par jour
-

Enquête « gestion des cantines scolaires de la CCPL »

Fin 2017, début 2018 la Communauté de communes a souhaité amorcer une réflexion sur la restauration scolaire sur son territoire. L'idée étant de comprendre comment chaque école fonctionnait, quel était le niveau de satisfaction en matière d'approvisionnement et les problématiques rencontrées. Pour cela une enquête a été réalisée et envoyée aux 15 communes avec écoles (Galan, Lannemezan, Pinas, La Barthe de Neste, Bourg de Bigorre, Avezac-Prat-Lahitte, Hèches) dont 4 RPI (Capvern – Mauvezin – Lutilhous / Montastruc-Bonnefont-Burg/ Clarens-Uglas / Laborde-Esparros). Cela représente environ :

- 18 classes en maternelle soit 483 élèves
- 38 classes en primaire + 2 CLIS soit 849 élèves

Le 8 mars 2018 en commission agricole les résultats de cette enquête ont été présentés aux élus :

synthèse enquête cantine

		maternelle en 2016		maternelle en 2018		primaire en 2016		primaire en 2018		
		nbre de classe	nbre élèves	nbre de classe	nbre élèves	nbre de classe	nbre élèves	nbre de classe	nbre élèves	
	Avezac	1	10	1	18	2	37	1	24	
RPI	Capvern	2	38	2	30	4	88	4	88	
RPI	Lutilhous	1	22	1	22	0	0	0	0	
RPI	Mauvezin	0	0	0	0	1	25	non répondu estimation:1	non répondu estimation: 25	
RPI	Esparros	0	0	0	0	1	18	1	14	
RPI	Laborde	non répondu	non répondu	1	13	0	0	0	0	
	Heches	1	25	1	28	3	55	3	50	
	La Barthe de	3	66	3	66	5	103	5	111	
RPI (Bonnefont et Burg)	Montastruc	0	0	0	0	2	25	non répondu estimation: 2	non répondu estimation:25	
RPI	Clarens	non répondu	non répondu	1	23	non répondu	non répondu	1	19	
RPI	Uglas	0	0	0	0	1	19	1	12	
	Galan	2	40	non répondu estimation: 2	non répondu estimation: 40	3	69	non répondu estimation:3	non répondu estimation:69	
	Lannemezan	4	203	non répondu estimation: 4	non répondu estimation: 203	15+2CLIS	328+13CLIS	non répondu estimation: 15+2CLIS	non répondu estimation 328 + 13 CLIS	
	Pinas	3	60	1	20	2	40	2	36	
	Bourg de B	non répondu	non répondu	1	20	non répondu	non répondu	2	35	
total		**17**	**464**	**12**	**240**	**39+2CLIS**	**807+13CLIS**	**20**	**389**	
total avec estimation				**18**	**483**			**38+2CLIS**	**836+ 13CLIS**	56 classes + 2 CLIS
										1319 élèves + 13 CLIS

Bilan de l'enquête

73% de réponse à l'enquête

Soit 11 communes sur les 15 – non pas répondues : Lannemezan, Mauvezin, Montastruc, Laborde

a. Effectifs par classes

Les tableaux des effectifs montrent que 77% des élèves fréquentent régulièrement la cantine.

nombre d'élèves par classe

		PS	MS	GS	CP	CE1	CE2	CM1	CM2	
	AVEZAC	6	3	4	5	8	3	11	2	
	La BARTHE N	27	18	21	26	20	27	21	17	
	BOURG DE B	5	5	6	7	3	6	10	9	
RPI	ESPARROS	0	0	0	0	4	2	2	6	
	LABORDE	6	0	5	2	0	0	0	0	
RPI	CLARENS	3	8	12	8	6	5	0	0	
	UGLAS	0	0	0	0	0	4	4	4	
RPI	CAPVERN	14	16	0	23	20	21	24	0	
	MAUVEZIN	0	0	0	0	0	0	0	non répondu	
	LUTILHOUS	0	0	22	0	0	0	0	0	
	GALAN	non indiqué	non indiqué	non indiqué	non indiqué	non indiqué	non indiqué	non indiqué	non indiqué	
	HECHES	10	10	8	5	14	8	15	8	
	PINAS	12	4	9	5	12	5	6	8	
total par classe		**83**	**48**	**87**	**81**	**87**	**81**	**93**	**54**	
total		**218**			**396**					**614**

nombre d'élèves pratiquant la cantine régulièrement

		PS	MS	GS	CP	CE1	CE2	CM1	CM2	
	AVEZAC	3	2	2	4	8	3	9	2	
	La BARTHE N	19	12	14	21	15	18	8	10	
	BOURG DE B	4	4	5	2	3	3	4	13	
RPI	ESPARROS	0	0	0	0	4	2	2	5	
	LABORDE	4	0	4	2	0	0	0	0	
RPI	CLARENS	2	6	11	5	4	4	0	0	
	UGLAS	0	0	0	0	0	2	4	4	
RPI	CAPVERN	9	13	0	21	20	20	22	0	
	MAUVEZIN	0	0	0	0	0	0	0	non répondu	
	LUTILHOUS	0	0	22	0	0	0	0	0	
	GALAN	6	7	7	10	10	15	5	10	
	HECHES	5	8	6	4	9	6	10	7	
	PINAS	2	2	6	4	6	2	3	5	
total par classe		**54**	**54**	**77**	**69**	**79**	**54**	**45**	**46**	
total		**185**			**293**					**478**

b. Menu type

Entrée Plat Fromage Dessert	Entrée Plat Dessert
9 communes Dont 1 sans le pain	2 communes

Repas à thème mis en place

Repas à thèmes mis en place par le prestataire : plat du monde, semaine du goût, repas de noël, chandeleur, épiphanie, végétarien, pique-nique fin d'année, innovation culinaire, bio

- 1 ingrédient bio/repas

Pour une fréquence de

- 1 fois / an — cité 4 fois
- 1 fois /trimestre — cité 3 fois
- 1 fois / mois — cité 2 fois
- 1 fois / semaine — cité 1 fois

autre :

c. Communes ayant recours à un prestataire pour l'élaboration des repas

- Prestataire : ELIOR pour les 10 communes qui ont répondues au questionnaire
  - Pour info :
    - L'hôpital fournit les écoles de Lannemezan.
    - La commune de Galan se fournit pour le plat chaud à la maison de retraite et la cantinière cuisine l'entrée et le dessert en achetant les aliments à l'épicerie du village

d. Livraison des repas

- Les 11 communes sont en liaison chaude, dont 1 commune a répondu en liaison chaude et liaison froide
- 6 communes sur 11 se font livrer les repas
- 6 communes vont chercher les repas par leur propre moyen chez le prestataire

- 9 communes possèdent des conteneurs isothermes
- Le prestataire prête des conteneurs isotherme pour 1 commune
- 1 commune n'a pas de conteneurs isothermes

- 9 communes n'ont pas mis de clause particulière dans le cahier des charges
- 1 commune a mis comme clause « mise à disposition de conteneurs »
- 1 commune a mis comme clause d'« inclure 30% de produits bio »

e. Les tarifs :

	repas livré menu à 4 composants		repas livré menu à 3 composants			repas non livré menu à 4 composants		
	prix facturé à la commune en € ttc	prix facturé aux familles en € ttc	prix facturé à la commune en € ttc	prix facturé aux familles en € ttc	prix facturé aux familles extérieure à la commune en € ttc	prix facturé à la commune en € ttc	prix facturé aux familles en € ttc	prix facturé aux familles extérieure à la commune en € ttc
	3,27	2,55						
			3,40	2,80	4,30			
			3,76	3,95				
						2,93	2,08	3,55
	3,00	3,35						
						3,12	3,12	
	3,20 sans pain	3,55						
						3,30	3,40	
						2,40 le plat 2,60 entrée desserts	4,80	
						3,04	3,50	
	3,85	3,85						
prix moyen	**3,33**	**3,325**	**3,58**	**3,375**	**4,3**	**3,478**	**3,38**	**3,55**

f. Partenariat

- 8 communes sur 11 sont satisfaites du prestataire
- 2 communes ne sont pas satisfaites pour des problèmes de quantité de denrées
- 1 commune n'a pas répondu

g. Points faibles et/ou points forts, relevés par les élèves de 4 communes

Points faibles	Points forts
• Trop de légumes • Toujours le même poisson • Manque fruits de saison • Produits laitiers peu variés • Proposer plus de compotes de fruits autres que pommes • La quantité • Le tarif	• Diversité • Découverte de plats nouveaux • Mélange féculents, légumes, viande • Potage bon en général • Viandes bien assaisonnées • Qualité plat chaud • Proposition de 2 desserts

- 2 communes ont indiqué qu'il n'y avait pas de retour de la part des élèves lors des conseils d'école.
- 5 communes n'ont pas répondu

h. <u>Suggestions pour améliorer la qualité des repas pris en cantine</u>

3 communes sur les 11 ont répondu :

- **La quantité un peu juste**
- **Désir d'intégrer des produits locaux de qualité ; pas facile avec une centrale d'achat (gestion au niveau régional/national)**
- **Plus de produits frais, bio et locaux**
- **Améliorer les entrées et les desserts**

Gestion cantines scolaires - CCPL - enquête cantine 2018

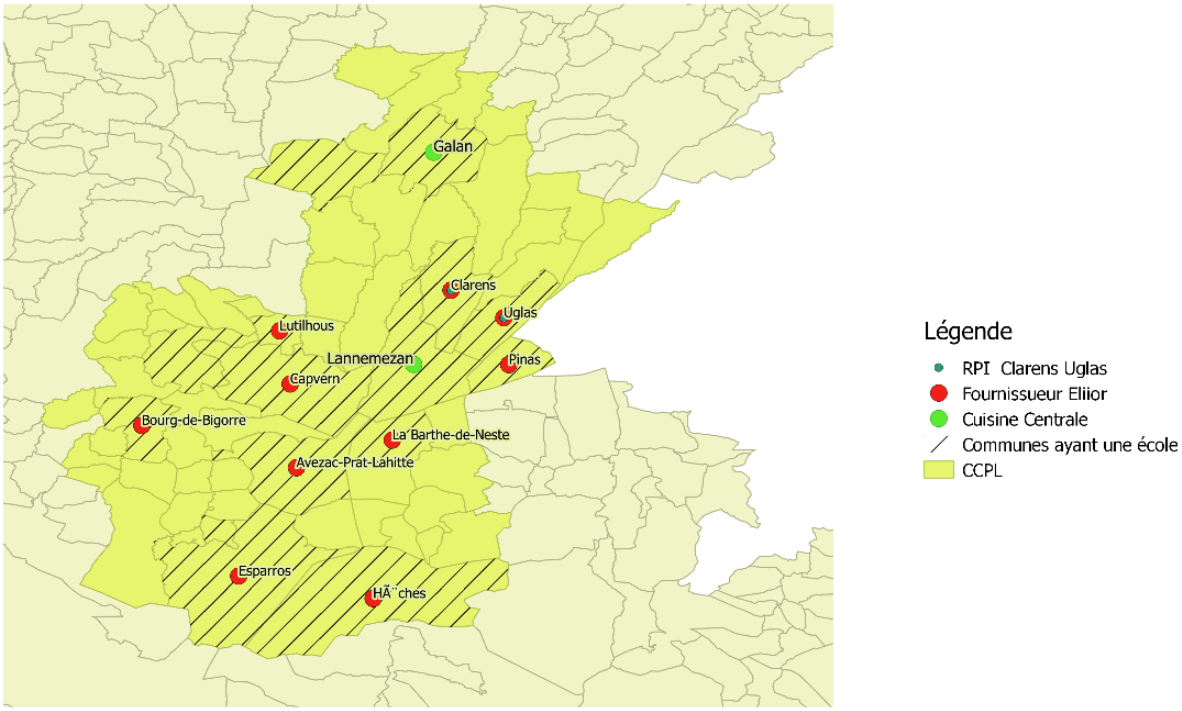


Figure 56 Gestion des cantines scolaires de la CCPL

Les résultats de cette enquête poussent la Communauté de communes à continuer à travailler dans ce sens et à trouver une solution qui répond davantage aux besoins des écoles de son territoire :

- **Un approvisionnement local**
- **L'amélioration de l'offre de repas**
- **Des produits frais, bio et locaux**

Pour cela la CCPL s'appuie notamment sur le PETR et le Projet Alimentaire de territoire pour continuer cette réflexion et cibler des pistes d'actions. Parmi celles-ci la création d'une cuisine centrale semble répondre à ce besoin territorial.

8.1.3 Communauté de communes du Plateau de Lannemezan – Cuisine centrale

CC Plateau de Lannemezan – Cuisine centrale

Projet : Volonté de créer une cuisine centrale « **3 en 1** » : Cuisine centrale, restaurant et traiteur.

Objectif : Permettre aux habitants de ce territoire de bien se nourrir au quotidien, préserver ainsi leur santé. Utiliser les ressources du territoire contribuant à maintenir l'activité agricole et à la développer. Selon la CC du Plateau de Lannemezan ***la cuisine centrale est la meilleure structure pour ce faire. Une étude a été lancée à l'échelle du territoire pour connaître le niveau de satisfaction des élus de l'approvisionnement actuel des écoles et cela a révélé une envie d'avancer autrement.***

Cette structure pourra servir : des cantines scolaires, des crèches, des accueils pour personnes âgées, des centres de loisirs, des entreprises, des particuliers, des hébergements touristiques... sur notre territoire communautaire mais également sur le territoire des deux autres communautés qui dépendent du Pays des Nestes.

Particularité : Volonté d'adosser à cet outil de cuisine centrale un restaurant genre « self », une cantine pour tous. Le territoire n'a pas de « cafétéria populaire ». Ce restaurant collectif préparerait des plats sains, gourmands et responsables « produits locaux, bio, à haute qualité nutritive, zéro gaspi. » Le v**olet socia**l serait pris en compte par le maître d'ouvrage avec une insertion professionnelle, création d'emploi, aide aux plus démunis à définir.

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

Une étude s'impose pour cerner les potentialités en termes de volume, de lieu d'implantation et de marché à l'échelle du Pays des Nestes. Cette étude pourra aussi analyser les passerelles à créer avec d'autres acteurs et projets sur le territoire. Dans le cadre de cette étude il serait intéressant d'aller rencontrer les écoles du Pays des Nestes (hors CCPL) afin d'analyser les potentiels et de compléter l'enquête réalisée dans ce cadre.

Contact : Monique Martin, Vice-présidente de la commission des affaires agricoles, Communauté de communes du Plateau de Lannemezan Route d'Espagne, 65 250 La Barthe de Neste – m.castex-martin@orange.fr

8.1.4 Commune de Vielle Aure – Cuisine centrale

Commune de Vielle Aure – Cuisine centrale

Projet : Rénovation du restaurant scolaire et création d'une cuisine - Si l'école était menacée il y a une vingtaine d'année, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Depuis 2 ans elle a été regroupée avec l'école de St Lary Soulan pour former un regroupement pédagogique Intercommunal qui compte environ 120 élèves. Les élèves de maternelles sont accueillis sur le site de St Lary Soulan, ceux de primaire à Vielle-Aure. Les modes de vie actuels des parents rendent indispensable de proposer des services périscolaires et un service de restauration scolaire pour maintenir une école. Actuellement les repas du RPI de Vielle- Aure St Lary Soulan et du RPI voisin d'Ancizan Guchen sont préparés à Ancizan (distant de 6km). Le prestataire loue la cuisine d'un restaurant et prépare des repas servis en liaison chaude. Le personnel communal est en charge de venir chercher les repas tous les midis. La commune paye les repas au prestataire. Mais celui-ci souhaite cesser son activité. La commune souhaite désormais rénover les locaux de la cantine, désuet et trop petit pour l'effectif actuel (environ 50 enfants tous les midis) et créée une vraie cuisine dans laquelle les repas seront préparés.

La prestation de service pourra être étendue à la crèche halte-garderie de St Lary Soulan, au RPI d'Ancizan, au service de portage de repas à domicile ….

Objectifs :

- Proposer un service indispensable à l'accueil d'écoliers
- Servir des repas de qualité gustatif et qualitatif
- Créer un emploi à l'année
- Favoriser la consommation locale

Contact : Maryse Beyrié, Maire de la commune de Vielle Aure, 7 **place de la Fontaine - 65170 VIELLE AURE, 05.62.39.58.93 - http://www.vielleaure.com/**

Enquête « gestion des cantines scolaires » élargi au Pays des Nestes

Suite au premier comité de pilotage les membres ont proposé d'élargir cette enquête à l'ensemble du territoire. Le questionnaire a donc été quelque peu adapté afin de cibler les écoles primaires et les collèges et lycées. Celui-ci a donc été envoyé à la liste ci-dessous **(en gras les établissements qui ont répondu) :**

CCNB :

- **Le collège de Loures Barousse qui fait les repas pour les collégiens, les écoles primaires et maternelles du RPI de Loures/Izaourt et l'école de Saléchan (RPI Siradan/Saléchan)**
- L'école de Siradan approvisionnée par l'ASEI de Siradan
- Le collège Beaulieu de Saint Laurent de Neste qui fait les repas pour les collégiens, les écoles primaires et maternelles de Saint Laurent de Neste et l'école de Nistos
- L'école d'Aventignan s'approvisionne au groupe Elior de Cantaous
- L'école de Cantaous : ses repas sont préparés par le restaurant du village
- Centres de loisirs de la CCNB

CCAL :

- Le collège Foch d'Arreau
- L'école de Sarrancolin
- **L'école d'Ancizan-Guchen**
- **L'école de Loudenvielle-Génos**
- **L'école de Saint-Lary Soulan-Vielle Aure**
- **L'école primaire d'Arreau**

8.1.5 Collège de la Barousse

Collège de la Barousse

Effectif total : 205 collégiens / **Effectifs pratiquant la cantine :** 360/370 élève par jour hors mercredi. L'établissement ne fait pas appel à un prestataire pour la préparation des repas.

Budget prévisionnel 2018 : 186 877,65 €.

Le collège confectionne aussi les repas pour :

- Les écoles de Saléchan/Siradan (30 à 40 livraisons par jour – liaison chaude)
- L'école d'Izaourt (20 à 26 livraisons par jour – liaison chaude)
- L'école de maternelle de Loures Barousse : 30 à 40 livraisons par jour – liaison chaude)
- L'école primaire de Loures Barousse : 60 à 75 repas sur place par jour

La part du bio en 2018 : 3% du volume total (Plateforme Resto Bio). Un chiffre à la baisse car en 2017 le bio représentait 6% du volume.

La part de produits locaux est davantage importante avec un volume de 25% en 2018 (38% en 2017).

Les fournisseurs locaux sont : Bruno Pyrénées viandes, La Mie Laurentaise, Les vergers de Barousse, La Truite des Pyrénées, Charcuterie Barès, Pyren Alliance

Les effectifs : 1 cuisinier à temps plein + 1 remplaçant ; 1 aide (80%) pour les entrées et desserts

Les tarifs (pour les écoliers de la CCNB) : Prix facturé à la commune en € TTC : 3,45€ ;

Prix facturé aux familles en € TTC : 3,60€

Coût du repas en 2017 : 3,59€ / **Budget matière :** 2017 : 114 304,62 €

Actions contre le gaspillage alimentaire :

- Récupération pain grillé dans un bac (SMECTOM)
- Future mise en place d'un bac pour collecter les déchets à destination du composteur

Projets/attentes du gestionnaire :

- Poursuivre et renforcer un approvisionnement en produits locaux
- Engager un travail continu (formation, animation) sur le gaspillage alimentaire
- Adhésion à la Légumerie départementale

Contact : Bernard Flous – adjoint gestionnaire – bernard.flous@ac-toulouse.fr , 05 31 74 32 13

8.1.6 Ecole primaire de Saint-Lary Soulan

Ecole primaire de Saint-Lary Soulan (RPI Vielle Aure)

Effectif total : 47 élèves / **Effectifs pratiquant la cantine :** 18 petites sections, 17 moyennes sections, 12 grande section soit 35 repas par jour.

Budget annuel 2017 : 31 275 €

La part du bio en 2018 : 0%

La part de produits locaux : aucune.

Prestataire : ADHOC Cantine (liaison chaude). La commune se dit satisfaite de ce prestataire avec qui elle est engagé durant 1 an. Deux agents de la collectivité se rendent auprès du prestataire avec un véhicule.

Tarifs : Prix facturé à la commune TTC : 4,46€ ; **prix facturé aux familles en € TTC :** 4,50€ ou 2,50 € (communes de Saint Lary Soulan et Sailhan)

Coût du repas :

- ADHOC : 4,46€/repas
- Surveillance/ménage : 9,04€/repas
- Transport repas (personnel et véhicule) : 3,06€/repas

Coût du transport :

- Personnel : 2,68€/repas ou 31€/jour
- Véhicule : 0,28€/repas ou 3,26€/jour

Actions contre le gaspillage alimentaire :

- Animation et sensibilisation des enfants

Projets/attentes du gestionnaire :

- Avoir un approvisionnement en produits bio de la part de son prestataire
- Engager un travail continu (formation, animation) sur le gaspillage alimentaire
- Projet de cuisine centrale Vielle Aure

Contact : Commune de Saint Lary Soulan - sfouga@mairie-saint-lary.fr – direction@mairie-saint-lary.fr

8.1.7 Ecole de Génos

Ecole primaire de Génos (RPI Génos-Loudenvielle)

Effectif : une seule classe, les CM1 et CM2, en moyenne 20 élèves sur les dernières années scolaires

Les repas sont fournis par la cantine du Collège d'Arreau (Convention Commune/Conseil Départemental/ Collège d'ARREAU), un agent des écoles de Loudenvielle assure le transport des repas dans des conteneurs isothermes pour les cantines de GENOS et LOUDENVIELLE.

Tarifs : Le repas est payé 3.40 € au Collège d'Arreau et revendu 3.70 € aux familles.

Contact : Commune de Génos – communedegenos.65@orange.fr , 05 62 99 68 01

8.1.8 Ecole primaire d'Arreau

Ecole primaire de Arreau

Effectif : 122 élèves ; **Effectifs pratiquant la cantine :** 80 élèves (environ 25 élèves de maternelle et 55 élèves de l'élémentaire)

Effectif par classe : 22 PS/MS, 22 MS/GS, 21 CP/CE1, 20 CE1/CE2, 17 CM1, 20 CM2

Les élèves mangent les lundis, mardis, jeudis et vendredis au collège d'Arreau.

8.1.9 Ecole primaire d'Ancizan (RPI Guchen Ancizan)

Ecole primaire d'Ancizan (RPI Guchen-Ancizan)

Effectif : 22 en CM, 21 en CE ; **Effectifs pratiquant la cantine :** environ 25 élèves

Budget prévisionnel 2018 : inconnu à ce jour car première année de fonctionnement avec un nouveau prestataire : ADHOC Cantine à Vignec (adhoc.carole@free.fr). La commune se dit satisfaite du prestataire avec qui elle est engagée durant 1 an.

Les repas sont livrés avec le transport communal en liaison chaude

La part du bio en 2018 : 0%

La part de produits locaux : non communiqué

Les tarifs : Prix facturé à la commune en € TTC : 4.46 € ;

Prix facturé aux familles en € TTC : 4.46 €

Actions contre le gaspillage alimentaire :

- Pas d'actions à ce jour

Contact : Commune d'Ancizan – commune.ancizan@orange.fr , 05 62 39 92 29

Ecole primaire de Guchen (RPI Guchen-Ancizan)

Effectif : 33 élèves (22 TPS-PS-MS et 11 GS-CP) ; **Effectifs pratiquant la cantine :** environ 20 élèves

Budget prévisionnel 2018 : inconnu à ce jour car première année de fonctionnement avec un nouveau prestataire : ADHOC Cantine à Vignec (adhoc.carole@free.fr).

Les repas sont livrés avec le transport communal en liaison chaude et liaison froide. La commune dispose de conteneurs isothermes

La part du bio en 2018 : non communiqué

La part de produits locaux : non communiqué

Les tarifs : Prix facturé à la commune en € TTC : 4.46 € ;

Prix facturé aux familles en € TTC : 4.46 €

Actions contre le gaspillage alimentaire :

- Pas d'actions à ce jour

Contact : Commune d'Ancizan – commune.ancizan@orange.fr , 05 62 39 92 29

8.2 Les acteurs/porteurs de projets de la Restauration collective

Nous sommes aujourd'hui dans une prise de conscience globale des citoyens de la nécessité de réfléchir autrement leur consommation. Collectivités territoriales, chambres consulaires, associations, citoyens, professionnels de la restauration… se sont emparées depuis plusieurs années déjà de cette problématique sur le territoire des Hautes-Pyrénées qui compte 5 790 000 repas par an pour les établissements en gestion directe *(voir schéma Etude AFOM).*

L'appui de ces politiques nationales renforce le développement de projet en la matière. Dans ce contexte la restauration collective et son approvisionnement se pense d'une manière davantage globale que les seules frontières du PETR du Pays des Nestes. En effet, à l'échelle du Département des Hautes-Pyrénées des structures d'approvisionnement existent ou sont en cours de création et méritent de figurer sur ce diagnostic afin de permettre à ce document d'être un pôle ressource en la matière grâce à un état des lieux actualisés. En outre ce travail doit permettre l'émergence de projet mais aussi la synergie des actions en devenir afin d'optimiser les moyens, les outils et les dispositifs financiers.

Contexte Restauration collective 65

Cible

Nb et Type d'établissements (total)	Nb de repas / an	Dont Nb d'établissements en gestion directe	Nb de repas / an pour les ets en gestion directe
26 collèges	1 400 000	20	1 100 000
22 lycées	3 900 000	14	1 000 000
74 écoles primaires	550 000	8	60 000
39 maisons de retraites	917 000	28	650 000
40 établissements spécialisés	3 270 000	22	1 400 000
8 enseignement supérieur	180 000	8	180 000
7 hôpitaux	1 400 000	7	1 400 000
Sous- Total = 217	11 617 000	107	5 790 000
Cuisines centrales			~ 200 000

Source : Etude AFOM étude opportunité plateforme – J. Rondet 4

D'autre part, il semble important de préciser que si des synergies existent déjà entre le territoire du Pays des Nestes et ces plateformes de nouvelles sont potentiellement encore possibles à développer. Pour cela le PETR du Pays des Nestes a été rencontrer ces structures, qui interviennent directement ou indirectement *(approvisionnement, formation, mise en place d'outils pour les gestionnaires…)* dans

le domaine de la restauration collective afin de permettre un niveau d'information actualisé certes mais aussi d'être un facilitateur de projets.

8.2.1. Hôpitaux de Lannemezan

Hôpitaux de Lannemezan

Effectif : 43 ETP, dont 25 en cuisine

Action concernée : Elaboration des repas (2700/jour) pour l'hôpital de Lannemezan, des hôpitaux de jour disséminés sur le département et, via une convention avec la municipalité pour les 4 écoles maternelles et primaires de Lannemezan (environ 280 repas/jour) + CCAS

Budget annuel de la structure : 4.5 millions d'euros, 1.5 millions euros en dépenses alimentaires dont 90 000 dépensés au niveau local (6%), 2% des achats en Bio via la plateforme Resto Bio (produits laitiers, carottes lavées, épicerie, lentilles, riz, semoule…)

Gestion en liaison froide - Le coût de transport est géré par l'hôpital et pris en compte dans le prix payé par la commune de Lannemezan (pour les écoles)

Produits locaux et biologiques : les produits bio représentent 20% de l'approvisionnement des écoles - Accompagnement du GAB, formations des cuisiniers

Prestataires : Une vingtaine de fournisseurs, dont de gros distributeurs (Pomona...)

Difficultés : **Contraintes réglementaires :** Loi de modernisation du système de santé et le regroupement des hôpitaux (GHT) – mutualisation des achats et du fonctionnement. Les solutions trouvées : allotissement, contournement (ex : pain, produit quotidien)

Projets : - Travaux de la cuisine actuelle pour l'agrandir, création d'une salle « légumerie ». L'objectif est de pouvoir traiter des légumes bruts (de préférence bio), et en disposant d'un espace de stockage. Les légumes bruts concerneront un nouveau lot dans le marché public. Cette légumerie permettra de fournir environ 300 repas/jour supplémentaires.

- **En contact avec la Légumerie départementale et la plateforme Mangeons Hapy, l'hôpital n'exclut pas d'y avoir recours. *« Les projets ne s'excluent pas mais sont complémentaires. »***

Contact : Stéphane Baranger, gestionnaire – Stephane.Branger@ch-lannemezan.fr - 05 62 39 92 29

8.2.2 GAB 65

GAB 65

Statut : Association Loi 1901, création en 1998, et compte 82 adhérents dont 18 font partie du conseil d'administration. 5 salariés : 3.7 ETP.

Président : Patrice Mérigot

Objectif : Engagement pour le BIO et volonté d'agir sur le système alimentaire complet pour tendre vers une souveraineté alimentaire ; accompagner les structures de restauration collective pour l'introduction de produits AB - Formations pour l'approvisionnement en produits locaux de la restauration collective.

Actions :

- Création de la SCIC RESTO BIO : plateforme d'approvisionnement
- Création de la coopérative Alti Pyrénées bio (15 fermes intégrées, 40 coopérateurs, ½ carcasse par semaine)
- Création d'un bio collectif de maraîchers
- Volonté de monter un Pôle Territorial Coopératif Economique et Social (PTCE) avec pour objectif d'augmenter la part du AB sur le département (12 distributeurs partenaires dont réseau Biocoop)
- Formation en restauration collective *(voir structures accompagnées en annexes)*

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

Les communes situées sur le territoire de la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan (CCPL) ont montré lors d'une enquête portée par l'EPCI leur insatisfaction vis-à-vis du fournisseur actuel Elior**.** La commune de Capvern a réalisé un nouveau cahier des charges afin d'obtenir d'Elior davantage de gage de qualité et d'approvisionnement local. Celui-ci n'est cependant pas pris en compte par Elior. Les autres communes de la CCPL travaillent elles aussi à la proposition d'un nouveau cahier des charges à soumettre à Elior. A ce jour les communes n'ont pas de véritable alternative structurée à choisir. **Le GAB 65 souhaiterait mettre en œuvre un projet de cuisine centrale à la demande de la commune de Capvern. (Lieu potentiel : cuisine du CCAS d'EDF à Nestier (lieu de formation actuel pour le GAB 65) ? Hôpital de Lannemezan avec potentialité de 300 repas supplémentaire/jour ?) Ce projet répond aussi à une même réflexion/problématique communautaire (CCPL) à une échelle de territoire.**

Contact : Pascal Lachaud, Directeur du GAB 65 - 28 Rue de La Libération 65000 Tarbes Tel : 05 62 35 27 73/ 06 85 11 54 59 - pascal.lachaud.gab65@gmail.com

8.2.4 SCIC Resto Bio

SCIC Resto Bio

Statut : En 2004 le GAB 65 et le GAB 32 créent une SARL pour héberger fiscalement l'activité de distribution créée en 2000 qu'ils transforment en 2007 en SCIC Resto Bio avec 1 ETP complété par un second ETP en 2012

Responsable de la plateforme : Véronique Ducombs

Le chiffre d'affaires global : 540 000 € (80 % est redistribué aux acteurs du territoire) / Le volume moyen : 176 tonnes (+/- 4T hebdo/ 50% livré en Haute Garonne/38% dans les Hautes-Pyrénées/7% dans le 64 et 5% Gers-Landes)

Action : Les agriculteurs souhaitent pénétrer le marché de la restauration collective sociale afin de développer les volumes de denrées bio produites et consommées sur nos territoires.

Descriptif : Présence sur les territoires : le relais est assuré par les groupements bio auprès des producteurs / Administration Des Ventes : elle est gérée depuis Tarbes via les plateformes de regroupements

La SCIC Resto Bio fait de la 1ère gamme, 4e et 5e gamme et travaille avec une vingtaine d'agriculteurs (64, 65, 32 et 31) composés essentiellement de maraîchers (collectif de maraîchers). La SCIC s'approvisionne en légumes, viandes, fromages, céréales… et se dépanne aussi avec le réseau Biocoop et à un groupement de producteurs du 82. La SCIC travaille avec les établissements FAGET sur le plateau.

Approvisionnement sur le Pays des Nestes :

- La Ferme des Carlines, Aulon / Christine Lacassagne, Hèches

Clients sur le Pays des Nestes *(voir clients sur les Hautes-Pyrénées en annexes) :*

- L'hôpital de Lannemezan (20% de bio pour les écoles à la demande de la commune + le gestionnaire est volontaire pour intégrer davantage de produits locaux et bio)
- CCAS Colonie de vacances EDF de Nestier

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires

- Sortir de l'affrontement bio contre local.
- Besoin clairement exprimé de trouver des clients supplémentaires sur le territoire.

Contact : Véronique Ducombs, STEF-TFE, 2 rue de l'Ardiden - ZAC du parc des Pyrénées 65420 Ibos / Tel. : 05 62 53 27 03 / 06 73 57 16 01 – restobio65@free.fr

8.2.5 Légumerie de Maubourguet – CC Adour Madiran

Légumerie de Maubourguet – CC Adour Madiran

Contexte : L'idée première de la part du Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées est de pouvoir approvisionner les collèges avec des légumes frais. Pour cela émerge l'idée de constituer un groupement de commandes permettant aux collèges un approvisionnement optimum en la matière. Quid du portage à ce jour. Emerge le projet de légumerie départementale (statut à définir) portée par la Communauté de communes Adour Madiran (maître d'œuvre) dans les anciens locaux de Super U dont l'EPCI est propriétaire. C'est dans ce même local que la Chambre d'agriculture 65 y installe sa plateforme Mangeons Ha-py. L'utilisateur pressenti de cet outil devant être opérationnel courant 2019.

Objectifs : Cette légumerie a une capacité de 300 tonnes maximum. Elle est positionnée sur de la 4e gamme avec possibilité de faire de la conserve (projet de cryogénisation). Afin d'approvisionner toute la restauration collective il faudrait 1200 t ce qui laisse la place selon Jean Philippe Coubéris, référent restauration au Conseil Départemental, à d'autres outils sur le département.

Approvisionnement : Pour tous les collèges public (18) : un besoin de 100 tonnes. Sur le principe ils ont tous adhéré à ce stade du projet mais n'ont encore aucune visibilité sur les tarifs. L'objectif étant pour le maître d'œuvre de pouvoir proposer le même prix à tous peu importe les distances des livraisons. A ce jour la légumerie compte 14 adhérents.

Fonctionnement : Le maître d'œuvre lancera deux marchés. Le premier : transformation et le second : approvisionnement avec 2 lots : bio et conventionnel. Il y aura un marché par an renouvelable trois fois tous les 4 ans. Plusieurs acteurs sur le territoire pourraient y répondre : HandiBio, SCIC Resto Bio, Terra Alter et Village Accueillant.

Approvisionnement : Le travail de *sourcing* a permis d'identifier le potentiel d'approvisionnement au regard du faible volume (300 tonnes) avec notamment un noyau de 12 maraîchers. Dans le cahier des charges à venir il sera précisé les produits types demandés (oignons, choux fleurs…) avec une première échelle géographique qui sera le bassin de production (150km à la ronde), puis une deuxième échelle qui sera celle du département et enfin, la plus large restera à l'échelle de la Région Occitanie. Afin d'assurer aux producteurs un débouché sécurisé une contractualisation avec un engagement de volume de produits

Contact : CC Val d'Adour 21, place corps Franc Pomiès 65 500 Vic en Bigorre / contact@adour-madiran.fr / Tel. : 05 62 31 68 84. (A répondu à cet entretien Jean Philippe Coubéris, référent restauration au Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées.

8.2.6 Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées – Application Menu

Application Menu - Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées

Contexte : Depuis février 2017 le Conseil Départemental met à disposition gratuitement des gestionnaires de collèges un outil informatique, une application, leur permettant d'élaborer les fiches techniques, de calculer les apports nutritifs en phase avec le plan national de l'alimentation et de faire valider les menus par une diététicienne en ligne. Des icônes permettent de voir l'approvisionnement en local effectué par les gestionnaires. Cette application est utilisée par les gestionnaires des 18 collèges du département.

Objectifs : L'introduction de produits locaux dans les menus implique, selon Jean-Philippe Coubéris référent Restauration au Conseil Départemental des Hautes-Pyrénées, une hausse tarifaire de 15€/trimestre pour les parents soit 5 centimes/repas car si le collège arrive à 40% d'approvisionnement en produits locaux le Département reverse 10cts supplémentaires/repas pour acheter des matières premières.

Sur le département 2 établissements scolaires se démarquent avec la labellisation EcoCert :

- Collège de Luz Saint Sauveur : 38 % d'approvisionnement local
- Collège de Pierrefitte-Nestalas : 10 % d'approvisionnement local

Projets et attentes vis-à-vis des territoires :

Cette application peut être mise gratuitement à disposition des communes (cuisine centrale, cantine scolaire…) Il suffit d'en effectuer la demande.

Dès la rentrée 2018 un repas « produit local » sera proposé au gestionnaire via cette application

Contact : Jean Philippe Coubéris, référent restauration, Direction de l'Education et des Bâtiments Département des Hautes-Pyrénées, Tél. : 05.62.56.72.44, jean-philippe.couberis@ha-py.fr

8.2.7 Chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées – Plateforme Mangeons Hapy

Chambre d'Agriculture – plateforme Mangeons HaPy

Statut : SCIC SAS. Projet porté par la Chambre d'agriculture des Hautes Pyrénées avec plusieurs collèges (producteurs, collectivités locales (CD65, Communauté de communes Adour Madiran, Communauté de communes Aure Louron, Communauté de communes Haute Bigorre, la ville d'Aureilhan), chambres consulaires, salariés, autres personnes physiques ou morales). Opérationnelle à partir de décembre 2018.

Objectif : La SCIC s'appuiera sur une cinquantaine de producteurs et groupements de producteurs avec un catalogue de produits fermiers et/ou bio : 300 références. Une contractualisation est faite avec les producteurs pendant 1 an. Le projet prévoit aussi des interventions auprès des scolaires, former les cuisiniers et rencontrer les producteurs sur les exploitations. Un plan de production de légumes devra permettre :

- De diversifier les exploitations agricoles,
- S'appuyer sur des ateliers d'insertion et installer de nouveaux producteurs
- Rendre effective l'intégration de produits locaux dans les repas des restaurants publics pour faciliter la mise en marché des produits agricoles et agro-alimentaires du département.

Volumes et approvisionnement : Difficile à ce stade du projet de cerner les volumes nécessaires. Toutefois toutes les productions seront concernées. 90% de l'approvisionnement doit se faire sur le département et 10 % dans les départements limitrophes.

Liens avec la légumerie CC Val d'Adour : La plateforme est localisée à l'ancien Super U Maubourguet à proximité immédiate de la Légumerie de la CC Val d'Adour ce qui laisse présager des futurs liens fonctionnels entre les 2 structures.

Cibles : dans un premier temps les collèges, lycées, écoles primaires puis la restauration hospitalière et d'entreprise et, enfin les restaurateurs commerciaux.

Tarifs : 10% plus cher que le prix du marché

Objectif : 700 000 repas/an en 2020 pour être viable

Contact : Damien Pivot, responsable de la plateforme "Mangeons HaPy" - 06 14 99 33 36

8.4 Tourisme et restauration collective : les potentialités du territoire

Le tourisme est un secteur d'activité prédominant sur le territoire du Pays des Nestes avec 70% de chiffre d'affaires. Au vu de l'importance de l'activité touristique du territoire, il est indispensable que le Projet Alimentaire de Territoire du Pays des Nestes intègre ce volet, en faisant le lien entre tourisme et alimentation durable.

Sur la zone de piémont on identifie une offre de loisirs assez large à destination des familles (Ocybelle, Parc de loisirs La Demi-Lune…) ainsi qu'un tourisme axé sur le patrimoine (Château de Mauvezin, Tour d'Avezac…) mais aussi sur la découverte du monde souterrain (Espace Préhistoire de Labastide, Gouffre d'Esparros, Grottes de Gargas…). En outre, on note aussi la présence d'une station de ski de fond, Nistos, sous régie de la Communauté de communes Neste Barousse (CCNB) avec la présence d'un restaurant d'altitude L'Arixo.

Sur le territoire de la Communauté de communes Aure Louron le tourisme est le secteur prédominant avec notamment la labellisation du territoire en 2018 Grands sites Occitanie mais aussi le label national Pays d'art et d'histoire. Il y existe également une grande richesse naturelle, avec la Réserve Naturelle Régionale d'Aulon, le Parc National des Pyrénées, et la Réserve Nationale Naturelle du Néouvielle. Sur ce territoire sont présentes 4 stations de ski : Saint Lary, Val Louron, Peyragudes et Piau Engaly avec une large offre de restauration.

8.4.1 Les restaurants commerciaux

Les principales structures de tourisme qui comprennent un restaurant sont des acteurs importants au regard du nombre de visiteurs et, donc, de repas servis. Les sites de Balnéa à Loudenvielle et du Pic du Midi de Bigorre à La Mongie reçoivent chacun plus de 100 000 visiteurs par an. Les deux possèdent un restaurant fréquenté. Le restaurant du Pic du Midi travaille en partie avec des produits locaux et est estampillé HaPy Saveurs, marque territoriale.

HaPy Saveurs : une marque territoriale

HaPy Saveurs est une marque territoriale portée par le département des Hautes-Pyrénées et les trois chambres consulaires.

La marque s'applique aussi à des produits vendus dans les commerces, restaurateurs et boucheries. Sur le territoire du Pays des Nestes sont estampillés HaPy Saveurs :

- Saint Lary: Restaurant La mangeoire, La Grange, La Pergola

- Vallée du Louron: Restaurant L'auberge du château

- Arreau: Boucherie Gilbert Fourquet

- Beyrede: L'Auberge du col de Beyrède

- Nestier: Le relais du Castera

- Lannemezan: L'Embrun

« HaPy Saveurs est une marque de qualité qui permet de distinguer les restaurants et les chefs des Hautes-Pyrénées qui font le choix de sublimer par leur savoir-faire terroir pyrénéen. » *(Conseil Départemental 65)*

Les producteurs interrogés lors de l'enquête ne sont pas réticents à livrer les restaurants du territoire. Plusieurs liens sont déjà présents, mais ils ne sont pas systématiques. **Les craintes évoquées par certains agriculteurs concernent la stabilité de la production, les volumes insuffisants mais également la sélection des produits (légumes non calibrés, morceaux nobles pour la viande…) demandant à trouver d'autres solutions pour les produits restants.** Dans le cadre de ce diagnostic plusieurs restaurateurs du territoire ont accepté de nous rencontrer pour échanger sur leur mode de

fonctionnement et leurs attentes/difficultés/intérêts en matière d'approvisionnement en produits locaux mais aussi sur la question du gaspillage alimentaire.

Balnéa - Restaurant

Statut : Société publique locale (SPL)

Action concernée : Activité restauration - Le restaurant de Balnéa est ouvert le midi pendant l'ouverture du centre thermo ludique. Il ferme donc au même période de fermeture à savoir 1 mois en novembre et 5 jours en juin.

Il a une moyenne de 22 841 couverts/an avec une salle de 110 couverts

ETP : 3 cuisiniers et 4 serveuses (équipe fixe)

Chiffre d'affaires du restaurant : 419 000,00 € HT / Chiffre d'affaires du centre aqualudique : 4 582 700,00 €.

Approvisionnement : Fruits et légumes : Palmer ; Charcuterie : Patrick et Laurence Traiteur à Lannemezan ; Fromage : Exploitation à Mont ; Miel : Auprès d'apiculteurs de la vallée du Louron ; Viandes/plats cuisinés : SICA de Lannemezan pour bovins et ovins une fois par semaine (n'est pas suffisant à couvrir le volume) / Société Transgourmet (congelés) Origine France

Gaspillage alimentaire : Le restaurant fonctionne de manière « familial » et redistribue les pertes aux salariés du restaurant mais aussi du centre thermo ludique. La directrice n'a pas identifié le volume de perte mais il semble important.

Difficultés :

- L'approvisionnement localement s'effectue donc dans de très faible quantité car un problème au niveau du stockage (cycle de froid).
- Le restaurant a des difficultés à se faire approvisionner. En effet, situé en fond de vallée la logistique transport se rajoute à la problématique stockage.

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Volonté d'agrandir la cuisine avec le gymnase à côté en cours de construction et de permettre un stockage du froid plus conséquent. Toutefois ce projet est sur du long terme (pas avant 5 ans).
- Intéressé de travailler sur la problématique gaspillage alimentaire par le biais d'une formation à destination des cuisiniers et serveuses mais aussi d'envisager dans le cadre du Projet Alimentaire de Territoire de créer une box estampillée « Balnéa » permettant aux clients de repartir avec leurs restes.

Contact : *Claire BOURG, co-directrice BALNEA - Génos, 65510 Loudenvielle - 05 62 49 19 19*

Les Merlans, L'Oule et l'Hospice du Rioumajou - Régie municipale accueil

Statut : Régie privée de Saint-Lary Soulan – Conseil d'administration composé de 6 élus sur 11

Action concernée : 3 restaurants d'altitude soumis au marché public avec un appel à projet par an. La régie a tout de même la possibilité de travailler avec les produits locaux.

Les Merlans	L'Oule	L'Hospice du Rioumajou
Ouverture hiver	Ouverture été et hiver	Ouverture été
• 18 000 couverts le midi l'hiver en moyenne	• 3 000 couverts le midi l'été en moyenne • 12 500 couverts le midi l'hiver en moyenne	• 3 800 couverts le midi l'été en moyenne
10 ETP (service et cuisine)	7 ETP en été (service et cuisine)	7 ETP (service et cuisine)
Self, 2 plats du jour + plats à la carte	Self, 2 plats du jour + plats à la carte	Self, 2 plats du jour + plats à la carte
Préparation sur place	Préparation sur place	Préparation sur place
	Nombre de nuitées : 645	
Produit phare : l'entrecôte au brasero	Produit phare : l'entrecôte au brasero	Produit phare : l'entrecôte au brasero
15€/personne en moyenne (la Régie souhaite augmenter les prix pour réduire le flux)	Entre 15€ et 18€/personne en moyenne	Tarifs inférieurs en comparaison des 2 autres restaurants
Chiffre d'affaires 2017/2018 : 650 429 €	Chiffre d'affaires 2017/2018 : 334 000 €	Chiffre d'affaires 2017/2018 :

Approvisionnement : 200kg/an de viande bovine (SICA Lannemezan + Gelcos)/possibilité de travailler en gré en gré sur cette production, Volailles de l'Escalière (grossiste). Produits locaux : miel, pain d'épices, oignons de Trébons, fromage Le Pitou de Gouaux, Fragosta (Louron), porc noir de Bigorre, farine de châtaigne, agneau des Pyrénées, truite du lac d'Oo, poule d'Astarac, gâteau à la broche…)

Gaspillage alimentaire : Les équipes en cuisine sont sensibilisés à cette question et retravaille les produits, fonctionne énormément avec du « sous vide ». Le tri sélectif est appliqué et les équipes redescendent les détritus alimentaires. La logistique « ordure » est très complexe (plateau sur télésiège, tributaire de la météo) et la Régie serait preneuse d'un audit en a matière.

Difficultés :

- Hiver : Logistique d'approvisionnement (pas d'accès routier, livraison avant 8h du matin au télécabine d'Espiaube sous film, remorquage par motoneige d'Espiaube aux Merlans puis au l'Oule via les télésièges. Eté : Logistique plus facile avec un 4x4 qui monte tous les jours aux 2 restaurants, plus facile à cette période de travailler avec les producteurs locaux. Actuellement un groupe électrogène : 600 litres de gasoil/semaine. Projet d'installer en 2019 un pico central.

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- La Régie organise depuis 3 ans, fin mars, la fête des terroirs et souhaiterait voir cette fête prendre davantage d'ampleur, pourquoi pas au village avec les restaurateurs de Saint-Lary Soulan.
- Le public hiver n'est pas assez sensibilisé à la question des déchets.

Contact : José Bacaria, Responsable Régies – 65170 Saint Lary Soulan – 05 62 40 87 87

Le Relais du Castéra - Nestier

Statut : SARL

Action concernée : Restauration et hébergement. 30 couverts midi et soir. Fermeture le dimanche soir et le lundi. 2 ETP et des apprentis. Préparation des repas : 3 ETP dont le gérant. Restaurant estampillé HaPy Saveurs et référencé au Guide Michelin, Gault et Milhau, Guide Hubert, Petit Futé…

Approvisionnement : Un approvisionnement qui se veut le plus local possible. Viande : Ferme de Rémi (Clarens) avec une livraison de 15kg tous les 15 jours (rumsteack, paleron, carré de côte, quasi et jarret) Légumes : un maraîcher à Saint Laurent de Neste et à Terre de Sens dans le Gers, Fruits rouge : Dorothée Thomas à Nistos, Safran du vieux logis à Nistos, La Truite du Nistos.

Gaspillage alimentaire : Le Relais du Castéra évite au maximum le gaspillage alimentaire. Par contre le gérant est en demande auprès de sa commune qu'un compost municipal soit installé. Le restaurant n'a pas la place pour stocker un compost et souhaiterai que la démarche soit portée par la collectivité. Les déchets verts sont conséquents et à ce jour pas de solution trouvée.

Difficultés : Le Relais du Castéra peine à trouver à s'approvisionner en légumes et fait donc appel à des grossistes mais aussi s'approvisionne à l'épicerie à Saint Laurent de Neste. En outre, le gérant est à la recherche d'un approvisionnement en légumes locaux davantage original (variétés anciennes, innovation dans l'offre proposée, herbes aromatiques qui sortent de l'ordinaire…)

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Serge Latour se dit intéressé pour faire partie d'un groupe de travail avec les territoires sur la définition d'un plan d'action en lien avec les restaurateurs.
- Le gérant regrette le manque de coordination entre les acteurs du territoire en matière d'alimentation. Selon lui il manque de « liant » entre les projets.
- Il souhaiterait voir l'installation d'un compost municipal dans sa commune mais aussi voir que ce type d'action puisse être étendu à d'autres communes qui servirait à la population mais aussi aux restaurateurs privés qui jettent énormément de déchets verts.
- Serge Latour est intéressé pour travailler à l'organisation, la mise en œuvre d'un évènement mettant en avant les produits locaux à travers la restauration.
-

Contact : Relais du Castéra, Serge Latour, Gérant – Place du Calvaire, 65150 Nestier – 05 62 39 77 37

Le Pré Vert (Brasserie Le Swing, L'Albatros, Coin des Affaires) - Lannemezan

Statut : en nom propre

Responsable : Gilles Capelle

Action concernée : Restauration. 100 couverts midi et soir. Ouverture 7 jours sur 7. 7 ETP en cuisine, 4 ETP en service. Flux moyen toute l'année.

- Brasserie le Swing : 9 à 20 €
- L'Albatros (gastro) : 40 à 70 €
- Coin des Affaires (bistronomie) : 20 à 40 €

Approvisionnement : Un approvisionnement qui se veut le plus local possible. Viande : Agneau de Barège, haricot tarbais, Porc Noir de Bigorre, Poule d'Astarac, lait du Gers, oignons de trébons, SICA Lannemezan, veau de Sost. Légumes : « pas assez de volume pour avoir un prix intéressant », Fraises : Gers

Organisation : 100 plats à la carte, tout est frais. Le plat du jour change tous les jours

Leviers d'actions ou attentes vis-à-vis des territoires :

- Gilles Capelle se dit intéressé pour faire partie d'un groupe de travail avec les territoires sur la définition d'un plan d'action en lien avec les restaurateurs.
- Projet d'agrandir la couverture de la terrasse
- Projet de création d'un plat : le cassoulet bigourdan (conserves)

Contact : Le Pré Ver, Serge Latour, Gérant – Place du Calvaire, 65150 Nestier – 05 62 39 77 37

8.4.2 Restaurateurs : un réseau transfrontalier à co-construire

Le Pays des Nestes, en partenariat avec 2 autres Pays des Hautes-Pyrénées (le Val d'Adour et les Coteaux) et 3 territoires frontaliers espagnols de la principauté Aragonaise (Comarcas de Sobrabe, de Somontano et des Monégros), se sont positionnés en 2009 sur un programme européen Interreg de coopération interterritoriale et transnationale : le projet "PIR EDES".

Ce projet a permis de renforcer l'intégration transfrontalière, de valoriser les territoires et d'améliorer la qualité de vie de la population. Dans ce cadre plusieurs thèmes ont été étudiés : l'eau (sensibilisation à l'économie et la qualité de l'eau, et identification et mise en valeur des ressources naturelles et culturelles liées à l'eau), la jeunesse (création d'un conseil des jeunes, éducation à la citoyenneté, formation professionnelle des jeunes) et **les produits locaux (développement de réseaux de producteurs, échanges d'expériences, promotion, circuits courts de commercialisation des produits et approvisionnement des cantines scolaires).**

2009-2011 : Projet PIR_EDES :

Projet europeen, 5 axes dont l'axe 4 etait « valoriser les produits locaux »

Mise en place d'un reseau transfrontalier charte des producteurs fermiers du reseau transfrontalier

Formation aupres des agriculteurs pour calculer les couts de production et les inciter a aller vers les circuits courts

Actions evenementielles,

2011 : Etude sur la restauration collective sur le territoire

Ce projet poursuivis en collaboration durant trois ans a permis de créer des liens étroits avec les territoires espagnols de la principauté Aragonaise. En outre, des acteurs du territoire du Pays des Nestes – restaurateurs et producteurs – dans le cadre des entretiens menés pour l'élaboration de ce diagnostic Projet Alimentaire de Territoire sont demandeurs de poursuivre et renforcer des échanges et des collaborations communes pour mettre davantage en lumière les produits locaux des deux côtés de la frontière tout en s'appuyant sur les atouts touristiques du territoire (Chemin de Saint Jacques de Compostelle, Grand site Occitanie, GR10, GR20 et GR105)

Pour cela, un projet en particulier en cours sur le territoire du Pays des Nestes mérite d'être analysé en synergie avec le Projet Alimentaire de territoire et son axe « projets transfrontaliers » : « Inspyr ».

Inspyr : Fait en pyrénées - Projet multi partenarial réunissant la Chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées, la CECT Huesca et la ville de Huesca.

Ce projet POCTEFA se déroule en 2018, prend fin en janvier 2019 et a pour objectifs de :

- Inventer la gastronomie pyrénéenne (2 séminaires)
- Accompagner le développement de circuits de courts en restauration collective scolaire et permettre les liens avec la plateforme Mangeons HaPy
- Monter des circuits de randonnées thématiques et la mise en place d'un produit intégré dans les séjours : un panier de produits locaux

Vallée de Plan, des partenariats à renforcer dans le cadre du Projet alimentaire de Territoire

Dans le cadre de l'animation du projet Inspyr un réseau de restaurateurs espagnols a été identifié et serait intéressé pour être partie prenante d'un projet plus large, collaboratif, en lien avec les producteurs et restaurateurs français, porté par le PETR, dans le cadre du projet alimentaire de territoire :

Características	Quien. Pueblo	E- mail	Información complementaria útil
Hotel y Restaurante	Hotel Rte Lamiana Lamiana **Tella**	info@hotelrestaurantelamiana.com	
Restaurante	Kanguro truchero **Javierre de Bielsa** 974 50 12 06	kangurotruchero@gmail.com.	GEOPARQUE
Albergue	Albergue de Añisclo **Nerín**	info@albergueordesa.com	
Hotel y Restaurante	Hotel Casa Anita	info@hotelcasaanita.com	GEOPARQUE
Restaurante	Casa Ruché **Plan**	casaruche@gmail.com	Cocina tradicional con productos del valle y de su huerta. GEOPARQUE

Les entretiens menés avec les restaurateurs du PETR du Pays des Nestes ont permis de cerner une attente similaire tant du côté des restaurateurs français que du côté des producteurs locaux *(Enquêtes Producteurs Pays des Nestes 2018*).

De plus, des liens étroits unissent la vallée de Plan avec notre territoire symbolisaient notamment par un jumelage entre la commune d'Esparros et la commune de Plan. Le maire d'Esparros souhaite dans le cadre du Projet Alimentaire de Territoire redynamiser ce partenariat entre les deux communes pour pouvoir organiser des marchés de producteurs transfrontaliers et des échanges autour des produits locaux, de l'alimentation à destination des restaurateurs des 2 communes mais aussi à destination des élèves des écoles.

En outre, le PETR du Pays des Nestes anime le réseau des Offices de tourisme du territoire pour qui il coordonne des projets de développement. Des passerelles pertinentes semblent donc intéressantes à créer en lien avec le Projet Alimentaire de Territoire.

Les Offices de tourisme sont demandeurs de travailler sur cette thématique (visites d'exploitation pour mieux aiguiller et conseiller les visiteurs, construction de séjours et balades thématiques, balades numériques (si réalisation du Projet e tourisme du PETR PAYS DES NESTES - application de randonnées itinérantes) autour des produits locaux…

La Comarca de Sobrarbe est tout à fait disposée à apporter son soutien dans la coordination des actions à réaliser par le PETR du Pays des Nestes (relai d'information, participation aux actions…)

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

En partenariat avec les comarcas de la vallée de l'Aragon créer un réseau de restaurateurs franco-espagnols afin de travailler à la mise en place d'ateliers de cuisine professionnelle devant aboutir à des échanges de pratiques culinaires, à la mise en place d'un plat franco-espagnol à base de produits des 2 territoires qui sera mis à la carte de leurs restaurants, rencontre avec des producteurs locaux des 2 territoires

Réflexion, en partenariat avec les Offices de tourisme du Pays des Nestes, sur la création de séjours, balades touristiques thématiques en lien avec les produits locaux

Accompagnement des communes d'Esparros et Plan sur la redynamisation du jumelage liant les deux communes (marchés de producteurs transfrontalier, échanges entre les restaurateurs des 2 communes, sensibilisation des élèves aux produits locaux (voyages scolaire thématiques))

Mise en place de balades numériques spéciales produits locaux et sentiers, sites à forte renommée (Grands Sites Occitanie, chemin de Saint Jacques de Compostelle, GR10, GR20 et GR105) – **si réalisation du projet E tourisme du PETR Pays des Nestes**

8.4.3 Les centres de vacances

Lors du deuxième comité de pilotage du Projet Alimentaire de Territoire, les membres ont insisté sur la nécessité pour le territoire de travailler avec les centres de vacances, très présents notamment sur la commune de Saint-Lary Soulan. L'objectif étant dans un premier temps d'identifier ces structures dans ce diagnostic ainsi que les coordonnées des responsables et de pouvoir envisager dans le plan d'action à venir des rencontres avec chacun d'entre eux afin de cerner le nombre de repas, le fonctionnement (approvisionnement, gaspillage alimentaire…) et d'identifier des actions (formations, mise en réseau…).

La commune de Saint-Lary Soulan associé à ce travail a pu venir en appui sur cette partie du diagnostic en mettant en commun une base de données.

	CENTRE VVF " L AUREGON "(BTS PIC I ET PIC II) et PAVILLON CENTRAL/ 16 RUE DE L OASIS MR RENAUD JAMBON	CENTRE DE VACANCES 05 62 39 42 20/06 30 52 18 50	R
	CENTRE FAMILIALE ALKAID devenue Résidence EPAF/MME ANNE SYLVIE BEDIEE 9 CHEMIN DE VIELLE AURE	CENTRE DE VACANCES (S=94) 05 62 40 73 00/05 62 39 42 90	O
	CENTRE VACANCES AREPOS LES RAMONDIES/COLOMER Bruno/10 Chemin vielle aure	CENTRE DE VACANCES S183/05 62 40 73 73	
C VACANCES PLA D ADET	CENTRE VACANCES LE MOUFLON COLOMER Bruno	CENTRE DE VACANCES ET 05 62 98 44 32	R
	CENTRE DE VACANCES CHALET TIBETAIN Fabrice DANION	CENTRE DE VACANCES (S=126)/05 62 98 44 78	R
	CENTRE DE VACANCES CHALET LA GRANGE OLCOMENDY Pierre Michel /CA DE TARBES	CENTRE DE VACANCES CREDIT AGRICOLE PYRENEES GASCOGNE S24 05 62 44 73 44	R
	CENTRE DE VACANCES LE POURQUOI PAS Jean Michel MARTY	CENTRE DE VACANCES S94/05 62 98 44 02	R
	CENTRE DE VACANCES BEGLES Mr Sébastien GRAND	CENTRE DE VACANCES S144 05 62 98 40 93	R
	CENTRE DE VACANCES VALT 33 LES CABANES Mr Bruno STOLZ	CENTRE DE VACANCES S46 05 62 98 45 74	R
	CHALET ASPTT LE BATOUA 'ASPTT" Mr Gilbert MONTANA	CENTRE DE VACANCES S54 05 62 98 45 45	R
	CHALET FFS LES 4 VENTS Mr Gilbert LONGEVILLE gérant/Directeur MAHE Francois	CENTRE DE VACANCES S84 05 62 98 43 85/HS05 61 78 40 18	R
sarl Gelit représer	CHALET LE DARTAGNAN Mr Jean Pascal DORION	CENTRE DE VACANCES S 67 05 62 40 13 99/05 62 64 98 74/06 09 79 53 72	R
LIEU	NOM DE L ETABLISSEMENT	DENOMINATION ETABLISSEMENT LOCAUX A SOMMEIL	TYPE
ESPIAUBE	CENTRE DE VACANCES L OURS Mr Henri DEDIEU	CENTRE DE VACANCES S76 05 62 98 48 78	R

CENTRES DE VACANCES

LIEU	NOM DE L ETABLISSEMENT	DENOMINATION ETABLISSEMENT LOCAUX A SOMMEIL	TYPE
C VACANCES ST LARY	CENTRE ALTITUDE DE LA CHARENTE 5 CHEMIN DE VIELLE AURE Mr SEBASTIEN FRECHAUD	CENTRE VACANCES (S106) 05 62 39 41 52	R
	CENTRE DE VACANCES L'OASIS (BATIMENT CAP DE LONG) 14 RUE DE L OASIS Mme Laura ST GEORGES depuis 09/2014	CENTRE DE VACANCES (S = 12) 05 62 40 86 86	R
	CENTRE DE VACANCES L' OASIS (BATIMENT CHALET L OULE)	CENTRE DE VACANCES (s=20)	R
	CENTRE DE VACANCES L OASIS (BATIMENT CHALET OASIS) PERE	CENTRE DE VACANCES (S=7)	R
	CENTRE DE VACANCES L OASIS (CHALET AUMAR)	CENTRE DE VACANCES (S=14)	R
	CENTRE DE VACANCES L OASIS (CHALET AUBERT)	CENTRE DE VACANCES (S=17)	R
	CENTRE DE VACANCES LE NEOUVIELLE RUE DU GRAND PRE Mme Valérie BEAUFILS	CENTRE DE VACANCES (S+=111) 05 62 39 43 88	R
LIEU	NOM DE L ETABLISSEMENT	DENOMINATION ETABLISSEMENT LOCAUX A SOMMEIL	TYPE
C VACANCES ST LARY	CENTRE DE VACANCES UCPA 11 CHEMIN DE SAILHAN Mr Michel ROUX	CENTRE DE VACANCES (S=143) 05 62 39 43 53	R

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Contacter les structures identifier, créer une fiche technique par structure (nombre d'ETP, de repas, quel approvisionnement…) et cerner des actions (formations, mise en réseau…) répondant aux besoins de chacun.

8.3.4 Tourisme et gaspillage alimentaire

Dans le cadre du projet de loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable issu des Etats Généraux de l'Alimentation (20 juillet au 21 décembre 2017) :

« Article 14 et 15 : Permettra au gouvernement de prendre des dispositions pour lutter contre le gaspillage alimentaire par le biais d'ordonnances, avec par exemple, la mise en place obligatoire d'un diagnostic sur le gaspillage alimentaire pour les acteurs de la restauration publique ou privée ainsi que de rendre obligatoire l'information autour des actions contre le gaspillage alimentaire. »

La restauration hors domicile

La restauration hors du foyer, à la cantine ou au restaurant, est en forte croissance : 1 repas sur 7 est pris hors de chez soi. Elle génère également des impacts environnementaux. Chaque français jette en moyenne 20 kg de nourriture par an lors des repas pris à l'extérieur de son foyer. **Un établissement de restauration collective servant 500 clients jette en moyenne entre 15 et 20 tonnes de nourriture par an, soit l'équivalent de 30 000 à 40 000 €. *(Source : ADEME[25])***

Il est difficile de trouver des données précises sur les ordures ménagères propre à la restauration collective/commerciale propre au territoire du Pays des Nestes. Toutefois, les échanges avec les acteurs du territoire comme le SMECTOM de Lannemezan permettent de comprendre que les enjeux en matière de sensibilisation sont importants. D'autre part, lors des entretiens avec les restaurateurs, distributeurs la question du gaspillage alimentaire a été prégnante et les attentes en matière par ces professionnels sont importantes (formation des équipes en cuisine, mise en place de compost municipal, sensibilisation des mangeurs…). En outre, un travail de sensibilisation et d'accompagnement auprès des collectivités s'impose.

Figure 57 : Résultat Bilan d'activité 2016 – SMECTOM Lannemezan.

Sensibilisation à destination de la population

Le gaspillage alimentaire représente 29 kg par an et par habitant, dont 7 kg encore emballés[26].

Le bilan d'activité 2016 du SMECTOM de Lannemezan met en évidence que sur 73% des déchets 10,4% concernent de l'alimentation et ne devraient pas être dans les bacs à ordures ménagères.

Le gaspillage alimentaire est l'action 12 du programme de prévention des déchets mis en place par le SMECTOM pour la période 2013 à 2018 avec le soutien de l'ADEME.

[25] « Manger mieux, gaspiller moins », ADEME, Août 2018
[26] https://www.ademe.fr/particuliers-eco-citoyens/dechets/reduire-dechets

Contexte :

Chaque année les français jettent en moyenne plus de 20 kg de produits alimentaires consommables, dont 7 kg de produits encore emballés. Suite à l'étude du SMTD 65 sur le contenu des ordures ménagères des Hauts Pyrénéens, (le MODECOM), le gisement d'évitement est de 25 kg/hab/an ou 52,5 kg/foyer/ans. Les publics ciblés ont été la restauration scolaire et le grand public.

RÉSULTATS ANNÉE 1 de l'action 12 :

Opération « Gâchis Pain » au collège d'Arreau

Après une semaine de pesée incognito du pain gaspillé, les 330 élèves ont été sensibilisés au gaspillage alimentaire et ont relevé le défi de diminuer le pain jeté (-42%).

Cette opération a été impulsée par le Conseil départemental qui dispose d'outils de sensibilisation sur le sujet.

Ces outils sont empruntables au Conseil départemental auprès de Pascaline Varlet.

RÉSULTATS ANNÉE 2 :

Opération « Gâchis Pain » au restaurant de la cité scolaire de Lannemezan. Après une semaine de pesée incognito du pain gaspillé, tous les élèves des 27 classes du collège et les internes du lycée ont été sensibilisés au gaspillage alimentaire et ont relevé le défi de diminuer le pain jeté (-22%). Depuis cette opération, le pain est trié et donné à des associations pour des chiens ou des chevaux.

Animations :

Lors de la journée porte ouverte du centre de tri de Capvern, organisée par le SMTD65, les visiteurs été accueillis autour du bar à smoothies.

Au festival nature d'Aulon, le SMECTOM proposait des smoothies à partir de fruits et légumes qui devaient être jetés et qui ont été récupérés dans les grandes surfaces du secteur.

RÉSULTATS ANNÉE 3 :

Manifestations :

Fête de la châtaigne à Bourg de Bigorre : Sensibilisation en fabriquant des gâteaux avec des fruits abimés.

Animations scolaires :

Le SMECTOM a profité de l'installation d'un composteur au collège d'Arreau, pour donner les consignes à suivre pour le tri des biodéchets, mais aussi pour parler du gaspillage alimentaire, à partir des chiffres des pesées de la semaine de diagnostic.

Outils de communication :

L'acquisition de gobelets doseurs de féculent, nous permet d'aborder le thème du gaspillage alimentaire avec une solution concrète.

Ils servent de lots pour les quizz, ils ont été donnés aux agents et aux élus du SMECTOM

RÉSULTATS ANNÉE 4 : Le gaspillage alimentaire a été abordé lors des animations sur les autres actions. Les gobelets doseurs étaient offerts en lot aux participants des quizz.

PREMIERS RÉSULTATS ANNÉE 5 :

Le bilan de cette dernière année n'est pas encore établi à ce jour (13 septembre 2018). Sur l'année scolaire 2017-2018, le SMECTOM a lancé une opération « Etablissement témoin » qui implique une pesée de la nourriture en cuisine. **En étant présent en début de service le SMECTOM a constaté que la quantité de nourriture préparée par rapport aux nombres de personnes présentes pouvait être un facteur important de gaspillage.**

En synthèse :

Les opérations « Gâchis-Pain » sont une première approche du gaspillage alimentaire. Elles touchent un public jeune et peu conscient des quantités de nourriture jetées. Elles sensibilisent l'équipe administrative au coût du gaspillage et permettent de mettre en place des actions concrètes (taille des pains, tri du pain…)

Les animations « Smoothies » sont très appréciées par le public. Elles donnent des solutions concrètes pour éviter le gaspillage alimentaire dans les familles. Elles évitent d'aborder la prévention des déchets de façon frontale. Ces animations demandent beaucoup de préparation (pour la collecte des fruits et légumes), nécessitent une logistique importante (point d'eau, chambre froide) et un minimum de 3 animateurs.

Pour les particuliers, les doseurs sont un bon moyen de discuter du sujet sans être moralisateur.

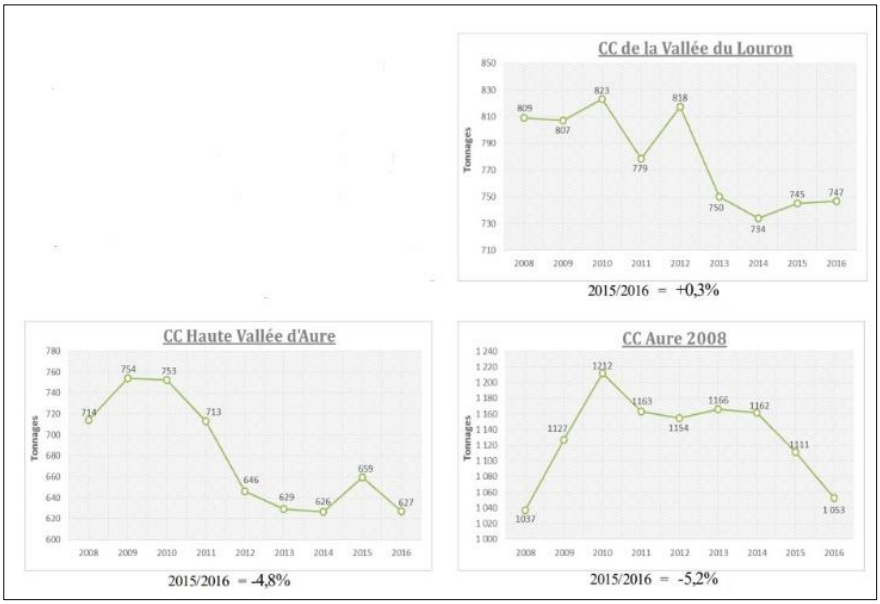
Le gaspillage alimentaire est difficile à voir et à accepter, que ce soit pour les particuliers ou pour les professionnels de la restauration.

La formation sur le gaspillage alimentaire suivi fin 2017, pourra permettre d'aborder ce thème auprès de la restauration collective et de proposer un diagnostic, nécessaire pour une prise de conscience des quantités jetées et de leur impact économique.[27]

Les flux touristiques

D'autre part, selon le rapport d'activité 2016 du SMECTOM Lannemezan, on note une diminution, voire une stabilisation des tonnages des ordures ménagères résiduelles sur la quasi-totalité des anciennes communautés de communes du Pays des Nestes *(donnée diffusée avant la Loi NOTRe).*

Seules les communautés de communes CC d'Aure et Véziaux et Vallée du Louron ne suivent pas la tendance. Ces chiffres à la hausse peuvent sans doute être mis en synergie avec la hausse de la population en période touristique sur ces territoires.

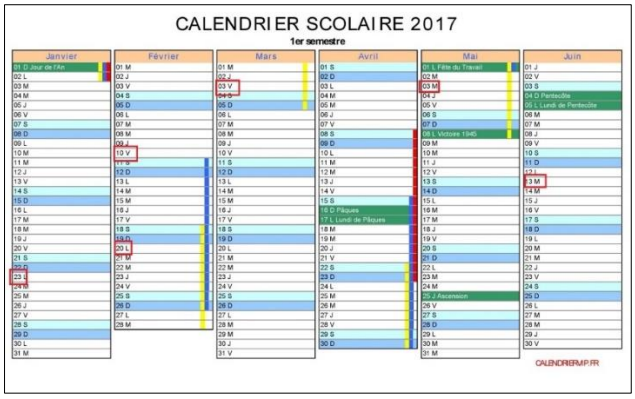


Résultat Bilan d'activité 2016 – SMECTOM Lannemezan.

En effet, les chiffres fournis par la Communauté de communes Aure Louron (CCAL) ayant la compétence ordure ménagère montre l'augmentation importante des déchets *(tout confondu)* au gré des flux touristiques sur une année (communes peu voire pas équipées en compost collectif, appartement locatif non adapté au tri, bac à tri semi enterré recouvert de neige en période hivernale…)

Des tonnages qui augmentent aussi lors d'évènements rassemblant de nombreux visiteurs comme pour le Tour de France. En 2017, avec l'arrivée à Peyragudes, la pesée est montée à 17 900kg sur le secteur du Louron, soit une hausse assez importante par rapport à une moyenne entre 7 500kg et 10 500 kg.

[27] Informations communiquées par le SMECTOM de Lannemezan – Septembre 2018



Pour les Produit: 1 - ORDURES MENAGERES

Pour les Origine: 10 - VALLEE DU LOURON

Client	Produit	Origine	Transporteur	Total
Date sortie	Heure sortie N° Pesée sortie	Immatriculation	Badge	P2	P1.PT	Poids Net
<170>	<1>	<10>	<67>			
smtd 65/ centre de tri	ORDURES	VALLEE DU LOURON	SMTD 65			
02/01/2017	13:54	17372	AQ 492 JB BORD	104	22720	14640	8080 kg
03/01/2017	11:37	17419	AQ 492 JB BORD	104	24040	14640	9400 kg
06/01/2017	15:55	17590	DR 583 JH 65	425	22840	14000	8840 kg
10/01/2017	11:31	17653	AQ 492 JB BORD	104	22880	14640	8240 kg
13/01/2017	12:09	17784	DR 583 JH 65	425	22280	14000	8280 kg
19/01/2017	10:29	17919	DR 583 JH 65	425	23520	14000	9520 kg
23/01/2017	16:51	18027	DR 583 JH REMOR	427	36140	21300	14840 kg
30/01/2017	12:08	18226	DR 583 JH 65	425	22660	14000	8660 kg
31/01/2017	08:35	18263	DR 583 JH 65	425	22340	14000	8340 kg
03/02/2017	12:35	18457	DR 583 JH 65	425	22780	14000	8780 kg
06/02/2017	15:32	18523	DR 583 JH 65	425	22560	14000	8560 kg
10/02/2017	16:14	18673	DR 583 JH REMOR	427	36880	21300	15580 kg
13/02/2017	15:59	18739	DR 583 JH 65	425	22500	14000	8500 kg
14/02/2017	09:29	18751	DR 583 JH 65	425	20740	14000	6740 kg
17/02/2017	08:14	18802	DR 583 JH 65	425	22200	14000	8200 kg
20/02/2017	13:16	18982	DR 583 JH REMOR	427	39140	21300	17840 kg
22/02/2017	11:42	19091	AQ 492 JB BORD	104	23460	14640	8820 kg
24/02/2017	14:04	19216	DR 583 JH 65	425	22820	14000	8820 kg
27/02/2017	11:33	19270	DR 583 JH 65	425	21080	14000	7080 kg
03/03/2017	13:41	19476	DR 583 JH REMOR	427	37840	21300	16540 kg
07/03/2017	10:59	19559	AQ 492 JB BORD	104	22540	14640	7900 kg
08/03/2017	11:58	19606	AQ 492 JB BORD	104	21860	14640	7220 kg
13/03/2017	09:26	19728	AQ 492 JB BORD	104	24220	14640	9580 kg
14/03/2017	11:33	19791	DR 583 JH 65	425	22160	14000	8160 kg
16/03/2017	08:17	19860	DR 583 JH 65	425	21360	14000	7360 kg
20/03/2017	12:19	19985	AQ 492 JB BORD	104	22940	14640	8300 kg
21/03/2017	12:19	20039	AQ 492 JB BORD	104	23140	14640	8500 kg
27/03/2017	12:38	20209	EK 040 YV	425	22460	14900	7560 kg
28/03/2017	10:59	20262	EK 040 YV	425	23400	14900	8500 kg
06/04/2017	08:09	20583	EK 040 YV	425	24240	14900	9340 kg
10/04/2017	10:56	20720	EK 040 YV	425	23740	14900	8840 kg
18/04/2017	08:03	20970	EK 040 YV	425	21400	14900	6500 kg
20/04/2017	09:26	21071	EK 040 YV	425	21700	14900	6800 kg
24/04/2017	10:11	21170	EK 040 YV	425	22420	14900	7520 kg
03/05/2017	09:02	21447	EK 040 YV REMOR	427	37500	22100	15400 kg
15/05/2017	08:15	21830	EK 040 YV	425	22680	14900	7780 kg
16/05/2017	08:45	21832	EK 040 YV	425	21880	14900	6980 kg
24/05/2017	08:18	22134	EK 040 YV	425	22340	14900	7440 kg
31/05/2017	09:10	22325	EK 040 YV	425	24280	14900	9380 kg
13/06/2017	09:46	22719	EK 040 YV REMOR	427	36500	22100	14400 kg
26/06/2017	10:30	23192	EK 040 YV	425	23740	14900	8840 kg
10/07/2017	07:31	23682	EK 040 YV	425	22660	14900	7760 kg
12/07/2017	08:45	23781	EK 040 YV	425	21240	14900	6340 kg

Du côté de Saint Lary Soulan (854 habitants à l'année / 26 500 lits recensés en haute saison) les chiffres de tonnage en matière d'ordures ménagères sur une année sont tout aussi éloquants. Même si il est difficile de poser un regard scientifique sur le traitement des déchets avec les documents ci-dessous ils permettent toutefois de mettre en exergue la fluctuation importante au cours d'une année et notamment l'augmentation des ordures ménagères durant les périodes de ski et les vacances scolaires. Ce qui semble primordial à soulever c'est la moyenne que représente le tri sélectif au gré de ces fluctuations :

TONNAGE ORDURES MENAGERES 2017

	SAINT-LARY			PLA D'ADET			VIGNEC			TRAMEZAIGUES		
	2017			2017			2017			2017		
	OM	TS	TOTAL	OM	TS	TOTAL	OM	TS	TOTAL	OM	TS	TOTAL
JANVIER	80,650	3,440	84,090	33,960	1,210	35,170	9,990	0,960	10,950	1,450	0,060	1,510
FEVRIER	108,600	6,230	114,830	58,750	1,430	60,180	13,100	2,220	15,320	1,050	0,140	1,190
MARS	90,870	6,690	97,560	47,930	1,770	49,700	11,250	1,940	13,190	0,650	0,300	0,950
AVRIL	39,300	3,140	42,440	10,890	0,550	11,440	7,140	1,160	8,300	0,860	0,000	0,860
MAI	32,510	4,120	36,630	3,300	0,390	3,690	6,650	0,820	7,470	0,690	0,100	0,790
JUIN	41,060	2,750	43,810	2,700	0,310	3,010	5,440	1,320	6,760	1,200	0,330	1,530
JUILLET	73,840	5,440	79,280	6,790	0,775	7,565	12,370	0,985	13,355	1,360	0,570	1,930
AOUT	98,520	10,230	108,750	18,930	2,570	21,500	12,190	1,470	13,660	1,200	0,970	2,170
SEPTEMBRE	46,730	3,750	50,480	3,520	0,590	4,110	6,840	1,260	8,100	0,800	0,560	1,360
OCTOBRE	33,420	3,250	36,670	4,790	0,650	5,440	5,600	1,200	6,800	2,180	1,060	3,240
NOVEMBRE	23,950	2,960	26,910	3,880	0,880	4,760	4,750	1,070	5,820	0,770	0,165	0,935
DECEMBRE	60,340	3,950	64,290	16,930	1,470	18,400	6,070	1,430	7,500	0,890	0,230	1,120
TOTAUX	729,790	55,950	785,740	212,370	12,595	224,965	101,390	15,835	117,225	13,100	4,485	17,585

TOTAUX ANNUEL	1 056,650	88,865	1 145,515

<u>Année 2017 (moyenne annuelle du tri sélectif sur le total des ordures ménagères) :</u>

- **7.12% de tri sélectif sur Saint-Lary Soulan**
- **5,59% de tri sélectif sur le Pla d'Adet**
- **13,50% de tri sélectif sur Vignec**

On peut noter qu'au mois de février, alors même que les tonnages sont au plus haut niveau du fait des périodes touristiques, le taux de tri sélectif - sur le total des ordures ménagères - est plus faible sur Saint Lary Soulan et le Pla d'Adet :

<u>Février 2017 (moyenne mensuelle du tri sélectif sur le total des ordures ménagères ramassé dans le mois):</u>

- **5,42% de tri sélectif sur Saint-Lary Soulan**
- **2.37% de tri sélectif sur le Pla d'Adet**
- **14.49% de tri sélectif sur Vignec**

Des résultats qui ont tendance à s'inverser sur la période estivale où il semble que le tri sélectif est davantage respecté :

Août 2017 (moyenne mensuelle du tri sélectif sur le total des ordures ménagères ramassé dans le mois): :

- **9,40% de tri sélectif sur Saint-Lary Soulan**
- **13,57% de tri sélectif sur le Pla d'Adet**
- **10,76% de tri sélectif sur Vignec**

On peut imaginer que la population qui choisie la montagne comme destination l'été est plus sensibilisée à l'entretien de celle-ci et aux gestes éco-responsables. D'autre part les équipements sont davantage accessibles en période estivale qu'en période hivernale et ces gestes demandent « moins d'efforts ».

PRECONISATIONS, PISTES DE REFLEXION

Travail avec les restaurateurs du territoire sur la question du gaspillage alimentaire (formation commune, mise en place sur le Pays des Neste de lunch box, création de plat bas carbone, référencement sur le site du Pays des Nestes et des EPCI des restaurateurs éco-responsables…)

Travail avec les communes sur les actions à mettre en place pour réduire le tonnage des déchets (compost collectif, sensibilisation lors d'évènement ou sentier drainant du monde (tour de France, chemin de Compostelle), analyse des équipements en la matière dans les centres de vacances …)

Accompagnement auprès des collectivités sur les dispositifs financiers pour agir en matière de gaspillage alimentaire (Ademe…)

Actions d'animation et de sensibilisation auprès de la population locale, ambassadeurs sur le territoire (scolaires, bons gestes dans les collectivités, aides aux dispositifs financiers…)

S'appuyer sur le SMECTOM de Lannemezan, acteur majeur en la matière sur le territoire, pour coconstruire le plan d'action en la matière

ENJEUX ET ORIENTATIONS STRATEGIQUES

1.1 Synthèse AFOM du diagnostic alimentaire :

ATOUTS	FAIBLESSES
Un potentiel d'éleveurs qui souhaitent en majorité développer leurs ventes en direct	Des filières à structurer : Un déficit de l'offre en produits de maraîchage, coûts importants de la vente directe pour les éleveurs notamment en raison de l'éloignement des outils (abattage, transformation)
Les ventes en direct et sur les marchés (créneau important de distribution des produits locaux) sont fréquentes Des spécificités locales bien identifiées (viande, fromage, gateaux)	Une communication peu visible et manquante Un manque de signalisation des produits locaux sur les lieux de vente Un manque de valorisation (marque, label) pour le produit phare : la viande
Présence d'initiatives permettant de consommer plus local (Croquez local, La ruche, ventes en direct,…) Concentration d'associations caritatives dynamiques en matière d'alimentation pour les plus démunis	Pas de lieu regroupant les produits à des horaires larges / manque de commerces de proximité mettant en avant les produits locaux Une population plus fragile économiquement, notamment sur le plateau de Lannemezan, qui a un accès plus difficile à une alimentation saine Une chésion ,mise en réseau des associations inexistantes Pas ou peu de liens entre les associations et les agriculteurs du territoire Des actions de sensibilisation peu ou inexitantes
Un potentiel touristique, notamment sur les vallées d'Aure et du Louron, des projets qui émergent (INSPYR, valorisation des produits locaux CCAL, PNR Comminges Barousse Pyrénées) Des liens avec l'Espagne forts et à ancrer davantage dans les dynamiques de projets	Manque de structuration de l'offre d'agritourisme et d'un plan de communication commun Sentiment d'une priorité donnée au tourisme de la part de certains producteurs et consommateurs. Demande de prioriser l'accès à une alimentation durable à la population locale.
Un engagement politique et une tradition des circuits courts : des actions déjà menées et des dynamiques en cours sur les communautés de communes	Manque de partage et de coordination entre les actions portées, les collectivités et/ou les porteurs de projet

Des projets de restauration collective donnant la primeur aux produits locaux en émergences/réfléxion (cuisine centrale CCPL, cuisine centrale Vielle Aure, Plateforme Mangeons HaPy, Légumerie de la CC Adour Madiran) Restauration commerciale : une offre large sur le territoire Des restaurateurs souhaitant mettre en avant leur métier auprès de la population (évènementiel)	En restauration collective, dépendance au prestataire (Elior) malgré l'insatisfaction des communes de la CCPL Des pertes considérables notamment lors des flux touristiques (données ordures ménagères) Manque de personnels/gestionnaires de cuisines formés pour éviter le gaspillage alimentaire Des communes peu informées sur les dispositifs financiers concernant le gaspillage alimentaire Absence d'une structuration de réseau « restaurateurs »

OPPORTUNITES	MENACES
Des réseaux de connaissance et de confiance sur lesquels s'appuyer pour le développement des projets	Une conception binaire (alimentation locale, biologique /industrie de l'agro alimentaire) qui rompt parfois les débats
Un espace rural qui facilite le maintien du lien producteurs-consommateurs Demande des consommateurs pour des aliments de qualité, produits a proximité de leur domicile … et volonté de soutenir l'agriculture locale	Des habitudes de consommation ancrées et primat de la grande distribution
Le cadre de la loi d'avenir du MAAF (objectifs pour la restauration collective, le gaspillage alimentaire) La dynamique des PAT dans la région Occitanie	Des contraintes sanitaires eT réglementaires pour la filière viande et la restauration collective notamment (GHT)
Tourisme : un territoire dynamique en projet de développement	Des flux qui peuvent impacter les raisons pour lesquelles les visiteurs choisissent leur destination (qualité de l'environnement…)

9.2 Poursuite du Projet Alimentaire du Pays des Nestes

i. Organiser la gouvernance :

Le comité de pilotage se compose actuelle d'une diversité d'acteurs. Pour la poursuite du projet, plusieurs échelles de gouvernance doivent se superposer et se compléter.

Le troisième comité de pilotage, doit permettre d'élaborer collectivement une méthodologie pour la suite de travail. La solution la plus adaptée semble être la définition d'un groupe de travail sous forme d'un comité technique ou de plusieurs groupes par enjeu thématique. Ce(s) groupe(s) débattra des actions à inscrire dans le plan d'actions, et des modalités de mise en œuvre de celles-ci (maître d'ouvrage, ingénierie financière).

Il est par ailleurs intéressant de se rapprocher des PAT alentours, notamment le PAT de l'agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées puisqu'il s'inclut dans le même département, et que certaines dynamiques sont donc liées (légumerie, marque HaPy,…). Le PAT Comminges porté par la Communauté de communes Pyrénées Haut Garonnaises peut également être contacté notamment sur la question d'un outil pour les éleveurs.

La place des citoyens / consommateurs / mangeurs doit également être définie. Les habitants sont directement concernés par le projet. Les répondants à l'enquête ont souligné la démarche et 100 d'entre eux ont laissé leur contact pour suivre le projet. De quelle manière et dans quelle mesure, sur quelles actions, le Projet Alimentaire peut inclure les citoyens ?

2. ANNEXES

Compte rendu 1er Comité de pilotage : 10 avril 2018

Etaient présents : *Henri Forgues, Philippe Carrère, Laurent Grandsimon, Fabienne Garcia, (pour Mme Péraldi), Pierre Martin, Thierry Hachet, Monique Martin, Jean-Michel Coustalat, Laurent Bazerque, Stéphane Branger, Patricia Rossignol, Pascal Lachaud, Karine Aguerre, Sabrina Hansen, Jessica Simoes, Justine Lucas*

Excusés : *Bernard Plano (représenté par Monique Martin), Joëlle Abadie, Donald Lecomte (DRAAF Occitanie), Pascale Péraldi, René Marrot*

Ordre du jour :

- *Partenariat « Lancement du Projet Alimentaire de Territoire » entre le PETR et la DRAAF Occitanie 2017-2018)*
- *Définition du cadre stratégique du diagnostic à venir*
- *Présentation de la méthodologie*
- *Calendrier prévisionnel*

Introduction

Jessica Simoës resitue le contexte du Projet Alimentaire Territorial (PAT) du Pays des Nestes à savoir : il y a deux ans, le Pays des Nestes répondait à un appel à projet « Projet Alimentaire Territorial » de la DRAAF Occitanie mais n'a pas été retenu car le dossier n'était pas assez avancé.

Toutefois, lors du Comité régional de l'alimentation en juillet 2017 organisé par la Région et la DRAAF, le Pays des Nestes continuait d'être recensé comme un territoire mettant en œuvre un Projet Alimentaire territorial.

En effet, les actions menées en matière de circuits courts et d'alimentation durable depuis plusieurs années par le Pays des Nestes sont reconnues par les institutions régionales et celles-ci souhaitent pousser le PETR à continuer dans ce sens en avançant sur un Projet Alimentaire Territorial.

Pour ce faire, en septembre 2017 est signée une convention entre le PETR et la DRAAF Occitanie *« Préparation et lancement du Projet Alimentaire territorial du Pays des Nestes ».* Dans ce cadre le Pays des Nestes élabore un recensement des producteurs en circuits courts, une carte des producteurs et un **diagnostic alimentaire du territoire qui doit déboucher sur des fiches actions concrètes.** L'idée étant que ces dernières, bien sûr, répondent aux problématiques du territoire tout en permettant aux EPCI d'obtenir des financements pour porter leurs actions en lien avec cette thématique et pouvant être élargies au territoire du Pays des Nestes.

Qu'est-ce qu'un Projet Alimentaire Territorial (PAT) ?

Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014 (Art 39) : les projets alimentaires territoriaux s'appuient sur **un diagnostic partagé faisant un état des lieux de la production agricole et alimentaire locale, du besoin alimentaire du bassin de vie et identifiant les atouts et contraintes socio-économiques et environnementales du territoire.**

Élaborés de manière concertée à l'initiative des acteurs d'un territoire**, ils visent à donner un cadre stratégique et opérationnel à des actions partenariales** répondant à des enjeux sociaux, environnementaux, économiques et de santé. L'alimentation devient alors un axe intégrateur et structurant de mise en cohérence des politiques sectorielles sur ce territoire voir présentation).

Un diagnostic en cours d'élaboration

Jessica Simoës présente les axes de travail choisis pour le diagnostic en accord avec les observations faites lors de la réunion du comité technique, qui a eu lieu en janvier 2018.

Le premier angle d'analyse est relatif à l'étude de la production et proposera notamment la mise en place d'une enquête à destination des producteurs diffusée au mois de mai. Le second axe abordera la restauration collective (état des lieux et analyse des projets) et se basera sur les informations recueillies lors d'entretiens et/ou de l'organisation du groupe de travail ou d'une journée thématique. Le troisième volet concerne la consommation de produits locaux et l'étude des besoins et pratiques des consommateurs du territoire, étude qui elle aussi prendra appui sur un questionnaire largement diffusé durant le mois de mai également. Enfin, le dernier axe propose de se pencher sur les initiatives locales et le thème de la justice sociale en lien avec l'alimentation.

Le diagnostic que réalisera Justine Lucas s'échelonnera suivant le calendrier présenté. Ce dernier est susceptible d'évoluer suivant les observations faites.

Du diagnostic découleront des fiches actions validées en comité de pilotage et proposant des mises en application concrètes.

Henri Forgues met l'accent sur le caractère transversal et pluri-acteurs du diagnostic à venir, pour lequel chacun est invité à s'exprimer et à participer. Cette étude doit enclencher des discussions entre tous les acteurs du territoire, envisagé dans ses différentes échelles. Par le PAT, le Pays des Nestes vise à une mise en commun des efforts dans le domaine de l'alimentation et un travail allant dans un même sens. L'objectif est d'avoir une démarche active allant de pair avec le programme LEADER.

Thierry Hachet intervient en s'appuyant sur l'exemple d'action « Réfléchir sur le foncier agricole » pour rappeler que la question agricole est actuellement débattue dans la rédaction du SCoT, et que les orientations de celui-ci iraient dans le sens du PAT.

Pascal Lachaud, président du GAB65, prend ensuite la parole afin de saluer l'initiative tout en soulignant le retard que connait le territoire sur cette question. Il rappelle ensuite la nécessaire prise en compte des critères environnementaux et sociétaux dans le diagnostic, qui devra en ce sens poser la question de la sensibilisation au « bien manger ». Il présente la question alimentaire comme étant

une question culturelle dominée et occultée par le marché de l'agroalimentaire qui sert à 97% la restauration collective.

Un cadre politique est nécessaire mais il faudra également prendre en considération les acteurs historiques de l'alimentation sur le territoire. Le GAB 65 s'engage dans ce projet afin de faire émerger collectivement des actions. En ce qui concerne la méthodologie pour faciliter l'intégration de produits Bio du territoire et locaux tracés, il rappelle que le GAB 65 est tête de réseau National sur les de formations des personnels de restauration, d'animation, de sensibilisation des mangeurs. Pour la structuration de la production bio du territoire, le GAB 65 travaille conjointement avec Resto Bio Occitanie, seule plateforme d'achalandage en 100% Bio sur Occitanie en SCIC et basée à Tarbes. Cette plateforme s'approvisionne à 70% sur le bassin de production et redistribue à 30 sites hebdomadairement.

Les Hautes Pyrénées peuvent se hisser au niveau des besoins des populations vers une alimentation qui a du goût, qui est plaisir, qui représente la convivialité, le partage les différences culturelles et respecte les principes de laïcité. M. Lachaud alerte également sur l'approvisionnement des grands sites du territoire qui pourraient aussi aujourd'hui promouvoir la Bio et le local tracé, ce qui n'est pas le cas.

Pour la Communauté de communes du plateau de Lannemezan, Monique Martin rappelle la récente création de la commission « affaires agricoles et valorisation de produits locaux » avant d'insister sur la dimension « santé » du projet qui est à destination de tous les habitants en priorité.

Philippe Carrère, pour la Communauté de communes Aure Louron, rappelle qu'il est important que le projet alimentaire de territoire s'insère dans le projet départemental et qu'il intègre les efforts déjà portés à d'autres échelles comme la récente SCIC Mangeons Ha'Py.

Il pose par la suite la question du financement du diagnostic et de la carte des producteurs. Henri Forgues répond que ces deux réalisations sont subventionnées par la DRAAF Occitanie. Les actions qui découleront seront à soumettre aux financeurs et les porteurs de projets pourront s'appuyer sur le diagnostic pour optimiser leurs demandes de subvention.

Jean Michel Coustalat souligne la dimension sociale du PAT ainsi que l'importance donnée au lien producteur-consommateur. Il faut toutefois, selon lui, être attentifs à l'offre, et savoir qui veut véritablement se tourner vers les circuits de proximité au niveau des producteurs.

En ce qui concerne la restauration collective (2ème axe de l'étude), Stephane Branger alerte sur les difficultés de mise en application de certaines volontés en raison de contraintes réglementaires (marchés publics et normes sanitaires notamment) notamment en milieu hospitalier.

Fabienne Garcia, suppléante de Pascale Péraldi au conseil départemental des Hautes-Pyrénées, interroge sur la définition du local pour le territoire. En effet, la vision du local peut évoluer et recouvrir un territoire plus grand pour cause d'organisation ou de volume de productions. Pour répondre, Jean Michel Coustalat souligne la difficulté due aux normes sanitaires et propose de chercher un compromis d'échelle.

Le président du Parc National des Pyrénées – Laurent Grandsimon – se pose en optimiste pour le projet de PAT en raison du caractère mobilisateur de la thématique et des actions pouvant être mises en place à la suite. M. Grandsimon souligne également le caractère d'exemple que peut avoir le Pays des Nestes eu égard à cette démarche. Il prend ensuite l'exemple du collège de Luz Saint Sauveur pour rappeler que la mise en place d'actions dépend également en grande partie de l'implication de chaque cuisinier. La dimension pédagogique est donc de premier ordre. Il insiste de plus sur la nécessaire implication des élus pour la mise en œuvre concrète d'actions.

Patricia Rossignol reprend cette question de la restauration collective et de l'implication des cuisiniers, qui ont une réelle marge de manœuvre.

Pascal Lachaud poursuit sur l'idée que ce sont les actions d'ampleur – comme l'approvisionnement d'un hôpital - qui peuvent et doivent rebondir sur le territoire. Ces actions doivent s'entendre dans une approche culturelle, pour laquelle le GAB65 et le CD65 ont créé des outils de formations et de sensibilisation sur lesquels il est et sera possible de s'appuyer.

Sabrina Hansen, pour le projet des jardins de Cantaous, souligne le caractère récent de leur installation et les intentions de travailler à une amélioration de la justice sociale et de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Pour cela, il est nécessaire d'envisager une dimension évènementielle et de proposer un véritable lieu d'activité. Cette dernière est nécessaire pour M. Hachet en ce qu'elle concerne une production légumière.

Pierre Martin exprime lui aussi la volonté, pour la Chambre d'agriculture des Hautes Pyrénées, de suivre et d'apporter une aide au projet dont il reconnait notamment les qualités en termes de transversalité. La Chambre d'agriculture attire l'attention sur l'emboitement des échelles et l'importance du modèle économique et des organisations actuellement en place.

En conclusion, les membres du comité de pilotage se sont montrés favorables au lancement du Projet Alimentaire de Territoire tout en soulignant des points de vigilance et d'intérêt pour le territoire (implication des producteurs et volumes de production, redéfinition du local, emboitements d'échelles, contraintes réglementaires pour la restauration collective notamment).

Un **second comité de pilotage est proposé le 28 juin 2018** afin de présenter les premiers résultats des enquêtes consommateurs et producteurs.

Henri Forgues conclue en remerciant les participants de leur présence et de leur implication future dans ce projet porté par le Pays des Nestes.

Compte rendu 2ème Comité de pilotage : 28 juin 2018

Etaient présents :

Henri FORGUES (PETR du Pays des Nestes), René MARROT (Communauté de communes Nestes Barousse) , Alain DUBERNARD (Communauté de communes Aure Louron), Monique MARTIN (Communauté de communes du Plateau de Lannemezan), Fabienne GARCIA (suppléante de Pascale Péraldi, Conseil départemental 65), , Alain DUPONT (Communauté de communes Nestes Barousse),

Michel BUTTMANN (Chambre des métiers et de l'artisanat 65) Patricia ROSSIGNOL (Association Croquez local), , Pascal LACHAUD (GAB 65), Stéphane BRANGER (Hôpitaux de Lannemezan), Sabrina HANSEN (LIMB Jardins de Cantaous et LICB Fil d'Ariane), Jean RONDET (SASU Sens et Territoire, projet INSPYR avec les Offices de tourisme de la Communauté de communes Aure Louron), Karine AGUERRE (Communauté de communes du Plateau de Lannemezan) Laurent BAZERQUE (Communauté de communes Aure Louron), Jessica SIMOES (PETR du Pays des Nestes), Justine LUCAS (PETR du Pays des Nestes)

Ordre du jour :

- Présentation des avancées du diagnostic :
- Données agricoles du territoire
- Résultats des enquêtes producteurs
- Résultats des enquêtes consommateurs
- Travail en cours sur la restauration collective, le gaspillage alimentaire et la justice sociale.
- Méthodologie et calendrier du travail à venir

Introduction

Henri FORGUES ouvre le deuxième comité de pilotage du Projet Alimentaire de Territoire en accueillant les personnes non présentes au cours du premier comité. Il présente l'ordre du jour avant de souligner que le diagnostic effectué doit servir de base, de données sur lesquelles s'appuyer pour réfléchir et mettre en place des actions concrètes.

Données agricoles du territoire

Jessica SIMOES commence donc la présentation en s'attardant sur la recherche de données agricoles, nécessaires pour avoir une idée de la composition du territoire et des enjeux de la production. Le recensement agricole de l'Agreste datant de 2010, **beaucoup d'informations sont obsolètes**. Des données plus actuelles ont pu être récupérées via les diagnostics faits dans le cadre du PLUi Aure Louron et du SCoT Piémont. Les diagnostic fournis par la chambre d'Agriculture aux communautés de communes du plateau de Lannemezan (CCPL) et d'Aure Louron (CCAL) ont fourni quelques données supplémentaires actualisées. Il serait intéressant de **récupérer celui de la CCNB** afin d'avoir les mêmes informations pour tout le territoire. Le Pays des Nestes est toujours en attente de la DDT et de la Chambre d'Agriculture.

Sur les données agricoles de l'agriculture biologique, Pascal LACHAUD remarque que le chiffre d'exploitations annoncé (167 selon l'Agence Bio en 2015) a évolué. Environ 200 exploitations sont aujourd'hui certifiées AB sur le département, et ce chiffre passe à 250 si l'on y ajoute le label Nature et Progrès. M LACHAUD souligne l'absence de dynamique publique. Le rythme de conversion est toutefois plutôt conséquent (évolution de la SAU certifiée supérieure à 100% par an). Le faible taux de réponses à l'enquête consommateurs (190 habitants sur 33 000) ne peut pas représenter la

progression de l'intérêt des consommateurs pour ces produits, progression de laquelle on ne peut plus douter aujourd'hui. Le bon fonctionnement des magasins Biocoop, et l'ouverture prochaine d'un magasin à Saint Lary prouve cette demande de la part des consommateurs. Jessica SIMOES répond qu'il est certain qu'au regard de la population totale – 33 000 habitants - 190 répondants est un chiffre faible mais que cela permet, comme pour toutes les études, un panel intéressant d'analyser. D'autre part, Henri FORGUES note que pour une enquête portée par une collectivité le taux de réponses, tant pour l'enquête producteurs que l'enquête consommateurs- est très positif et cela a aussi été remarqué par le comité technique en amont du comité de pilotage.

Carte des producteurs en vente directe

Jessica SIMOES aborde également le sujet de la carte des producteurs, qui sera éditée fin juillet à 30 000 exemplaires. Pour l'élaboration de cette carte, 123 producteurs ont été recensés et une majorité ont fait savoir être **en attente de cette réalisation**. Jessica SIMOES précise que si ce document doit s'appuyer sur les Offices de tourisme pour sa diffusion il est important de toucher davantage la population locale, les consommateurs réguliers du territoire. Alain DUBERNARD complète qu'il est nécessaire pour ce type de document de s'appuyer sur les mairies du territoire pour sa diffusion au plus près de la population.

Résultats des enquêtes producteurs (voir présentation et livret)

Justine LUCAS présente les résultats des enquêtes producteurs, à laquelle ont été inclus quelques artisans alimentaires (au sens de fabricants de confitures, pâtisseries...) qu'il faut séparer des producteurs/agriculteurs. Justine LUCAS met en avant aussi la méthodologie mis en place pour diffuser cette enquête (presse, relais EPCI, Offices de tourisme, mairies mais aussi via les réseaux sociaux)

<u>Les idées et tendances fortes se dégageant de cette enquête:</u>

- Une satisfaction unanime pour la vente en circuits courts (meilleure valorisation, retour des consommateurs …)
- Des contraintes de volume de production pour le développement des ventes en circuits courts, notamment en maraîchage
- Magasin de producteurs : Les producteurs ne sont majoritairement pas contre l'idée, mais elle ne suscite que peu l'enthousiaste des producteurs en raison de la complexité de gestion et de charge de travail supplémentaire. De plus, la production est souvent déjà vendue.
- Des attentes vis-à-vis de la carte des producteurs et un enthousiasme certain face à cet outil de promotion.
- Les éleveurs semblent demandeurs d'un outil de transformation de proximité sur le territoire
- Marchés : des attentes fortes pour les producteurs car l'un des débouchés principaux

En ce qui concerne le maraîchage, le GAB 65 porte d'ailleurs un projet avec la Chambre d'Agriculture pour développer l'offre. Aujourd'hui on estime à 500T la production manquante. Les conditions géographiques particulières sont à prendre en compte. Le PAT porté par la Communauté

d'agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées pose aussi la question. Une des pistes d'action est la **dynamique à créer au niveau du foncier et de l'accès aux terres**, question pour laquelle les collectivités peuvent jouer un rôle.

Les marchés de plein vent

Si la demande existe *(voir enquête consommateurs*) **les marchés sont concurrencés par les autres circuits de distribution, dont les grandes surfaces.**

Monique MARTIN pose la question **des horaires et des jours d'ouverture** de ces grands magasins. **Ne pas autoriser les grandes enseignes à ouvrir le dimanche matin peut-être une piste d'action.** Henri FORGUES précise que cette idée est de la responsabilité des élus. La thématique des marchés est importante également pour la sauvegarde d'un lien social contre l'isolement des petits producteurs. **Pour cette question, Pascal LACHAUD note qu'on peut envisager l'envoi d'une proposition aux élus des communes concernées sur le territoire de la CCPL, à savoir Lannemezan et Capvern, sur la question de l'ouverture des GMS ouvertes le dimanche. En outre, Pascal LACHAUD précise que cela impliquera une délibération par les Communautés de communes. Alain DUBERNARD rebondit sur le fait que cette question est aussi posée sur la Communauté de communes Aure Louron.**

Monique MARTIN émet également l'idée, qui est à débattre, de **la rédaction d'un cahier des charges pour la réorganisation des producteurs sur les marchés**. Qui mettre dans les carrés producteurs sous les halles des marchés ? Selon quels critères ?

Fabienne GARCIA fait part de son expérience de mise en place et actions de dynamisation du marché de producteurs de Saint Laurent de Neste, qui n'a pas réussi à émerger. La faible présence de touristes a été une faiblesse du projet.

Différents territoires mettent ou ont mis à disposition une navette gratuite, les jours de marchés pour le déplacement des personnes sans véhicule ou à mobilité réduite, notamment la commune de Capvern.

Sabrina HANSEN témoigne quant à son expérience de vente de la production des jardins de Cantaous sur les marchés. La présence du producteur demande une logistique importante. Il serait peut-être intéressant, comme le souligne Henri FORGUES, de **travailler à la mise en commun de matériel ou d'un véhicule entre plusieurs producteurs, et de mutualiser les coûts logistiques par les regroupements de producteurs.**

Alain DUBERNARD souligne le projet de Vielle Aure de création d'une halle de producteurs.

Stéphane BRANGER réagit sur la nécessité de **la mise en place d'un calendrier pour la mise en place de marchés et éviter la concurrence entre communes proches.**

Résultats de l'enquête consommateurs : (voir présentation et livret)

Justine LUCAS présente les résultats de l'enquête consommateurs diffusée pendant le mois de mai. L'enquête a pris la forme d'un questionnaire en ligne. De plus, cette enquête a été relayée via la presse,

les EPCI, Offices de tourisme, mairies mais aussi via les réseaux sociaux. Des profils assez variés ont répondu.

Le taux de réponses au questionnaire (190 répondants), est à considérer eu égards à **l'enquête consommation de la région Occitanie**, qui portait sur les mêmes thèmes et a été diffusée au même moment. **Laurent BAZERQUE fait part de l'intérêt qu'il y aurait à récupérer les résultats concernant les Hautes Pyrénées afin de mettre les deux études en parallèle.**

Les idées et tendances fortes se dégageant de cette enquête et aussi soulignées par les agents de développement :

- **Carte des producteurs : une attente forte de la part des consommateurs**
- De manière générale, la majorité des consommateurs souhaitent avoir un meilleur accès à l'information ; observation **d'une demande de pouvoir se référer à un espace numérique identifiant les producteurs locaux.**
- Marchés : premier circuit de distribution plébiscité pour l'achat de produits locaux. Les consommateurs sentent une difficulté à différencier producteurs et revendeurs.
- **Magasin de producteurs : une demande pour un lieu rassemblant plusieurs produits locaux.**
- Une demande pour les fruits et légumes et la viande. Par ailleurs, la viande apparait comme le produit alimentaire le plus caractéristique du territoire. La dénomination « Porc Noir » est citée 40 fois environ.
- Les consommateurs du territoire ne cherchent pas forcément des labels. Le lien entre consommateurs et producteurs est important (réseaux de connaissance et bouche à oreille) et fonctionne suivant des rapports de confiance.
- Produits locaux et tourisme : Les produits locaux devraient davantage être mis en avant dans la restauration commerciale ; les touristes y portent un intérêt croissant.

René MARROT témoigne de la présence de producteurs locaux sur les cols du territoire, lieux fréquentés par les touristes. Il s'étonne aussi de la faible apparition du produit fromage et du peu de répondants affirmant se rendre au marché de Loures Barousse.

Justine LUCAS rappelle que le taux de répondants pour la CCNB est plus faible que pour les autres communautés de communes, et que les répondants affirmant aller à Loures Barousse fréquentent tous un autre marché (Montréjeau majoritairement).

Pascal LACHAUD propose de **relier tourisme et alimentation par l'eau**, caractéristique de notre territoire irrigué par le thermalisme. La condition pour avoir une eau de qualité, qu'on puisse présenter aux touristes, est l'adoption de mesures environnementales dans l'agriculture. Le volet environnemental est relié en permanence aux questions de biodiversité et de santé. C'est pourquoi il faudrait réfléchir à la mise en place d'une agriculture résiliente et raisonnée en partageant des valeurs et des objectifs atteignables comme un cahier des charges et des engagements. Il s'agit de favoriser cette agriculture, à l'aide d'une méthodologie exigeante, afin de répondre à une demande sociétale qui est avérée. Dans le cadre de ce PAT Pascal LACHAUD propose de réfléchir à **la mise en place d'un cahier des charges dans lequel le territoire se positionne et s'engage pour une agriculture vertueuse.**

Henri FORGUES souligne cette question du nécessaire engagement des collectivités sur le 0 phyto, qui servent par la suite d'exemple. Alain DUBERNARD souligne que cet engagement a été pris sur sa commune, Guchen, avec le Parc National des Pyrénées.

Un autre enjeu, pour Pascal LACHAUD, est de travailler sur la dimension sociale. Les touristes ne doivent pas être les seuls considérés. On peut, selon lui, penser à **la création d'une « maison des mangeurs »** à l'image de ce qui existe pour les touristes (Offices de tourisme) qui permettrait de faire le lien entre producteurs et consommateurs d'un territoire.

Fabienne GARCIA souligne cette idée en posant le **lien social** entre consommateurs, et les initiatives permettant un lien avec les producteurs comme des facteurs de succès, notamment via Internet et la mise en place d'outils numériques. D'autre part, des initiatives comme La Ruche qui dit oui trouve un écho favorable auprès de la population.

Monique MARTIN ajoute que le lien intergénérationnel est également important à considérer dans le cadre du PAT.

Restauration Collective et Justice sociale :

Si ce comité de pilotage a permis de présenter le travail sur deux axes à savoir la production et la consommation Jessica SIMOES présente les deux autres axes de travail, validés lors du premier comité de pilotage, sur lesquels le PETR continue de travailler : la restauration collective et la justice sociale. En ce qui concerne la restauration collective, Henri FORGUES souligne que les différents projets des territoires (comme celui de la CCPL à savoir une cuisine centrale « trois en un ») doivent être envisagés de manière transversale. Jessica SIMOES complète que ce projet répond à une réflexion globale de l'intercommunalité suite à une enquête mais aussi auprès particulièrement de la commune de Capvern et qu'il serait intéressant de proposer dans le cadre du plan d'action une étude de faisabilité pour ce projet.

René MARROT souligne lui le problème de la continuité dans l'approvisionnement. Pascal LACHAUD répond à cette remarque par l'expérience de la SCIC Resto Bio. Qui a véritablement permis un appel d'air pour les projets d'installation. L'axe, selon Pascal LACHAUD, à creuser davantage dans le cadre de cet axe de travail est le **lien avec le tourisme social (centres de vacances…)** et qu'il serait intéressant de pouvoir avoir **un annuaire des structures concernées** avec les coordonnées des directeurs pour la suite, dans le cadre du plan d'action, pouvoir envisager de les contacter et de travailler avec eux sur les questions d'approvisionnement. Alain DUBERNARD affirme que cela doit être « le cheval de bataille » du territoire.

Sur cette question de la restauration collective, Monique MARTIN rappelle que les touristes ne sont pas les seuls à pouvoir avoir accès à une nourriture de qualité. L'approvisionnement pour les locaux doit être une priorité.

Concernant l'axe « Justice sociale » un recensement des associations habilités à récupérer les dons des distributeurs sur notre territoire a été effectué. Le travail en la matière se poursuit.

Communication :

Fabienne GARCIA attire l'attention des membres du comité de pilotage sur la signalisation des activités de vente à la ferme. Peu de panneaux sont visibles sur le bord des routes, si on ne fait pas partie des réseaux de connaissance, il est difficile de localiser les exploitations.

Sur cette question des panneaux d'affichage des produits locaux, Laurent BAZERQUE rappelle que la DDT autorise l'affichage. Monique MARTIN souligne qu'il serait intéressant sur ce thème de **penser à une charte graphique, à une homogénéisation des panneaux, ou du moins à une communication commune.** Henri FORGUES précise la nécessaire prise en compte de mettre en valeurs les productions de qualité.

Poursuite du travail :

Jessica SIMOES présente la suite du travail, qui comprend la rédaction du diagnostic et la poursuite des rencontres des acteurs du territoires en matière de restauration collective et de justice sociale.

Monique MARTIN souligne l'importance de s'appuyer sur les structures déjà présentes lorsque c'est possible.

Patricia ROSSIGNOL, après avoir souligné la nécessité de travailler à la faisabilité d'un outil pour les éleveurs, témoigne de l'activité de Croquez local, association au sein de laquelle les consommateurs ont du mal à passer à l'acte d'achat. Elle attend de l'aide des collectivités pour être un relais de l'activité (buffet de produits locaux proposé par l'association et pour laquelle les producteurs ont fixé un tarif collectivités.)

Jean RONDET évoque à son tour le projet de coopération transfrontalière pour le développement touristique sous une forme innovante. Le territoire concerné sont les vallées d'Aure et du Louron. Dans ce projet, des actions reliant agriculture et tourisme (notamment professions de l'hôtellerie et de la restauration) sont pensées. Des actions pilotes sont en préparation. L'objectif est de proposer, selon un cahier des charges, un repas 100% local et un panier de produits variés.

René MARROT fait part aux membres du comité de pilotage du projet de Parc naturel régional Comminges Barousse Pyrénées.

Concernant le volet « Justice sociale » Pascal LACHAUD invite le PETR a auditionner ce qui se passe sur le territoire Tarbes Lourdes Pyrénées avec les acteurs que sont, entre autres, le Secours Populaire, le GAB65, Village accueillant et à une restitution le 16 juillet.

Conclusion :

Henri FORGUES conclut la réunion en réaffirmant l'objectif du PAT d'engager des actions communes. Il aborde également la question de la reconnaissance du Projet Alimentaire Territorial. En effet, la DRAAF Occitanie, partenaire du travail en cours, a conseillé au Pays des Nestes de réfléchir à une demande de reconnaissance nationale, qui, comme l'explique Jessica SIMOES, constitue surtout un appui pour les EPCI du territoire dans leurs demandes de subventions et le développement des projets à venir. Véritable caution pour le territoire aux yeux des autres financeurs potentiels ce label doit être sollicité à la suite du diagnostic et, pour cela, il est nécessaire de travailler à l'élaboration d'une charte.

Les membres du comité de pilotage appuient cette initiative et marque l'importance d'aller au bout de cette démarche.

Le prochain comité de pilotage est proposé à la date du 27 septembre 2018 et présentera les observations du diagnostic et aura pour objectifs de valider les axes d'actions et de réfléchir à la méthodologie à mettre en œuvre pour élaborer le futur plan d'actions.

Compte rendu 3ème Comité de pilotage : 27 septembre 2018

Etaient présents :

Henri FORGUES (PETR du Pays des Nestes), Bernard PLANO (Communauté de communes du Plateau de Lannemezan), Monique MARTIN (Communauté de communes du Plateau de Lannemezan),Thierry HACHET (Communauté de communes Nestes Barousse), Donald LECOMTE (DRAAF Occitanie), Claude LAFFONTA (Conseil Départemental 65), Michel BUTTMANN (Chambre des métiers et de l'artisanat 65), Stéphane BRANGER (Hôpitaux de Lannemezan), Sabine FOUGA (Mairie Saint-Lary-Soulan), Florence ABADIE (SMECTOM), Fanny DUNAN (GAB65), Sabrina HANSEN (LIMB Jardins de Cantaous et LICB Fil d'Ariane), Karine AGUERRE (Communauté de communes du Plateau de Lannemezan) Nelly CANTIN (Communauté de communes Aure Louron), Lydie FOURCADE (Communauté de communes Nestes Barousse), Justine LUCAS (PETR du Pays des Nestes), Jessica SIMOES (PETR du Pays des Nestes)

Excusés : René MARROT (Communauté de communes Nestes Barousse), Philippe CARRERE (Communauté de communes Aure Louron), Fabienne GARCIA (suppléante de Pascale Péraldi, Conseil départemental 65), Patricia ROSSIGNOL (Association Croquez local), Jean-Louis CAZAUBON (Chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées), Jean RONDET (SASU Sens et Territoire, projet INSPYR avec les Offices de tourisme de la Communauté de communes Aure Louron), Jean-Michel COUSTALAT (Consortium Noir de Bigorre)

Ordre du jour :

- Axe 2 : Justice sociale et initiatives locales
- Axe 3 : Restauration collective et commerciale
- Gaspillage alimentaire
- Poursuite du travail (reconnaissance PAT + méthodologie pour définir un plan d'actions)
- Calendrier à venir

Introduction

Henri FORGUES ouvre le troisième comité de pilotage du Projet Alimentaire de Territoire en accueillant les personnes non présentes au cours des derniers comités de pilotage *(tour de table*). Il présente l'ordre du jour avant de souligner que le diagnostic effectué doit servir de base, de données sur lesquelles s'appuyer pour réfléchir et mettre en place des actions concrètes en matière d'alimentation sur le territoire. Il remercie la DRAAF Occitanie d'être présente à ce comité de pilotage et rappelle le

partenariat qui a lié les 2 structures – PETR et DRAAF - pour le lancement de ce Projet Alimentaire de Territoire.

Présentation

Jessica SIMOES commence la présentation en rappelant que lors du dernier comité de pilotage plusieurs demandes avait été faites de la part de ses membres :

- **Récupérer une extraction des résultats de l'enquête « Alimentation » du Conseil Régional.** La demande a été formulée par le Président du Pays des Nestes et le Conseil Régional doit pouvoir y répondre dans les semaines à venir. Ces résultats figureront dans le diagnostic.
- **Le GAB 65 a émis le souhait de pouvoir avoir un recensement des centres de vacances sur la commune de Saint-Lary Soulan avec les coordonnées des responsables.** La commune a répondu favorablement à cette demande en donnant les informations qu'ils avaient en leur possession. Ces données figureront dans le diagnostic.
- **Elargir l'enquête « Restauration collective » portée par la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan à l'ensemble des établissements scolaires du Pays des Nestes. Le PETR a donc envoyé cette enquête au public visé et si certains ont répondu, d'autres doivent le faire dans les jours à venir.** Ces résultats figureront dans le diagnostic.

Carte des producteurs en vente directe

Jessica SIMOES présente la carte des producteurs, qui a été éditée fin juillet à 30 000 exemplaires. Pour l'élaboration de cette carte, 123 producteurs ont été recensés. Jessica SIMOES précise que si ce document doit s'appuyer sur les Offices de tourisme pour sa diffusion il a pour objectif premier, comme demandé par les membres du comité de pilotage, de toucher davantage la population locale, les consommateurs réguliers du territoire. Dans ce sens, le PETR a demandé à chaque commune si elle souhaite diffuser cette carte dans les boîtes aux lettres de ses administrés. La commune de SOST a réalisé cette diffusion, les communes de SAINT LARY SOULAN, LANNEMEZAN et LOUDENVIELLE vont à leur tour réaliser cette opération en couplant la diffusion à la distribution de leur bulletin municipal. Monique MARTIN, maire d'ARNE, fait savoir que sa commune fera de même.

Donald LECOMTE demande si cette carte a vocation à être rééditée chaque année. Henri FORGUES précise que la promotion et le soutien aux circuits courts en agriculture fait partie des priorités du territoire. Le président du PETR rajoute que si le Pays des Nestes a pu éditer ce support c'est grâce au partenariat avec la DRAAF cette année mais que pour rééditer cette carte le Pays des Nestes a besoin d'appui financier. Claude LAFFONTA précise qu'il est important que ce type de brochure soit mis à jour régulièrement. Bernard PLANO insiste en précisant qu'il souhaite que chaque mairie soit ambassadrice de son territoire, de sa communauté de communes avec un présentoir où les administrés pourront retrouver toutes les informations et notamment celles du Pays des Nestes.

Axe 3 : Justice Sociale et Initiatives locales (voir présentation)

Jessica SIMOES présente les données recensées dans le cadre de l'axe 3 du diagnostic : « Justice Sociale et initiatives locales ».

Concernant les associations de producteurs et particulièrement Croquez Local Monique MARTIN souligne la demande de l'association de trouver davantage de points de livraisons. Bernard PLANO répond que la demande de pouvoir distribuer au sein des locaux de la Communauté de communes du Plateau de Lannemezan ne pouvait aboutir car les horaires d'ouverture ne correspondent pas mais une solution pourrait être trouvée sur la commune de Lannemezan.

Fanny DUNAN présente le projet Bio pour tous aux membres du comité de pilotage :

- Permettre l'accessibilité à des aliments BIO pour des personnes en situation de précarité : péréquation tarifaire en caisse des Biocoop, production de légumes Biologiques à destination de familles (avec villages accueillants)
- Mener un travail d'éducation à l'alimentation sous forme d'ateliers, de visites de fermes…
- Sensibilisation des personnes et dynamiser le lien social

Cette action résulte d'un projet multi partenarial (Le GAB 65 - coordinateur de la démarche**,** Secours Populaire Français, Villages accueillants, Magasins Biocoop de Tarbes et Lourdes, Communauté l'agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées, GIP Politique de la ville, Direction de la solidarité – Conseil Départemental). Ce projet est expérimental et permet au Pays des Nestes dans le cadre de son diagnostic de cerner le type d'action qui peut en résulter en matière de justice sociale. Toutefois, dans son diagnostic le Pays des Nestes note un manque de communication entre les parties prenantes et une faible visibilité de l'action.

Fanny DUNAN présente aussi le projet coordonner par le GAB 65 et réunissant plusieurs structures de créer un Pôle territorial de coopération économique et social (PTCES) à l'échelle du département des Hautes-Pyrénées ayant pour objectif le développement sur le territoire d'une alimentation biologique en mutualisant les moyens, outils et ressources entre acteurs partenaires.

Pour Henri FORGUES il est important de trouver des solutions sur le territoire pour accompagner les associations mais surtout pour aides les populations les plus démunis. Monique MARTIN insiste sur le fait de reprendre contact avec les associations et de permettre que les personnes en précarité se réapproprient l'acte de cuisiner.

Donald LECOMTE souligne qu'une nouvelle vague de reconnaissance PAT aura sans doute lieu en décembre. Il est important d'ici là de valider les actions à mettre en œuvre. Le chargé de mission de poursuivre qu'il ne voit pas de raison que ce dossier ne soit pas étudié avec un regard plutôt positif au regard du travail engagé. Il précise bien que la reconnaissance PAT n'octroie pas de subvention mais permet de reconnaître le travail poursuivi et favorise des dossiers pour de futures demandes de subventions. Pour Bernard PLANO il semble intéressant de candidater à l'obtention de ce label qui appuiera l'ensemble du territoire dans des actions futures.

Axe 4 : Restauration collective et commerciale (voir présentation)

Diffusion lors du Comité de pilotage du film réalisé par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation sur la mise en œuvre de l'approvisionnement local, bio et de qualité à l'hôpital de Lannemezan (Hautes-Pyrénées) : http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/Conference-regionale-de-l,3074

Henri FORGUES félicite l'Hôpital de Lannemezan sur son engagement en faveur d'un approvisionnement local. En outre Bernard PLANO appuie le soutien et la confiance de la ville de Lannemezan qui travaille avec l'hôpital pour l'approvisionnement de ses écoles.

Monique MARTIN note que l'hôpital de Lannemezan est un outil local qui peut répondre à la demande de plusieurs écoles du territoire qui souhaitent fonctionner différemment et notamment avec des produits locaux. Pour cette dernière le côté pénalisant peut-être la liaison froide car les écoles ne sont pas toujours équipées pour réchauffer les préparations. Stéphane BRANGER insiste sur le fait qu'il y a un vrai travail de pédagogie à faire sur la liaison froide souffrant à tort d'une étiquette négative. Pourtant la liaison froide n'empêche pas de travailler des produits locaux, frais et de qualité. Le portage à domicile se fait d'ailleurs en liaison froide. De plus, Stéphane BRANGER précise que désormais un marché bio a été créé sur les 4 lots et mis en commun avec les autres hôpitaux du groupe.

Concernant le projet de cuisine centrale de la CCPL (voir présentation) Monique MARTIN souhaite qu'un travail soit engagé avec l'Hôpital de Lannemezan et les écoles du territoire sur les équipements de réchauffe. En effet, les élus du Comité de pilotage appuie l'idée que si un outil existant peut répondre à cette demande cela doit être priorisé à la création d'un nouvel équipement. Une étude de faisabilité (capacité, volume…) doit permettre de trouver les solutions à mettre en œuvre. Henri FORGUES insiste sur le fait qu'une étude est nécessaire.

Donald LECOMTE ajoute que la loi sur l'alimentation doit permettre 50% de produits labellisés dans l'approvisionnement de la restauration collective. L'idée étant essentiellement d'encourager un approvisionnement local de la part des collectivités. Il prend notamment l'exemple de l'Hérault qui a une politique forte en la matière et qui a déjà atteint les quotas de la loi.

Concernant les résultats de l'enquête Restauration collective les membres du comité de pilotage souligne quelques coquilles dans le document de travail qui circule de main en main lors de la réunion (RPI Ancizan et Saint Lary et données générales sur le territoire). Jessica SIMOES répond que cela sera corrigé. Sabine FOUGA précise que le projet de cuisine centrale de Vielle Aure a pris du retard avec les travaux mais devrait être opérationnelle dans les mois à venir. De plus, elle ajoute qu'une nouvelle cuisine a vu le jour à Saint Lary Soulan pour répondre à la demande de la crèche et des centres de loisirs notamment. La coordination entre la cuisine de Saint Lary Soulan et celle de Vielle Aure se mettra en place dans un second temps.

Jessica SIMOES continue la présentation des différents projets et acteurs du territoire (application menue du Conseil départemental, Légumerie de la CC Adour Madiran, Plateforme Mangeons HaPy, Plateforme Resto Bio, GAB 65, Hôpitaux de Lannemezan).

Thierry HACHET demande comment la prison de Lannemezan fonctionne. Bernard PLANO répond qu'il s'agit d'un marché national avec un opérateur commercial.

Concernant la restauration commerciale Lydie FOURCADE note qu'il est important d'accompagner les restaurateurs à davantage communiquer sur le fait qu'ils utilisent déjà des produits locaux. Ces derniers se disent d'ailleurs souvent intéressés, voir demandeurs, d'être mis en avant à travers un évènementiel.

Claude LAFFONTA insiste sur le fait que la marque HaPy travaille sur cette question.

Donald LECOMTE invite le Pays des Nestes a suivre le Plan Montagne car des financements peuvent répondre aux pistes d'actions présentées. Le chargé de mission insiste sur l'intérêt pour ce projet alimentaire de territoire de travailler sur une coopération transfrontalière, en lien avec des projets déjà existants au regard de la localisation géographique de notre territoire. Bernard PLANO répond qu'en effet de nombreux projets dans ce sens ont déjà été menés et se reproduiront mais qu'il est nécessaire d'être pragmatique par rapport à la définition du plan d'actions pour notre territoire (retombées économiques).

Gaspillage alimentaire (voir présentation)

A la proposition d'installer des composteurs municipaux Bernard PLANO répond que c'est là une charge supplémentaire pour les communes et pas forcément la solution la plus adaptée pour améliorer la qualité du tri. Thierry HACHET approuve et précise que faire du biodéchet c'est devoir vider tous les jours les contenants.

La demande forte des restaurateurs concernant la lutte contre le gaspillage alimentaire lors des entretiens fait dire à Henri FORGUES la nécessité de se mobiliser en la matière et d'accompagner le territoire à être davantage vertueux (doggy bag). Claude LAFFONTA abonde dans ce sens en démontrant l'intérêt économique pour les restaurateurs de jouer le jeu.

Florence ABADIE ajoute qu'en effet le doggy bag peut être une solution pertinente pour les restaurateurs commerciaux et rappelle que le SMECTOM peut proposer des diagnostics gratuits en restauration scolaire.

Poursuite du travail et calendrier à venir

Le plan d'actions est soumis aux membres du comité de pilotage. Chacun a un exemplaire papier de ce plan d'actions. Celui-ci sera abondé, modifié suite aux remarques faites lors de cette réunion. Ensuite le comité technique continuera de travailler sur la finalisation de ce plan d'actions (dispositifs financiers mobilisables). Un 4e comité de pilotage est prévu le 17 janvier 2019 pour faire le point sur l'avancée du projet alimentaire de territoire. D'ici là une candidature de reconnaissance PAT sera faite par le PETR qui reste aussi en veille sur les appels à projets nationaux permettant de soutenir la mise en œuvre de ce plan d'actions.

Donald LECOMTE fait savoir que fin septembre-début novembre un appel à projet national alimentation sera lancé.

Jessica SIMOES informe les membres du comité de pilotage qu'ils recevront dans les semaines à venir le diagnostic finalisé.

Conclusion :

Henri FORGUES conclut la réunion en réaffirmant l'objectif du PAT d'engager des actions communes et concrètes sur le territoire et en remerciant le représentant de la DRAAF de ce partenariat et de sa présence à ce 3ème comité de pilotage.

Questionnaire producteurs

Projet alimentaire de territoire

Circuits Courts en Pays des Nestes - Questionnaire producteurs –Mai 2018

Ce questionnaire s'adresse prioritairement aux **producteurs vendant une partie de leur production en circuits courts** et aux producteurs **intéressés par diversifier leurs modes de distribution** et **situés sur le territoire du Pays des Nestes** (Communautés de communes du plateau de Lannemezan, Communauté de communes Neste Barousse ou Communauté de communes Aure Louron).

Cette enquête entre dans le cadre de la réalisation d'un diagnostic autour de l'alimentation porté par le Pays des Nestes en partenariat avec la DRAAF Occitanie. Cette étude vise à lancer un Projet Alimentaire de Territoire, qui a pour objectif de travailler à la mise en place d'actions concrètes autour des circuits courts et des produits locaux.

Une partie de l'étude est spécifiquement réservée à la compréhension du volet production, c'est pourquoi nous avons besoin de votre avis, et nous vous remercions d'avance de votre participation qui aidera le Pays des Nestes à définir un programme d'actions en faveur des circuits courts

Le questionnaire dure 10 minutes environ et doit être rempli par le responsable d'exploitation de préférence. Ces données resteront anonymes et ne seront pas diffusées.

Si vous avez des questions, des remarques ou des suggestions sur le questionnaire ou l'étude, vous pouvez contacter Justine Lucas, en charge de la réalisation du diagnostic, par mail à l'adresse suivante : justine.lucas.64@outlook.fr ou par téléphone au 05 62 98 50 28

PARTIE 2 : TRANSFORMATION

Transformez-vous vos produits ? Oui – Non

Où transformez-vous vos produits ?

- Directement sur le lieu d'exploitation
- Prestataire de services
- Atelier collectif
- Vente de produits bruts non transformés
- Autre : _____

Produit brut	Produit fini	Outils de transformation (en propre, en collectif)	Lieu de transformation	Difficultés rencontrées

Avez-vous des besoins en termes d'outils de transformation sur le territoire ?

_____

_____

_____

_____

PARTIE 2 : COMMERCIALISATION DES PRODUITS

1. Où se vendent la majorité de vos produits ?

- Sur l'exploitation
- A moins de 30 km du siège de l'exploitation
- Dans le département
- Dans la région
- En France
- A l'international
- Je ne sais pas

2. Vendez-vous la totalité ou une partie de votre production en circuits courts ?

- Oui
- Non

→ Si non, quels sont vos débouchés : _____

Puis aller à la partie 3 : développement des circuits courts)

Pour les producteurs vendant une partie ou la totalité de leur production en circuits courts :

3. Quel mode de vente en circuit court adoptez-vous ?

- Vente directe à la ferme
- Vente directe sur les marchés
- Amap ou autre système équivalent
- Magasin de producteurs
- Paniers sur commandes
- Vente sur internet
- Commerces de détails
- Supermarchés
- Vente pour la restauration
- Autre : _____

4. Depuis quand proposez-vous vos produits en circuits courts ?

- Moins d'un an
- Moins de 5 ans
- Plus de 5 ans
- Plus de 10 ans

5. Quelles sont vos motivations à proposer vos produits en circuits courts ?

- Facilité de mise en œuvre
- Lien avec les consommateurs
- Activité économique plus diversifiée
- Meilleurs revenus
- Maitrise du produit jusqu'à la vente
- Autre : _____

6. Si vous faites appel à un ou plusieurs intermédiaires, quel(s) est/sont-il(s) ?

→ Sur le territoire du Pays des Nestes : _____

→ Hors territoire du Pays des Nestes : _____

7. Vous êtes-vous formés (compétences commerciales) pour la vente de ces produits ?
Oui – Non

De quelle manière ? _____

8. Est-ce un besoin que vous pourriez formuler ? Oui-Non

9. Quelle(s) évolution(s) avez-vous pu observer (nombre de ventes, organisation, comportement des consommateurs…) pour votre activité de vente en circuits courts ?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

10. Quel pourcentage <u>de votre production</u> est vendue en circuit court ? _____%

11. Quel pourcentage <u>du chiffre d'affaires global</u> ces ventes représentent-elles ?
_____%

12. Quelle est la répartition de votre chiffre d'affaires pour chaque production ?

Production	Part du chiffre d'affaires réalisée en circuits longs(en %)	Part du chiffre d'affaires réalisée en circuits courts (en %)

13. Quelle est la répartition de votre chiffre d'affaires pour chaque mode de distribution ?

Mode de distribution / vente	Part du chiffre d'affaires global en %
Vente à la ferme	
Marchés - Foires	
Commerces de détail	
Magasin de producteurs	
Supermarchés	
Restaurateurs	
Vente sur internet	
Transformateurs	
Restauration collective	
Paniers (sur commandes, adhésions, Amap, ventes collectives)	
Autre : (préciser) _____	

14. Quelles difficultés rencontrez-vous pour la vente en circuits courts ?

_____

_____

_____

_____

15. Avez-vous eu des aides pour le développement de cette activité (formations, appui financier, aides techniques, aides bénévoles …) ?

_____

_____

_____

_____

QUALITE DES PRODUITS VENDUS EN CIRCUITS COURTS

16. **Portez-vous une attention plus grande aux produits distribués en circuits courts ?**
    Oui – Non

    Commentaire :

_____
_____
_____

17. **Ces produits sont-ils en lien avec une démarche qualité (label, marque de territoire, agriculture raisonnée) ?** Oui – Non

    Laquelle : _____

18. **Quel est le niveau d'importance de cette démarche qualité pour les ventes ?**

    Pas important **1 – 2 – 3 – 4 –5** **Très important**

19. **Si vous n'en avez PAS, quelle démarche qualité souhaiteriez-vous développer et pour quelle raison ?**

    _____
    _____
    _____

20. **Comment les produits sont-ils mis en avant ?**
    - Brochure / Dépliants
    - Flyers
    - Logo
    - Etiquettes
    - Panneau
    - Site internet
    - Autre : _____

21. **Participez-vous à des manifestations promotionnelles/commerciales (salons, foires, fêtes) ?** Oui – Non

22. **Lesquelles ?** _____

23. **Quelles sont vos motivations pour y participer ?**

_____
_____
_____

ACCUEIL A LA FERME

24. **Nature de(s) l'activité :**
    - Hébergement
    - Restauration (Gite auberge, table d'hôtes…)
    - Ferme pédagogique
    - Cueillette à la ferme
    - Vente directe à la ferme (boutique, paniers…)
    - Autres : _____

25. **Cette activité vous semble-t-elle importante**
    - **Pour vendre vos produits ?** Oui – Non
    - **Pour faire connaitre vos produits ?** Oui – Non

26. **Combien de personnes recevez-vous par an sur la ferme ?** _____ **personnes**

27. **Quels problèmes spécifiques rencontrez-vous lors de vos activités d'accueil à la ferme ?**

_____
_____
_____

28. **Qu'est ce qui pourrait contribuer à résoudre ces problèmes ?**

_____
_____
_____

PARTIE 3 : DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS SUR LE TERRITOIRE

29. Quelles sont selon vous les conditions nécessaires à la commercialisation en circuits courts ?

- Qualité des produits
- Présence de clientèle
- Peu de concurrence
- Présence d'équipements spécifiques
- Soutien des collectivités locales
- Outils de communications
- Autre : _____

30. Selon vous, manque-t-il de point de vente dédié aux produits locaux sur le territoire ? Oui – Non

31. Souhaiteriez-vous voir émerger un point de vente géré par les agriculteurs sur le territoire ? Oui – Non

→ **Si oui sur quel secteur ?**

- Loundenvielle
- Saint Lary Soulan
- Arreau
- Sarrancolin
- Capvern
- La Barthe de Neste
- Lannemezan
- Galan
- Saint Laurent de Neste
- Sarp

→ **Seriez-vous prêts à y consacrer du temps ?** Oui – Non

- **Si OUI : Combien en h/semaine ?** _____

Quel pourcentage des coûts de gestion pourriez-vous assumer ? _____

- **Si NON : seriez-vous prêt à mutualiser un salarié ?** Oui – Non

32. Souhaiteriez-vous renforcer la part de vos ventes en circuits courts dans les années à venir ? Oui – Non

Pourquoi :

_____

_____

33. Quel mode de distribution aimeriez-vous développer ?

- Vente directe à la ferme
- Vente directe sur les marchés
- Amap ou autre système équivalent
- Magasin de producteurs
- Vente sur internet
- Commerces de détails
- Supermarchés
- Vente pour la restauration
- Restauration collective
- Comité d'entreprise
- Autre : _____

34. Par quel(s) moyen(s) ?

_____

_____

_____

_____

PARTIE 4 : RESTAURATION COLLECTIVE

35. **Connaissez-vous des outils d'approvisionnement pour la restauration collective sur le département ? Oui – Non**

36. **Faites-vous partie d'un projet pour la restauration collective ?**
Oui – Non

37. Si oui, lequel ? _____

Si non, aimeriez-vous en faire partie ? Oui - Non

38. Quelles sont/seraient vos motivations pour un tel projet ?
- Assurer des ventes fixes et sécuriser le revenu
- Augmenter le volume de production
- Savoir où vont les produits
- Opportunité pour diversifier les ventes et la production
- Assurer un accès à des produits de qualité à la population locale
- Autre : _____

39. Quelles vous semblent être les difficultés pour fournir des restaurants collectifs ou une plateforme d'approvisionnement ?
- Difficultés d'organisation
- Faible connaissance du sujet
- Production trop faible
- Production trop peu stable
- Logistique trop complexe (transport,…)
- Autre : _____

PARTIE 5 : EVALUATION

ASPECT ECONOMIQUE :

40. **Pensez-vous que la vente en circuits courts a amélioré votre revenu ?** Oui – Non

Commentaire :

_____

41. La vente en circuits courts a permis de **1) consolider / 2) créer des emplois**. Combien ?
_____

42. Autres critères de performance économique ?
_____

ASPECT SOCIAL :

43. Pensez-vous que la vente en circuits courts ait un effet positif au niveau social ? Oui – Non

Commentaire :
_____

44. Si vous éprouvez une satisfaction dans votre activité de valorisation des produits locaux, à quoi est-elle due selon vous ?

- Contact avec le consommateur
- Maitrise du produit jusqu'à la vente
- Valorisation et reconnaissance du métier d'agriculteur
- Diversification de l'activité
- Engagement pour une alimentation plus durable
- Meilleurs revenus
- Autre : _____

ASPECT TECHNIQUE

45. Quels aspects de votre métier avez-vous le sentiment de maîtriser ?

- Production
- Transformation
- Commercialisation
- Marketing / Promotion
- Animation
- Gestion
- Autre : _____

46. Quelle est votre propre définition d'un circuit court ?

_____
_____
_____
_____

Avez-vous une remarque générale sur le thème des circuits courts ou de proximité, des produits locaux ou de la restauration collective ?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

MERCI DE VOTRE PARTICIPATION !

Questionnaire consommateurs

Produits locaux et circuits courts en Pays des Nestes

Dans le cadre du Projet Alimentaire de Territoire (PAT) porté par le Pays des Nestes, en partenariat avec la DRAAF Occitanie, une enquête consommateurs est menée afin de mieux connaitre vos besoins et pratiques alimentaires.
Cette enquête s'adresse à tous les consommateurs de produits alimentaires locaux ou non et résidant sur le territoire du Pays des Nestes (Plateau de Lannemezan, Baronnies et Baïses, Vallées d'Aure et du Louron, Neste-Barousse).

Ce questionnaire est anonyme et dure environ 10 minutes, il se compose de 5 parties.

Merci de votre aide !

*Obligatoire

Partie 1 : Vos achats alimentaires

1. 1. Où effectuez vous vos courses alimentaires et à quelle fréquence ? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très souvent (une à plusieurs fois par semaine)	Souvent (une à plusieurs fois par mois)	Rarement (moins d'une fois par mois)	Jamais
En grande et moyenne surface				
En hard discount				
En magasin de produits Bio				
Sur les marchés				
Directement auprès du producteur				
Autoproduction				
En commerce traditionnel (boucherie, epicerie,...)				

2 2. Dans quel secteur effectuez-vous principalement vos courses alimentaires ? * Une seule réponse possible.

- Loundenvielle
- Saint Lary Soulan
- Arreau
- Sarrancolin
- Capvern
- La Barthe de Neste
- Lannemezan
- Galan

Saint Laurent de Neste

Sarp

Hors du Pays des Nestes

3. 3. En moyenne, quel est votre budget alimentaire mensuel ? * Une seule réponse possible.

- Entre 50 et 100 euros
- Entre 100 et 200 euros
- Entre 200 et 400 euros
- Plus de 400 euros

4. 4. Quel type de produits achetez vous le plus souvent ? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
Viande				
Céréales - Pâtes - Epicerie				
Fruits				
Légumes Frais				
Alcool et autres boissons				
Produits laitiers				
Poisson				
Conserves (plats cuisinés, légumes préparés,...)				
Oeufs				
Autres produits (safran, plantes aromatiques, confitures, gâteaux à la broche,...)				

5 5. Quels sont vos 3 principaux critères de choix lors de vos achats alimentaires ? * Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Fraicheur
- ☐ Rapport qualité prix
- ☐ Bas prix
- ☐ Facilité d'utilisation
- ☐ Bon pour la santé
- ☐ Origine géographique
- ☐ Signe de qualité (AB, AOC, label rouge...)
- ☐ _____

Saisonnalité Marque renommée

Autre :

Partie 2 : Votre consommation actuelle en produits locaux

Pour le reste du questionnaire, nous entendons par produit alimentaire local tout aliment produit ou cultivé dans le département des Hautes Pyrenées (et plus spécifiquement sur le territoire du Pays des Nestes : Aure Louron, Plateau de
Lannemezan, Baronnies et Baïses, Neste Barousse)

6 6. Quelle réponse correspond le mieux à ce qu'est pour vous un produit alimentaire local? *

Une seule réponse possible.

- Un produit cultivé/élevé à proximité de votre domicile
- Un plat emblématique d'un terroir
- Une production agricole ou alimentaire liée à un territoire (camembert de Normandie, mirabelles de Lorraine..)
- Un savoir faire traditionnel

7. 7. Selon vous quel est ou quels sont les produits alimentaires caractéristiques du territoire? *

8. 8. Etes-vous consommateurs de produits locaux ? * Une seule réponse possible.

- ◯ Oui Passez à la question 11.
- ◯ Non Passez à la question 9.

Vous n'êtes pas consommateur de produits locaux :

9. 9. Si vous n'en achetez pas, quelle en est la raison ? Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Difficile à trouver (problème de transport, horaires des marchés, éloignement...)
- ☐ Trop cher
- ☐ Pas sûrs de leurs hygiènes (conservation, chaîne du froid...)
- ☐ Pas le temps
- ☐ Pas de bonne qualité
- ☐ Offre incomplète et irrégulire
- ☐ Je ne les connais pas

10. 10. Commentez votre réponse :

_____

_____

_____

_____

_____

Passez à la question 22.

Si vous consommez des produits locaux :

11 11. Quels produits locaux achetez vous le plus souvent ? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
Viande				
Céréales - Pâtes - Epicerie				
Fruits				
Légumes Frais				
Alcool et autres boissons				
Produits laitiers				
Poisson				
Conserves (plats cuisinés, légumes préparés,...)				
Oeufs				
Autres produits (safran, plantes aromatiques, confitures, gâteaux à la broche,...)				

12. 12. Où achetez-vous principalement vos produits locaux ? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
Supermarchés				
En magasin de produits biologiques				
Sur les marchés				
Directement chez le producteur				
En commerce traditionnel (épicerie, boucherie,.)				

13. 13. Dans quel secteur achetez-vous principalement vos produits locaux ? * Une seule réponse possible.

- Loundenvielle
- Saint Lary Soulan
- Arreau
- Sarrancolin
- Capvern
- La Barthe de Neste
- Lannemezan
- Galan

Saint Laurent de Neste

Sarp

Hors du Pays des Nestes

14. 14. Si vous faites vos courses sur les marchés, dans quelle(s) communes allezvous ?

15 15. Quelles sont vos motivations pour consommer des produits locaux? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très important	Important	Peu important	Pas important
Ils sont de meilleure qualité (fraicheur, goût)				
Ils sont meilleurs pour la santé				
Soutien à l'agriculture locale				
Ils ont un impact faible sur l'environnement				
Vous souhaitez réduire vos kilométrages alimentaires				
Pour le temps de rencontre, d'échange avec le producteur				

16. 16. Selon vous, un produit local doit: *
Une seule réponse possible.

- Etre vendu par le producteur lui-même
- Disposer d'un signe de qualité (AB, AOC, marque local...)
- Donner des garanties sur le mode et le lieu de production
- Etre de qualité supérieure

17. 17. A quelle fréquence achetez-vous des produits locaux ? Une seule réponse possible.

- Moins d'une fois par mois
- 1 à 2 fois par mois
- Toutes les semaines
- Plusieurs fois par semaine

18. 18. En moyenne, quel budget mensuel consacrez vous à l'achat de produits locaux ? *
Une seule réponse possible.

- Moins de 50 euros De
- 50 à 100 euros
- De 100 à 200 euros
- Plus de 200 euros

19. 19. Seriez-vous prêts à acheter plus cher un produit fabriqué localement ? Quel pourcentage du prix seriez vous prêts à payer en plus ? * Une seule réponse possible.

- Non
- Jusqu'à 5%
- Jusqu'à 10%
- Jusqu'à 20%

Plus de 20%

20 20. Comment pensez-vous faire évoluer votre consommation de produits locaux dans l'année à venir ? * Une seule réponse possible.

- Augmenter ma consommation de produits locaux
- Diminuer ma consommation de produits locaux

Maintenir ma consommation de produits locaux

21. 21. Combien de kilomètres êtes-vous prêts à faire pour acheter des produits locaux ? * Une seule réponse possible.

- Moins de 10 kilomètres Jusqu'à
- 20 kilomètres
- Plus de 20 kilomètres

Développement des produits locaux en Pays des Nestes

22. 22. Si l'offre en produits locaux en circuits courts se développait sur le territoire, quels sont les produits qui vous intéresseraient le plus ? * Une seule réponse possible par ligne.

	Très intéréssé(e)	Intéréssé(e)	Peu intéréssé(e)	Pas intéréssé(e)
Viande				
Céréales - Pâtes - Epicerie				
Fruits				
Légumes Frais				
Alcool et autres boissons				
Produits laitiers				
Poisson				
Conserves (plats cuisinés, légumes préparés,...)				
Oeufs				
Autres produits (safran, plantes aromatiques, confitures, gâteaux à la broche)				

23. 23. Quels sont les moyens de distribution qui vous encourageraient à les consommer davantage ? *

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] Un rayon dédié dans les supermarchés
- [ ] Une livraison à domicile
- [ ] Un magasin de producteurs (point de vente géré directement par les producteurs)
- [ ] Marchés dédiés aux produits locaux
- [ ] Plus d'évènements autour des produits locaux
- [ ] Commander via Internet
- [ ] _____ Paniers distribués au sein des mairies, Offices de tourisme ou Communauté de communes Paniers distribués en points relais chez les commerçants Autre :

24 24. Connaissez-vous le principe d'associations telles que les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP), Croquez Local, la Ruche qui dit Oui ... ? * Une seule réponse possible.

- ( ) Non
- ( ) Oui
- ( ) Oui je suis adhérent(e)

Je suis intéressé(e) pour en savoir davantage

25. Si vous êtes adhérent, de quelle association faites-vous partie ?

26. 25. Si ce type d'association se crée sur le territoire, sur quel secteur souhaiteriez-vous qu'elle s'implante ? * Une seule réponse possible.

- Je ne suis pas intéressé(e)
- Loundenvielle
- Saint Lary Soulan
- Arreau
- Sarrancolin
- Capvern
- La Barthe de Neste
- Lannemezan

Galan

Saint Laurent de Neste

Sarp

27 26. Si un magasin de producteurs (point de vente géré directement par les agriculteurs) se crée sur le territoire, sur quel secteur souhaiteriez-vous qu'il s'implante ? * Une seule réponse possible.

- Je ne suis pas intéressé(e)
- Loundenvielle
- Saint Lary Soulan
- Arreau
- Sarrancolin
- Capvern
- La Barthe de Neste
- Lannemezan
- Galan
- Saint Laurent de Neste
- Sarp

28. 27. Quel(s) jour(s) de la semaine vous conviendrait le mieux pour réaliser vos achats en produits locaux ? *

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] Lundi
- [ ] Mardi
- [ ] Mercredi
- [ ] Jeudi
- [ ] Vendredi
- [ ] Samedi
- Dimanche
- Je ne suis pas intéressé(e)

29. 28. Quel moment de la journée vous conviendrait le mieux ? * Une seule réponse possible.

- Matin
- Midi (12h-14h)
- Après-midi

Soirée (18h - 21h)

Je ne suis pas intéressé(e)

30. 29. Etes-vous sensible au fait qu'un restaurant ou magasin propose des produits/menus locaux dans ses menus/rayons? * Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

31 30. Trouvez-vous que les restaurants mettent suffisamment en avant les produits locaux dans leurs menus? * Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

Qualité et quantité de l'information sur l'offre en circuits courts du territoire

32. 31. Souhaiteriez-vous une meilleure communication sur les produits alimentaires locaux ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Je trouve l'information actuelle suffisante

33. 32. Comment pourraient-t-ils être mis davantage en lumière ? * Plusieurs réponses possibles.

- [ ] Etre mieux signalés sur les lieux de vente
- [ ] Identifiés dans un répertoire des producteurs en vente directe
- [ ] Associés davantage à des animations pédagogiques
- [ ] Mis en valeur lors d'un événementiel dédié
- [ ] Identifier par une marque territoriale
- [ ] Davantage promus dans les restaurants sous forme "d'assiettes de pays"
- [ ] _____ Création d'un site Internet dédié ou d'une page consacrée sur les sites des partenaires institutionnels du territoire (Offices de tourisme, mairies, Communauté de communes...) Autre :

34. 33. Avez-vous connaissance d'un guide des producteurs en circuits courts sur le territoire ? *

Une seule réponse possible.

- ( ) Oui
- ( ) Non

35 34. Si vous êtes intéressé(e) par un tel document, comment souhaiteriez vous le récupérer ? *

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] Téléchargement internet
- [ ] Application de téléphone
- [ ] En papier à la mairie ou communauté de communes
- [ ] En papier chez les commerçants
- [ ] En papier à l'office de tourisme
- [ ] Lors des événementiels Je _____ ne suis pas intéressé(e) Autre :

36. 35. Avez-vous déjà pratiqué des activités en lien avec l'agrotourisme (camping à la ferme, ferme auberge, visites d'exploitation, cueillette à la ferme...)? * Une seule réponse possible.

- ( ) Oui
- ( )

Non

37. 36. Seriez-vous intéressé(e) par ce type d'activité sur le territoire? * Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

38. Des commentaires sur l'information et la communication autour des produits alimentaires locaux ?

Pour terminer il nous serait utile de mieux vous connaître

39. Quel est votre sexe ? * Une seule réponse possible.

- Femme
- Homme

40. Quel est votre tranche d'âge ? * Une seule réponse possible.

- Moins de 20 ans
- 20 - 30 ans
- 30-45 ans
- 45-60 ans

Plus de 60 ans

41 Quel est le nombre de personnes dans votre foyer ? * Une seule réponse possible.

- 1
- 2
- 3

4

Plus de 4

42. Quel est votre statut professionnel ? * Une seule réponse possible.

- Agriculteur
- Artisan Commerçant
- Chef d'entreprise
- Cadre supérieur
- Profession intermédiaire
- Employé
- Retraité
- Etudiant

Saisonnier

Sans activité professionnelle Autre

43. Quel est le revenu du ménage (net mensuel)? Une seule réponse possible.

- Inférieur à 1000€/mois
- Entre 1000 et 2000€/mois
- Entre 2000 et 3000€/mois
- Entre 3000 et 4000€/mois

Supérieur à 4000€/mois

44. Quelle est votre commune de résidence ? *

45. Le logement pour lequel vous répondez est-il votre résidence principale ? * Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

46 Concernant votre consommation en produits locaux par rapport à celle de votre entourage, diriez-vous que votre ménage est : * Une seule réponse possible.

- Plutot petit consommateur
- Plutot consommateur moyen
- Plutot gros consommateur

Je ne sais pas

47. Si vous êtes intéressés pour recevoir directement les résultats de cette enquête et les informations des autres actions en lien avec cette étude "Projet Alimentaire de Territoire" porté par le Pays des Nestes, merci de laisser votre adresse mail (celle ci ne sera pas utilisée à d'autres fins).

48. Une remarque, un commentaire, une question ?

Merci d'avoir pris le temps de nous répondre !

Les résultats de l'enquête seront communiqués durant le mois de juillet sur le site du Pays des Nestes.

Compte rendu de la rencontre avec la Maison de la Nature et de l'Environnement, Puydarrieux

Etaient présents : Solène ROBERT (Maison Nature Midi Pyrénées), Karine PELOSSE (Maison Nature Midi Pyrénées), Justine LUCAS (PETR du Pays des Nestes)

Objectifs de la rencontre : Connaître l'état d'avancement des travaux et projets de la Maison de la Nature et de l'environnement concernant l'alimentation, point de vue sur les problèmes à résoudre et les solutions envisageables.

Karine PELOSSE présente les travaux menés par la Maison de la Nature et de l'Environnement (MNE), dont beaucoup ont à voir avec l'alimentation (maison de la semence, végétal local et arbres, classes du goût…). Elle souligne que la Maison de la Nature et de l'environnement intervient à une échelle départementale. Actuellement, un travail est en cours avec une école de Lannemezan (dans le cadre des classes du goût). Le projet Jardins des Coteaux prévoit des actions sur le Pays des Nestes, et entend développer une synergie entre les acteurs autour des circuits courts.

Le siège de la MNE se trouve que légèrement en dehors du périmètre administratif du Pays des Nestes (6km de Galan). **En regard de cette proximité géographique immédiate et des actions passées et en cours sur le territoire du Pays des Nestes, la MNE trouve dommageable d'être exclue du PAT.**

Solène ROBERT présente le travail réalisé pendant un an et demi pour le **projet Transition dans les Territoires,** auquel le Pays des Nestes (Jessica SIMOES) avait répondu dans le cadre de la préfiguration du Projet Alimentaire de Territoire (PAT). Même si ce projet comprenait plusieurs thématiques, l'alimentation y a eu une place importante. Dans ce cadre, de nombreux entretiens ont été réalisés auprès de différents acteurs ; certains ont également été rencontrés pour le diagnostic du PAT en mai-juin 2018. Le PAT peut donc s'appuyer sur les données récoltées lors de ce travail pour enrichir la réflexion.

Quelles sont les difficultés majeures, selon vous, pour travailler sur le thème de l'alimentation ?

Les structures d'éducation à l'environnement sont trop souvent rapprochées de mouvements militants du domaine environnemental. La MNE se voit davantage dans un rôle de **médiateur**, poursuivant des objectifs de sensibilisation et avec une démarche de projets. En ce qui concerne l'alimentation, Karine PELOSSE souligne que la MNE est directement confrontée à certains problèmes et enjeux avec l'activité gite et l'élaboration de 16000 repas /an.

L'enjeu principal est de réussir à travailler ensemble, en prenant le temps de réfléchir à des objectifs communs pour, dans un second temps, proposer des actions réalisables et pertinentes. Il est nécessaire que tous les acteurs impliqués fassent un **effort de compréhension** pour parvenir à prendre en compte les différentes dynamiques et connaître les compétences de chacun.

Un projet comme le PAT se doit d'être **co-construit**. Il est nécessaire que le travail mené permette de proposer des réponses et définitions partagées (« qu'est-ce que le local ? », alimentation saine par exemple)

Quels sont selon vous, les atouts du territoire ?

Le territoire (entendu au sens du territoire d'action de la MNE, c'est-à-dire principalement le périmètre du GAL Coteaux – Nestes), possède plusieurs atouts pour répondre à ces difficultés.

Premièrement il existe une véritable volonté politique sur laquelle on peut s'appuyer dans le Pays des Nestes, mais peu mobilisable dans le Pays des Coteaux. Certaines ententes entre les acteurs peuvent « cadenasser » les avancées. Parallèlement, de nombreuses initiatives existent et le territoire présente ainsi différentes possibilités pour les habitants, qui peuvent choisir la solution qui leur convient le mieux (actions ponctuelles de sensibilisation, vente à la ferme, en paniers...). La diversité des structures porteuses de projets est intéressante à souligner.

Le PAT peut servir de cadre nécessaire pour l'émergence de réflexions et d'actions pensées et cordonnées à différentes échelles.

Le cadre de vie présente aussi un atout. Les aménités paysagères et la qualité de vie sont une caractéristique importante du territoire. De plus, le fait d'être dans un espace plutôt rural permet une visibilité directe des acteurs de l'alimentation, notamment les producteurs. Le lien avec les consommateurs n'est donc pas totalement distendu et peut être travaillé.

Structures accompagnées par le GAB 65 à la formation en restauration collective sur le Pays des Nestes

STRUCTURES FORMEES ET ACCOMPAGNEES PAR LE GAB65

Hôpitaux de Lannemezan et ville de Lannemezan : Diag, préco, Formation deux modules 44 personnes, approvisionnements à hauteur de 50K€ par an. Depuis 6 ans : Formation au marché public.

Collège Arreau : Diag, Préco formation deux modules 1 personne, approvisionnement 5 K€ par an durant 1 an

CCAS EDF Maison familiale de St Lary : Diag, préco, formation 6 modules 12 personnes, appro, 90 k€ par an durant 13 ans

Nestier CCAS EDF : Formation 2 modules 6 personnes : Appro 35 k€ par an depuis 15 ans

Collèges de Loures Barousse et de St Laurent : Diag, préco, formation deux personnes deux modules, approvisionnement, 10 k€ par an depuis deux ans.

Cité scolaire de Lannemezan : Diag, préco.

Café du village Anères : Propositions de formation pour festival et cuisIne des we.

Elior Cantaous : Formation d'un professionnel.

Maison d'enfants de Capvern : Appro Bio 3 k€ par an durant 3 ans.

Commune de Capvern : Rédaction du CCTP, CCAP, RI pour 30% de Bio.

STRUCTURES CONTACTEES PAR LE GAB65

Commune de Saint-Lary Soulan : Contact, entretien propositions de méthodo : Centres du Néouvielle, de l'Estibère, d'Arepos,

Altitude Charentes : Pas de suite.

Genos : Balnéa, pas de suite

Maison de retraite des frères Jean Galan : En attente de retour pour methodo.

SCIC Resto Bio : les clients sur le département des Hautes-Pyrénées

Sur le département des Hautes-Pyrénées la SCIC Resto Bio approvisionne :

- Collège de Luz Saint Sauveur / Collège de La Barousse/ Collège V Hugo à Tarbes/ Collège Maréchal Foch (Arreau)
- Cuisine centrale de Séméac
- Ecole élémentaire de Castelnau Magnoac
- Colonie de vacance CCAS Nestier/Gédre/Campan
- Centre de vacances Cévéo à Luz Saint Sauveur
- Cuisine centrale à Bagnères de Bigorre qui approvisionne toutes les écoles de la CCHV, soit 700 repas/jour
- Approvisionnement des hôpitaux de Lourdes et Bagnères de Bigorre pour le pain
- Hôpital de Lannemezan