



## Initiatives en faveur d'une agriculture et une alimentation durables dans le PETR du Grand Briançonnais

Ces fiches Résolis sont le fruit d'un stage de 6 mois réalisé au Parc naturel régional du Queyras. Ce relevé (bien loin d'être exhaustif) d'initiatives et de mesures de politiques publiques est une illustration de la mobilisation des acteurs du territoire sur les questions agricoles et alimentaires.

**Parc naturel régional du Queyras**  
**Cécile Biret – stagiaire marque et PAT**  
**06.75.61.20.91**  
**[cecile.biret@agroparistech.fr](mailto:cecile.biret@agroparistech.fr)**



## Sommaire

Les ateliers consom'acteurs : tourisme participatif en faveur des circuits courts et de l'artisanat.....	2
Développer l'agro-écologie paysanne sur un territoire de montagne : démarche de recherche-action paysans-chercheurs, groupe FAM.....	5
La marque Hautes-Alpes Naturellement de la Chambre d'Agriculture : une marque de territoire qui rassemble .....	9
L'abattoir des Hautes Vallées : un projet commun valorisant le travail des éleveurs et les circuits courts.....	12
La ville de Briançon : une politique alimentaire en faveur d'une restauration scolaire responsable et durable .....	15
La coopérative des artisans du Queyras : au service des artisans et producteurs du Queyras .....	18
Gens des Hauts : l'autonomie dans l'interdépendance .....	21
Juste un Zeste : Une association favorisant les circuits courts en collaboration avec des producteurs siciliens.....	26
Le CoDES05 et ses ateliers de cuisine itinérants, une cuisine riche d'échanges et d'apprentissage.....	29
Midi Chaud : une association d'alimentation solidaire .....	32
L'espace-test agricole du Buëch-Baronnies, un dispositif multi-partenarial pour la création d'activité agricole .....	35
Le Potazer du Villard, un système de production alternatif pour la conservation de la biodiversité.....	39

# Les ateliers consom'acteurs : tourisme participatif en faveur des circuits courts et de l'artisanat



**RESUME :** L'Office de tourisme du Guillestrois-Queyras propose des ateliers participatifs chez les agriculteurs et artisans du territoire. En proposant aux participants de repartir avec un produit du terroir confectionné par eux-mêmes, le touriste devient acteur de sa consommation et repart avec un aperçu des problématiques agricoles locales.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> HENRY <b>Prénom :</b> Alison</p> <p><b>Fonction :</b> Référente ateliers consom'acteurs</p> <p><b>Adresse email :</b> a.henry@guillestroisqueyras.com</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 2012 <b>Lieu de réalisation :</b> Communauté de communes Guillestrois Queyras</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Participation au fond de promotion de l'Office de tourisme, adhésion des producteurs à l'Office de tourisme</p>	<p><b>Nom :</b> Office de tourisme du Guillestrois Queyras</p> <p><b>Adresse postale :</b> Le Charpenel, Maison du Tourisme, 05350 Château-Ville-Vieille</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="https://www.queyras-montagne.com">https://www.queyras-montagne.com</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Bettina Mathias, ancienne directrice de l'Office de Tourisme de Guillestre, a passé des vacances en Suisse où elle avait participé à un atelier de fabrication de fromage. Elle revient avec l'idée de développer ce concept à de nombreuses autres productions dans le Guillestrois Queyras, terre de savoir-faire. L'initiative se concrétise à l'été 2012 avec le lancement de trois ateliers consom'acteurs dont un de fabrication de fromages.

## 2) OBJECTIFS

L'idée des ateliers consom'acteurs est résumée dans son nom : le tourisme devient acteur de sa consommation en participant à l'élaboration de produits de bouche ou artisanaux locaux. Le temps des ateliers est un moment privilégié d'échanges entre le participant et le producteur, une occasion de comprendre la réalité de l'activité agricole ou artisanale. Les participants repartent de l'atelier avec un produit du terroir confectionné par eux-mêmes. Les ateliers permettent ainsi la promotion des circuits courts et du savoir-faire local.

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

L'Office de Tourisme fait le lien entre les producteurs/artisans et les touristes. Il se charge de la communication des producteurs (supports divers : cartes postales, programme des ateliers dans l'agenda de l'été, articles de presse...), de la promotion de leurs produits et de l'organisation des ateliers.

Les ateliers sont proposés toute l'année mais surtout en juillet-août.

Pour participer aux ateliers, les producteurs doivent être partenaires de l'Office de Tourisme en payant une cotisation annuelle de 80€ par an. Le prix d'un atelier est de 5 à 10€ en

moyenne par personne (et jusque 40€ pour les ateliers les plus longs, qui durent une ½ journée ou journée), avec des tarifs souvent préférentiels pour les plus petits de la famille.

Le paiement se fait à l'Office de Tourisme et prend 10% de commission par mois sur les inscriptions qui sert aux supports de communication, actions de promotion, frais de réservation, temps de travail et comptabilité.

Suivi des ateliers par l'Office : rencontres avec les producteurs/artisans, participation aux ateliers, réunion bilan à chaque fin de saison.

Suivi de la clientèle : envoi du programme des ateliers aux anciens participants, avis sur Tripadvisor, questionnaires de satisfaction.

Actions de promotion des ateliers et des producteurs, plusieurs « coups de projecteur » pendant l'année :

- Salon du Bio
- Salon de l'agriculture où il est possible de participer à un atelier sur place
- Potes de Marmot, événement destiné aux enfants
- Communication sur ces événements via la presse locale, nationale, internationale

#### **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

Les ateliers concernent 15 à 20 producteurs et produits selon les années : fromages, cuisine à base de plantes locales, poterie, sculpture sur bois, bougies en cire d'abeille ...

Au lancement de l'initiative 3 ateliers, aujourd'hui en 2018 21 ateliers.

Les bénéfices des ateliers permettent au moins aux producteurs d'amortir le prix de la cotisation à l'Office pour l'année. Les ateliers sont intéressants pour les producteurs/artisans car il y a souvent une vente consécutive à l'atelier (surtout pour les produits de bouche) et de nouveaux débouchés pour leurs produits (vitrine produit).

Les ateliers permettent de gagner la confiance du consommateur qui expérimente le produit. Participation aussi bien des touristes que des locaux.

Les inscriptions génèrent un chiffre d'affaire global de 10 000 euros en été et 1000 euros de commission, au mieux 12 000 euros pour l'année, en fonction de la météo notamment.

Distinctions :

- 2013 : Olivier d'Or, prix PACA de l'innovation touristique
- 2015 : Coup de cœur du jury Eden, prix européen thème gastronomie

« Ateliers consom'acteurs » est un nom déposé mais l'idée est que le concept soit déclinable ailleurs. Une association du territoire Asses- Verdon – Vaire – Var s'est notamment inspiré du projet pour mettre en valeur leurs produits locaux (lavande, moulins...).

#### **5) ORIGINALITE**

Les ateliers consom'acteurs représentent une nouvelle activité dans la région aussi bien pour les touristes que pour les producteurs. Ils permettent de mettre en avant les richesses du terroir, d'encourager l'agritourisme et le *do it yourself*.

#### **6) PARTENARIAT(S)**

- Parc naturel régional du Queyras

- Gîtes de France. L'Office de Tourisme offre des cartes postales consom'acteurs pour les participants aux ateliers ayant réservé un gîte de France

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

En cas d'empêchement, l'Office de Tourisme se charge des annulations et remboursements auprès des touristes. Certains producteurs/artisans manquent de responsabilisation. En même temps, leurs activités sont très chronophages et ne leur permettent pas toujours de tenir leurs engagements. L'image de l'Office de Tourisme mais également celle de l'ensemble de la destination peut en pâtir.

L'office de tourisme doit être rigoureux sur le volet réglementaire : assurances professionnelles de la part des artisans, certification ou diplôme professionnel si nécessaire etc...

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Une fois les inscriptions lancées, l'Office de Tourisme relance régulièrement producteurs et participants pour pallier aux éventuels oublis ou annulations de dernière minute.

L'Office mène un gros travail sur le côté réglementaire des ateliers : assurances des producteurs devant spécifier « accueil du public », décharges pour les activités à risque comme l'apiculture, copies des diplômes pour certains métiers...

### Améliorations futures possibles :

L'Office de Tourisme cherche à viser la presse féminine car statistiquement ce sont les femmes qui décident des activités en vacances.

De nouveaux artisans sont prévus pour la saison 2018 : savonnière, couturière, artisan meubles en carton.

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- Les ateliers consom'acteurs répondent à une véritable demande aujourd'hui, c'est-à-dire une reconnexion avec les aliments, aux modes de production des objets artisanaux, à une sensibilisation des enfants qui n'ont parfois jamais vu de vaches, de champs.
- Le coût financier des ateliers est abordable pour des familles.
- Une des forces de l'initiative est le fonctionnement en réseau. Les touristes commencent en général par les produits emblématiques de la région tels que les fromages et s'orientent ensuite vers les autres produits proposés.
- La réussite de ces ateliers dépend du type de clientèle, dans le Queyras la clientèle est plutôt de type familiale et/ou en recherche d'une activité originale, inédite et les ateliers répondent bien à leurs attentes.

En résumé, les ateliers consom'acteurs représentent une initiative satisfaisant les familles qui participent à des activités originales, l'Office de Tourisme qui peut les proposer à tout type de public et qui est facile à valoriser dans la presse.

# Développer l'agro-écologie paysanne sur un territoire de montagne : démarche de recherche-action paysans-chercheurs, groupe FAM



**RESUME :** Porté par l'ADEAR 05 et par le Centre for Agroecology, Water and Resilience (CAWR), Université de Coventry, Angleterre, le projet Agroécologie vise à soutenir et renforcer l'agroécologie paysanne sur un territoire de montagne par une démarche de recherche-action paysans-chercheurs dans les Hautes-Alpes.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> PIONETTI <b>Prénom :</b> Carine</p> <p><b>Fonction :</b> Chercheuse indépendante Et Véronique DUBOURG, éleveuse</p> <p><b>Adresse email :</b> agroecologie.projet05@gmail.com</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 2015 <b>Lieu de réalisation :</b> Département des Hautes-Alpes</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Fondation de France et financements complémentaires (Conseil Régional PACA, DREAL Paca, ADEME ...)</p>	<p><b>Nom :</b> GRAAP (Groupe de Recherche-Action sur l'Agroécologie paysanne), issu d'un partenariat entre l'ADEAR05 et le Centre for Agroecology, Water and Resilience (Université de Coventry, Angleterre)</p> <p><b>Adresse postale :</b> ADEAR05 8 Ter rue Capitaine de Bresson, 05000 Gap</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="http://www.graap-agroecologiepaysanne.org">http://www.graap-agroecologiepaysanne.org</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Dans le cadre du projet Agroécologie porté par l'ADEAR et par le Centre for Agroecology, Water and Resilience (CAWR), Université de Coventry (Angleterre), une chercheuse indépendante spécialiste des questions de genre et une éleveuse de brebis active à l'ADEAR décident en 2016 de créer et de co-animer un groupe de femmes paysannes. L'objectif de départ est d'ouvrir un espace de parole, d'échange et de réflexion pour des agricultrices se retrouvant dans la démarche agroécologique, dans le nord des Hautes-Alpes. Après 2 ans d'existence, le groupe se constitue en GIEE, le GIEE FAM (Favoriser l'Agroécologie de Montagne).

**NB :** L'accent dans cette fiche sera porté sur le groupe Femmes & Agroécologie mais le GRAAP accompagnent plusieurs autres groupes (sur les semences, les fromages fermiers, les abattoirs de proximité) et mène un travail de recherche-action à l'échelle des Hautes-Alpes.

## 2) OBJECTIFS

Objectifs du GRAAP (Groupe de recherche-action sur l'agroécologie paysanne) :

- Revaloriser les petites fermes, les circuits courts et la diversité et complémentarités des productions sur un territoire de montagne
- Contribuer à des dynamiques de relocalisation de la production alimentaire (mise en lien d'acteurs, identification de pistes d'action, travail avec les institutions...)
- Co-produire de la connaissance sur l'approche agroécologique, la relocalisation alimentaire, et l'adaptation au changement climatique dans les Hautes-Alpes

Objectifs spécifiques du groupe FAM :

- Créer un espace de dialogue et de partage entre agricultrices de tous âges et issues de différents systèmes de production, sur un même territoire
- Favoriser l'entraide et les échanges, y compris les échanges de ressources et le partage de savoir-faire en agroécologie
- Co-construire des solutions pour répondre aux différents problèmes rencontrés par des membres du groupe
- Co-produire des connaissances sur la place des femmes dans l'agroécologie et dans les circuits courts.

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Construction/approche du projet :

Le projet agroécologie est construit autour de trois axes principaux :

1. la réalisation d'un diagnostic du système alimentaire du territoire afin d'en dégager les atouts et les faiblesses et d'identifier des marges de manœuvre,
2. une analyse des risques climatiques repérés par les agriculteurs et des stratégies d'adaptation élaborées sur le territoire,
3. la valorisation des savoir-faire grâce au développement d'un outil favorisant une meilleure circulation des savoir-faire paysans et des pratiques proches de l'agroécologie

Le projet adopte l'approche de l'agroécologie paysanne, utilise la recherche-action en travaillant en binôme chercheur-paysan et respecte la parité homme-femme.

Ressources humaines:

- Une équipe projet composée de membres de l'ADEAR (deux maraîchères, une éleveuse et éleveur, ainsi que l'animatrice), une chercheuse spécialisée en écologie politique, genre et recherche participative, associée à l'Université de Coventry, un ethnopastoraliste, le coordinateur d'Echanges paysans Hautes-Alpes, des membres de l'association Court-Jus, qui se réunit une fois par mois.
- Un comité de pilotage constitué de l'équipe projet + autres chercheurs associés (socio-anthropologue, économiste, climatologue), AgriBio05, association BEDE (Montpellier), ARDEAR PACA, qui se réunit une à deux fois par an pour discuter de l'avancée du projet.

**Groupe FAM :** Animation du groupe femme assurée par le binôme chercheuse Carine Pionetti et éleveuse Véronique Dubourd. Rencontres mensuelles (en dehors de l'été). Une quinzaine de femmes font partie du groupe, du Briançonnais à l'Embrunais et 10 ont rejoint le GIEE FAM.

### Actions groupe FAM :

- Organisation de chantiers collectifs : curage des canaux, montage d'une serre... Quand certaines femmes partent en vacances, d'autres peuvent prendre le relais.
- Réunion une fois par mois où différents sujets choisis par les femmes sont abordés : Qu'est-ce que l'agroécologie pour elles ? Quelle est la place des femmes en agriculture ?
- Participation ponctuelle à des événements : Présentation à la foire BIO.

### Ressources financières :

- Au lancement du projet agroécologie : Financements de la Fondation de France (sur 4 ans), Région PACA (épuisés)
- ADEME, financements de 2018 à 2020, 50 000 euros
- DRAAF, financements via la labellisation GIEE, budget d'animation

## **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

Le groupe FAM a été lancé au départ sans idée préconçue des thèmes à aborder. Des discussions intéressantes ont émergé rapidement autour de la mécanisation, de l'alimentation, du rapport sensible des femmes au vivant.

Aujourd'hui le groupe FAM est labellisé GIEE : petit groupe d'une dizaine de personnes qui permet les échanges et l'installation de la confiance. La dynamique de groupe est désormais lancée et favorise les échanges informels (c'est-à-dire hors réunion).

Les femmes du GIEE vivent du Briançonnais à l'Embrunais, cela permet de faire rencontrer des femmes qui ne se côtoient pas forcément et qui peuvent partager leurs réseaux respectifs.

**Favoriser l'entraide** : 4-5 chantiers collectifs/an environ.

**Favoriser les échanges** : Les femmes n'échangent pas que des savoirs mais également des ressources : fumier, paille, laine etc.

Les chantiers collectifs et le partage des ressources illustrent bien l'agroécologie : l'idée d'une agriculture à forte dimension sociale, qui ne se pense pas à l'échelle d'une seule ferme.

## **5) ORIGINALITE**

Co-élaboré par des paysans du territoire, chercheurs et chargés de mission, ce projet innove sur le plan méthodologique par la mise en œuvre d'une démarche de recherche-action participative. Le projet chemine donc en fonction de ce qui émerge du territoire et des gens.

De plus, le monde rural est réputé pour être un monde où les hommes ont une place prédominante et où les femmes cherchent parfois la leur. Le groupe FAM leur offre ainsi un espace de discussion et de réflexion.

## **6) PARTENARIAT(S)**

### **Groupe agroécologie /GRAAP**

Structures partenaires :

- Agribio 05, Gap



- Association BEDE (Biodiversité : Echanges et Diffusion d'Expériences), Montpellier
  - ARDEAR PACA (Association Régionale pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rurale)
- + un grand nombre d'agriculteurs et d'agricultrices, associations et institutions locales associés à la démarche

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

Un manque de ressources humaines se fait parfois ressentir pour aller plus loin dans la démarche. En même temps, augmenter les ressources humaines nécessiterait une gestion plus conséquente du projet.

Le groupe FAM manque un peu d'autonomie, il s'appuie encore beaucoup sur les deux animatrices pour l'organisation des réunions. Cependant, l'organisation des chantiers collectifs fonctionne bien.

### Améliorations futures possibles :

Evolution en cours du groupe Agroécologie vers un collectif indépendant de l'ADEAR qui reflète mieux la diversité des membres de l'équipe-projet (citoyens, chercheurs, paysans, acteurs de l'Economie sociale et solidaire).

Concernant le groupe FAM : Carine Pionetti souhaite aujourd'hui réinsuffler la démarche recherche en questionnant la place des femmes dans les filières longues et courtes, pourquoi y-a-t-il beaucoup plus de femmes dans les filières courtes ?

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- Dialogue et animation paysan-chercheur : Expérience de terrain autour de l'agroécologie et de l'agriculture paysanne de l'ADEAR combinée à l'expérience en écologie politique/questions de genre de Carine Pionetti, soutenue par des apports d'autres membres du groupe (sur les filières, les circuits courts, les dimensions économiques, sociales et politiques de la transition agroécologique)
- Organisation des ateliers : dès le deuxième atelier, il faut répondre à des besoins précis énoncés par les paysan.ne.s pour que le groupe perdure. Le binôme paysan-chercheur permet de faire émerger les besoins, de les conceptualiser et de les traduire en démarche collective. Le rôle de la chercheuse est aussi de proposer des outils d'animation participative et d'analyse qui permettent au groupe d'avancer dans ses réflexions et de changer d'échelle.

# La marque Hautes-Alpes Naturellement de la Chambre d'Agriculture : une marque de territoire qui rassemble



**RESUME :** La marque Hautes-Alpes Naturellement est une marque territoriale portée et animée par la Chambre d'Agriculture des Hautes-Alpes. Elle s'adresse aussi bien aux agriculteurs qu'aux entreprises agroalimentaires et restaurateurs du département des Hautes-Alpes. La marque encourage les circuits de proximité en ouvrant de nouveaux marchés et en garantissant une juste rémunération aux producteurs.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> Malfatto <b>Prénom :</b> Isabelle</p> <p><b>Fonction :</b> Conseillère Valorisation des produits - Circuits courts</p> <p><b>Adresse email :</b> isabelle.malfatto@hautes-alpes.chambagri.fr</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 2011 <b>Lieu de réalisation :</b> Département des Hautes-Alpes</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Cotisations des adhérents, autofinancement Chambre d'Agriculture, Conseil départemental, Conseil Régional, Ministère</p>	<p><b>Nom :</b> Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes <b>Adresse postale :</b> 8 Ter Rue Capitaine de Bresson 05010 Gap Cedex</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="https://paca.chambres-agriculture.fr/la-chambre-dagriculture-des-hautes-alpes/">https://paca.chambres-agriculture.fr/la-chambre-dagriculture-des-hautes-alpes/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

La marque Hautes-Alpes Naturellement a vu le jour en 1995. Sans doute trop innovante à l'époque, elle s'est arrêtée faute de moyens et d'intérêt. La marque est relancée par la Chambre d'Agriculture des Hautes-Alpes en 2011 pour répondre à la demande croissante des consommateurs de produits issus de circuits courts. Hautes-Alpes Naturellement est une marque territoriale ouverte aux agriculteurs, entreprises agroalimentaires et restaurateurs du département des Hautes-Alpes. Cette marque fait partie des trois marques portées par la Chambre d'Agriculture des Hautes-Alpes : Bienvenue à la ferme et Marchés de producteurs de pays qui sont des marques nationales.

## 2) OBJECTIFS

- Ramener de la valeur ajoutée aux producteurs
- Mieux valoriser les produits
- Rendre visibles les produits
- Rendre accessible les marchés aux producteurs : marchés de producteurs, grandes et moyennes surfaces, restauration collective etc.

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Echelle d'action : départementale.

Ressources financières et humaines :

La marque mobilise 1 ETP, son budget provient des cotisations des adhérents (pour un agriculteur 95 euros, pour les entreprises agroalimentaires cela dépend de leur chiffre d'affaires), autofinancement Chambre d'Agriculture, Conseil Départemental (une partie des

financements attribués aux Circuits-Courts), Conseil Régional (Circuits-Courts, promotion), Ministère (Circuits-Courts)

#### Etapes d'attribution de la marque :

- Comité de gestion de la marque composé des élus de la Chambre d'Agriculture, personnes associées et invitation d'experts : discussions et évolution éventuelle des cahiers des charges

13 Cahiers des charges, 1 par type de produit : fruits, légumes, céréales, produits carnés, œufs, produits laitiers etc. Plusieurs cahiers des charges sont ensuite déclinés selon s'il s'applique à un producteur, un transformateur ou une coopérative.

- Visite d'agrément chez le futur marqué réalisé par la Chambre d'Agriculture, constitution du dossier
- Une fois la visite passée, le dossier passe en commission d'agrément (2 commissions d'agrément par an), composée d'un élu de la Chambre d'Agriculture, Conseil Départemental, Conseil Régional, association de consommateurs, Chambres consulaires (des métiers et commerce), selon le sujet : syndicat d'hôtellerie et/ou l'inspection académique
- Le marqué peut recevoir des contrôles aléatoires, réalisés par l'AFNOR

#### Evénementiel et communication :

Création et mise à jour d'un support de communication de la Chambre d'Agriculture « Saveurs de nos terroirs » qui regroupe tous les adhérents des marques Hautes-Alpes Naturellement, Bienvenue à la Ferme, Marchés des Producteurs de Pays et agriculteurs bio en vente directe.

Participation à des événements :

- Salon de l'agriculture
- Foire expo à Gap, tous les 3 ans
- Salon Slow food
- Salon de l'élevage
- Salon des professionnels : restaurateurs, GMS, cantines etc.
- ...

#### **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

La marque montre de bons résultats, le nombre d'adhérents augmente chaque année pour arriver à un nombre de 160 adhérents en 2018 (contre 36 adhérents en 2011 et 111 adhérents en 2013). Tous les 6 mois, 5 à 10 producteurs passent en commission d'agrément.

Au lancement de la marque, seulement des produits agricoles et agroalimentaires étaient ciblés, ensuite des restaurateurs ont été intégrés à la démarche puis des acteurs de la filière bois. Il n'est pas nécessaire de faire de démarchage (bouche à oreille et quelques opérations de communication), la Chambre d'Agriculture répond seulement à la demande.

Mise en réseau des agriculteurs mais pas seulement, avec les restaurateurs et les transformateurs également. Grâce à la marque, les restaurateurs ont réussi à développer la gamme locale.

#### **5) ORIGINALITE**

La démarche de la marque peut être intéressante dans le cadre d'un Projet Alimentaire Territorial car elle mobilise beaucoup d'acteurs différents à travers une approche transversale de l'alimentation. La marque reste ouverte car le parti pris n'est pas de marquer uniquement des produits agricoles.

## 6) PARTENARIAT(S)

- Agence de développement du Conseil Général
- Chambres consulaires (commerce et métiers essentiellement)
- Offices de tourisme
- Associations : les vitrines de Gap, associations festives, syndicats d'initiatives, Etablissement Français du sang
- Syndicat hôtellerie restauration
- Conseil régional (restauration scolaire)
- Médias
- Filière bois avec Fibois, association, opérateur de la filière bois
- Parcs naturels régionaux et nationaux
- Collectivités territoriales, Pays
- Services de l'Etat : Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations (DDCSPP) etc.
- Echanges Paysans 05

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

La marque nécessiterait plus de moyens. La communication pourrait être plus développée.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

La Chambre d'Agriculture saisit les opportunités d'événements et partenariats ponctuels pour faire la promotion/communication autour de la marque dans un échange de moyens gagnant-gagnant.

### Améliorations futures possibles :

Certains cahiers des charges sont à revoir pour les adapter à la réalité terrain qui a changé (réglementation et pratiques agricoles).

Projet de participer au MIN : la présence de produits marqués au Marché d'Intérêt National (MIN) de Marseille pourrait rendre plus visible la marque et les produits haut-alpins dans les Bouches du Rhône.

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- Ouverture de la marque à plusieurs acteurs de la chaîne agroalimentaire
- Les producteurs et opérateurs économiques sont attachés à leur territoire et fiers de leurs savoir-faire, et ont envie de le montrer à travers la marque Hautes-Alpes Naturellement

# L'abattoir des Hautes Vallées : un projet commun valorisant le travail des éleveurs et les circuits courts



**RESUME** : L'abattoir des Hautes Vallées est né d'un désir commun des éleveurs de maîtriser l'ensemble du cycle de vie de leurs animaux. C'est une structure à taille humaine qui réduit les coûts de transport pour les éleveurs et le stress pour les animaux. L'abattoir vise l'excellence sanitaire tout en assurant bien-être animal avant abattage et bien-être humain pendant le travail.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom</b> : PEYROT  <b>Prénom</b> : Bénédicte</p> <p><b>Fonction</b> : Présidente de la SCIC Abattoir des Hautes Vallées</p> <p><b>Adresse email</b> : abattoirdeshautesvallees@gmail.com</p>	<p><b>Date de démarrage</b> : 20 décembre 2017  <b>Lieu de réalisation</b> : Guillestre, département des Hautes-Alpes</p> <p><b>Budget</b> : Capital initial de 13300 euros  <b>Origine et spécificités du financement</b> : Prestations d'abattage des éleveurs, programme LEADER, actions des sociétaires</p>	<p><b>Nom</b> : Abattoir des Hautes Vallées  <b>Adresse postale</b> : Route des Campings, 05600 GUILLESTRE</p> <p><b>Site internet</b> : Projet de site Internet en cours</p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Suite à sa fermeture, un groupe d'éleveurs a repris l'abattoir de Guillestre en créant la Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) des Hautes Vallées.

La fermeture de l'abattoir de Guillestre signifiait aller abattre à Gap, ce qui augmentait considérablement les coûts de transport. Le maintien de cet abattoir de proximité était donc vital pour la pérennité de l'activité de certains éleveurs du nord du département des Hautes Alpes.

## 2) OBJECTIFS

- Faire de la SCIC des Hautes Vallées un projet de territoire, un outil pour le bien commun.
- Mobiliser les éleveurs du Guillestrois/Queyras, du Briançonnais, de l'Embrunais, du Pays des Ecrins et de l'Ubaye.
- Prôner des valeurs :
  - le bien être des éleveurs, des opérateurs sur la chaîne d'abattage, des animaux,
  - la qualité sanitaire et l'aspect visuel des carcasses
  - un travail rémunéré à un prix juste pour les éleveurs en tant que tâcherons
  - la coopérative
- Pérenniser l'activité des éleveurs en réduisant les coûts de transport notamment. Le fait de réduire le transport réduit également le stress des animaux.
- Appropriation de l'étape d'abattage par les éleveurs afin qu'ils soient en charge de l'ensemble du cycle de vie de l'animal

- Créer/renforcer des liens sociaux entre les éleveurs, entre les éleveurs et les consommateurs
- En termes quantitatifs, objectif de 120 – 150 tonnes / an

### 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Activités d'abattage : une dizaine d'éleveurs travaillent sur la chaîne d'abattage avec l'aide d'un boucher. Il y a un seul jour d'abattage par semaine (dans un souci de gain de temps pour les éleveurs et de réduction des frais) organisé en deux chaînes : une pour les ovins, caprins, porcins et l'autre pour les bovins, équins. Il y a également un jour de retrait des carcasses.

Activités de formation : à destination des éleveurs à propos des bonnes pratiques d'hygiène, des techniques de découpe...

Activités de promotion de l'abattoir : participation aux journées Made in Viande, Artgricoles, accueil de lycéens, portes ouvertes, promotion dans les campings.

### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- 107 tonnes pour la première année, équilibre financier
- 13 300 euros de capital au début de la SCIC, 27 150 euros au 30 mars 2018
- Mobilisation importante des éleveurs, 90 éleveurs aujourd'hui
- Tous les éleveurs formés aux techniques d'abattage et de découpe
- 103 sociétaires
- Le label bio est déjà acquis pour la chaîne ovins, caprins
- Le seul abattoir des Hautes Alpes classé A (pour la protection animale et l'état sanitaire)
- Renforcement des liens sociaux entre les éleveurs

Les éleveurs de l'abattoir du Vigan sont venus à Guillestre et se sont inspirés du projet des tâcherons de la SCIC des Hautes Vallées pour relancer leur abattoir avec une nouvelle conception de l'outil. L'abattoir du Vigan a rouvert en mai 2018.

### 5) ORIGINALITE

Le mode organisationnel de l'abattoir optimise les coûts pour les éleveurs et pour la SCIC et permet d'assurer un avenir pour la structure et les éleveurs. Les éleveurs sont payés à la tâche, ils ne sont pas salariés, ce qui permet une rémunération juste et une absence de charges supplémentaires pour l'abattoir. Contrairement à une Société d'Intérêt Collectif Agricole (SICA), une SCIC permet d'associer tout type d'acteurs : éleveurs, bouchers, consommateurs, collectivités, entreprises liées ou non au domaine de la viande. Les sociétaires participent ainsi de façon démocratique à un projet de territoire favorisant les circuits courts.

L'abattoir de Guillestre est reconnu pour son exemplarité : respect des normes d'hygiène, formation des éleveurs et viande de qualité, contribution à l'économie locale...

### 6) PARTENARIAT(S)

- Banque populaire, emprunt pour la nouvelle salle de découpe
- Programme LEADER, financement à 80% de la salle de découpe
- Fédération Nationale des Exploitants d'Abattoirs Prestataires de Service (FNEAP), cotisations
- Syndicat Mixte Intercantonal de l'Abattoir Guil-Durance (SMIAGD), location des locaux

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

Les contraintes réglementaires pour un abattoir sont très lourdes même s'il y a une adaptation progressive de la part de l'Etat concernant la réglementation des petits abattoirs.

Un des enjeux pour la SCIC a été de montrer qu'un autre type d'abattoir est possible : abattoir de proximité, faible cadence qui permet une meilleure qualité. Mobiliser tous les éleveurs s'avère parfois difficile car ils ne souhaitent pas tous faire abattre à Guillestre pour des raisons personnelles.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Il faut faire avec les contraintes réglementaires obligatoires, la SCIC se met donc à jour régulièrement de toutes les normes pour être irréprochable sur ce point. Une mise aux normes de certains appareils a été faite récemment. Un contrôle constant du préposé vétérinaire assure le respect des exigences sanitaires.

### Améliorations futures possibles :

- Développer/nouer des partenariats pour de nouveaux débouchés :
  - Projet avec la cuisine centrale de Briançon (Fondation Edith Seltzer).
  - Hôpital de Briançon
  - Collège de Guillestre
- Projet de création d'une plateforme Internet pour mettre en relation offre et demande en viande. Ce site servirait également à trouver de nouveaux débouchés, faire connaître l'abattoir, ses valeurs et de tout informatiser pour alléger le travail administratif.
- Un objectif à long terme pour améliorer la visibilité de l'abattoir est d'organiser une journée de visite tout public par an.

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

La réussite du projet collectif de l'abattoir repose sur la motivation des tâcherons, des éleveurs qui apportent leurs animaux et des consommateurs qui achètent leur viande.

Conseils utiles pour une éventuelle transposition du projet :

- Motiver les différents acteurs
- Obtenir le soutien des services de l'Etat
- Etre capable de défendre un autre modèle de production et de consommation à travers l'abattage de proximité (développer les bons arguments)
- Faire des visites de l'abattoir pour être le plus transparent possible et utiliser la pédagogie de l'exemple.

# La ville de Briançon : une politique alimentaire en faveur d'une restauration scolaire responsable et durable



**RESUME :** La ville de Briançon a mis en place depuis 2013 une mesure de politique visant l'approvisionnement des cantines scolaires en produits Bio et locaux.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> ALLAMANNO <b>Prénom :</b> Nathalie</p> <p><b>Fonction :</b> Responsable de la restauration collective</p> <p><b>Adresse email :</b> n.allamanno@mairie-briancon.fr</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 2013 <b>Lieu de réalisation :</b> Briançon</p>	<p><b>Nom :</b> Mairie de Briançon <b>Adresse postale :</b> Affaires scolaires 09 avenue René Froger 05100 Briançon</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="http://www.ville-briancon.fr/">http://www.ville-briancon.fr/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

En 2013, la ville de Briançon a souhaité introduire quelques produits bio dans ses cantines et a donc lancé un nouvel appel d'offre avec ces produits bio.

## 2) OBJECTIFS

- Proposer aux enfants des repas de qualité à la cantine : « faire aussi bien à la cantine qu'à la maison »
- Sensibiliser à l'alimentation locale et Bio, aux enjeux de l'alimentation
- Montrer qu'il est possible de construire un modèle de restauration collective responsable et durable, tout en n'augmentant pas les coûts
- Redonner du plaisir et sa vraie valeur au métier de cuisinier

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Cette politique a tout d'abord ciblé l'introduction de produits basiques de qualité dans les cantines comme les pommes, poires, pommes de terre, carottes, sucre, sel et huile de colza.

Il y a eu ensuite une phase d'accélération lors de l'introduction du yaourt fermier local puis en 2015-2016 l'approvisionnement en viande locale et bio avec la plateforme Echanges Paysans 05. La viande industrielle est souvent trop grasse et une grande partie part à la poubelle. Le fait de passer à une bonne viande un peu plus chère permet de réduire considérablement les déchets.

Préparation et distribution des repas :

Elaboration des menus en fonction de la saison en concertation avec l'équipe cuisine et le Codes05 (validation du plan alimentaire).

Préparation des menus dans une cuisine centrale puis distribution dans les cantines de 9 écoles primaires, maternelles et 2 centres aérés. Distribution également à domicile ou au foyer de vie pour des personnes âgées.



#### Actions dans les cantines :

- Menu sans viande tous les mardis depuis 2013-2014 où les protéines végétales sont mises en avant dans une démarche de réflexion sur l'équilibre alimentaire.
- Opération « un fruit à la garderie » subventionnée en partie par France Agrimer, une fois par semaine qui consiste à servir un fruit au goûter et d'en discuter avec les enfants. Dimension pédagogique avec l'utilisation d'ustensiles type presse agrume, pèle pomme etc.

#### Actions en dehors des cantines :

- Participation à la semaine du bio local
- Chaque année bilan de ce qui a été réalisé pendant l'année

#### Formations :

- Ateliers cuisine pour sensibiliser les adultes au « mieux manger »
- Formation des agents (personnes en cuisine et animateurs) sur les enjeux de l'alimentation, l'impact de l'alimentation sur l'environnement, les agriculteurs etc.

#### Ressources financières :

- Ville de Briançon pour les denrées, la rémunération du personnel et les formations
- France Agrimer, subventions pour « un fruit à la garderie »

#### **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

##### Quantité :

Production et livraison de 630 repas/jour.

Quantité de déchets représente entre 20 à 30 g de l'assiette, souvent 0.

##### Qualité :

Taux moyen national de Bio dans les cantines = 3,2 %

Briançon : En 2017, 66,8% des achats mensuels en Bio ; au total 77,6% des aliments sont Bio et locaux

##### Résultats financiers :

Cette année, augmentation des achats de produits BIO et économies réalisées par rapport à l'année passée.

Un repas revient à 2,24 euros / personne.

##### Label / Prix :

- Obtention du label Ecocert en cuisine, « 2 carottes » en 2017. Pour cela, audit Ecocert chaque année.
- Obtention du 1<sup>er</sup> prix des cantines rebelles en 2017, du réseau Un plus BIO qui possède un observatoire national de la restauration collective bio et durable <http://observatoire.unplusbio.org/>

##### Résultats sur les enfants et des agents :

- En 7 jours les enfants peuvent s'habituer à un nouveau produit proposé à la cantine, (exemple du passage du yaourt industriel au yaourt fermier)

Une fois habitués, les enfants apprécient les plats confectionnés sur place par l'équipe de cuisine et découvrent le vrai goût des produits frais de saison. Ils savent expliquer pourquoi il faut privilégier une alimentation bio. Ils sont très à l'aise avec des mots comme pesticides, frais, sans conservateur et gaspillage.

- La fréquentation des cantines de Briançon a augmenté de 40 % en 3 ans.

- Sur une 40aine de personnes qui travaillent à mettre en œuvre cette politique, la majorité est désormais convaincue de la démarche et de l'importance d'une alimentation saine et locale à la cantine.

#### 5) ORIGINALITE

La gestion de la cantine centrale de Briançon est le résultat d'une politique exemplaire : une alimentation de qualité servie à un prix raisonnable et avec une dimension pédagogique importante.

« La restauration scolaire est un bon levier pour introduire une politique du "mieux manger" et ainsi faire passer l'information aux enfants et parents. C'est difficile car nous sommes soumis à des marchés publics qui nous restreignent (par exemple "pas possible de mettre la mention local") » N. Allamanno.

#### 6) PARTENARIAT(S)

- Echanges Paysans 05, partenaire majeur qui permet d'avoir seulement 1 prestataire pour les produits BIO
- SCOP Gens des Hauts, parcours pédagogique dans Briançon sur la gestion des déchets
- CPIE Haute-Durance, actions d'éducation à l'alimentation : pendant 1 semaine le midi, mise en avant d'un produit bio et local du menu.
- Codes05, atelier cuisine avec une diététicienne du Codes
- Agence Bio

#### 7) RETOUR D'EXPERIENCE

##### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

- Motiver tout le monde autour d'un objectif commun, savoir expliquer le but recherché (passe par la formation, découverte). Le plus difficile étant de convaincre les agents d'entretien.
- Obtenir de la volaille en locale car absence d'offre sur le territoire.

##### Améliorations futures possibles :

La cantine de Briançon vise le niveau 3 du label Ecocert (actuellement niveau 2). Pour passer du niveau 2 au niveau 3 il faut notamment supprimer le plastique des équipements et faire différentes interventions auprès des enfants.

##### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

Les résultats très positifs de cette politique reposent sur un trio complémentaire formé par le chef cuisinier Kévin Rio, l'adjointe au maire de Briançon Fanny Bovetto et Nathalie Allamanno, technicienne responsable de la restauration scolaire. Ils partagent l'envie d'une cuisine nourricière, authentique et sans fioritures. Plutôt que d'ouvrir des boîtes de conserve, les cuisiniers prennent plaisir à préparer les plats et cela se ressent dans l'assiette.

La communication, la formation et information sont également fondamentales.

# La coopérative des artisans du Queyras : au service des artisans et producteurs du Queyras



**RESUME :** La coopérative des artisans du Queyras est un point de vente collectif à l'initiative d'un groupe d'artisans et de producteurs vivant dans le Queyras. Ce lieu de vente est un outil au service des acteurs du territoire et de promotion des circuits-courts auprès des touristes.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> PLAGNOL <b>Prénom :</b> Sandrine</p> <p><b>Fonction :</b> Directrice de la coopérative</p> <p><b>Adresse email :</b> direction.cooperative@gmail.com</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 1989 <b>Lieu de réalisation :</b> Queyras</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Pour le fonctionnement de la coopérative : cotisations des coopérateurs, commission de fonctionnement</p>	<p><b>Nom :</b> Coopérative des artisans du Queyras <b>Adresse postale :</b> 05350 Château-Ville-Vieille</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="http://www.artisanat-queyras.fr/boutique/">http://www.artisanat-queyras.fr/boutique/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Quelques artisans du Queyras firent le constat que leurs ateliers étaient loin des axes fréquentés et parfois, en hiver, difficiles d'accès. Ils eurent comme idée de faire un point de vente commun et ouvert à tous les artisans du Queyras faisant des produits de qualité. Les élus des huit villages, les représentants du département, de la Région jugèrent ce projet fédérateur et enclin à développer l'activité agricole et artisanale. En 1987, une association d'artisans de toutes disciplines et d'agriculteurs se constituait et deux ans plus tard en 1989, la Maison de l'artisanat ouvra ses portes.

## 2) OBJECTIFS

- Disposer d'un point de vente commun pour les artisans/producteurs du Queyras afin de promouvoir leurs produits et d'accroître leur capacité de vente
- Mettre en place les conditions pour que les artisans s'installent et restent sur le territoire grâce à leur activité
- Au niveau de la vente : être à l'écoute de la clientèle

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

### Vente de produits artisanaux et de bouche :

- Tartes, miels, croquettes de pays, nougats, fromages, terrines etc.
- Objets en bois tournés ou sculptés, jouets en bois, meubles, poteries, savons, parfums, bijoux, miroirs, lampes, sacs de lavande, couteaux, imagerie etc.

### Fonctionnement

La coopérative est ouverte 7 jours / 7 toute l'année.

La coopérative artisanale du Queyras est une Société Coopérative à capital variable, membre de la fédération des Coopératives. Elle est un dépôt vente considéré comme la continuité de l'atelier des coopérateurs, ce qui est intéressant pour la valorisation des circuits courts.

Chaque membre de la coopérative possède des parts sociales et une voix. Grâce à sa charte, chaque artisan adhérent, s'engage à ce qu'il n'y ait pas de différence de prix avec une vente en direct chez le producteur.

Les coopérateurs sont répartis en plusieurs commissions de travail :

- Finance
- Communication
- Innovation
- Aménagement
- Maintenance

Il y a un représentant pour chaque commission. Les 5 représentants, avec la co-gérance, vont constituer le comité d'agrément, qui se réunit environ 4 fois/an et examine notamment les entrées de nouveaux artisans. Une décision est prise lorsqu'il y a 2/3 des votants.

La coopérative a un système de gérance tournante ; tous les ans (une personne laisse sa place chaque année et est remplacée par un autre coopérateur). Il y a 3 co-gérants en tout.

Ressources humaines et financières :

5 salariées : 4 salariées permanentes à l'année et 1 saisonnière pour la vente.

Mode de fonctionnement participatif : renfort demandé aux artisans un jour par semaine pendant toutes les vacances scolaires afin d'animer le point de vente : démonstrations, dégustations, dédicaces, ateliers...

La coopérative prend une commission de fonctionnement de 25% sur les ventes HT plus un loyer de 60 € TTC/ mois. Les invités Tiers Non Associés, qui sont admis pour une saison ou deux, se voient appliquer une commission de 30% sur les ventes HT.

#### **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

Artisans et producteurs ciblés :

Les artisans et producteurs de la coopérative doivent être du Guillestrois Queyras mais il y a parfois des invités temporaires hors territoire (maximum 6-7 par saison).

La coopérative participe à faire vivre environ 45 familles du Queyras/ Guillestrois entre les artisans, le personnel direct de la coopérative et celui des ateliers.

Au lancement de la coopérative : une dizaine d'artisans et quelques producteurs.

Aujourd'hui une 30aine d'artisans permanents et quelques invités hors territoire. Il manque de la place aujourd'hui, la coopérative refuse des invités.

Résultats financiers :

En fin d'année, répartition des excédents ou des pertes au prorata du chiffre d'affaires du coopérateur. Une seule année déficitaire depuis la création de la coopérative.

En 2017, la vente des produits a représenté environ 1 million d'euros, vente record depuis la création de la coopérative.

Prix :

Obtention du Prix de la Vie Coopérative en 2013 à Nanterre par la Fédération Française des Coopératives et des Groupements d'Artisans.

#### **5) ORIGINALITE**

La coopérative artisanale du Queyras représente un acteur majeur des circuits courts dans le Queyras et le Guillestrois.

## 6) PARTENARIAT(S)

- Chambre des métiers
- Parc naturel régional du Queyras
- Communauté de communes du Guillestrois Queyras
- Office de tourisme

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés durant la mise en œuvre du programme :

Le défi permanent auquel doit faire face la coopérative est le maintien de l'artisanat dans les vallées du Queyras ainsi que le maintien de savoir-faire de qualité. Nombreux sont les artisans qui envisagent la retraite sans aucun repreneur et nombreux sont ceux qui se débattent au quotidien pour faire tourner leur entreprise, sans parfois dégager de salaire convenable. La coopérative ne veut surtout pas devenir un musée.

La coopérative s'interroge sur le moyen de sécuriser les artisans/producteurs qui sont dans la coopérative. La mise en concurrence au sein des coopérateurs est compliquée, lorsque plusieurs produits similaires sont mis en vente. Il faut trouver un compromis entre protectionnisme et concurrence.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

La coopérative des artisans du Queyras travail en collaboration avec la Chambre des métiers pour accompagner au mieux les artisans qui viennent s'installer sur le territoire. Dernièrement, la coopérative a revu sa stratégie de communication pour revendiquer « l'esprit Queyras », un territoire brut et extrême.

### Améliorations futures possibles :

La coopérative va lancer tout prochainement une démarche prospective, la démarche Queyras

Terre d'Artisanat, invitant l'ensemble des partenaires à imaginer le Queyras de demain attractif et innovant, par la mise en place d'actions concrètes et réalisables ; pépinières d'artisans, résidences d'artisans d'art, RV annuel de l'artisanat, coopération transfrontalière ...

L'ancienne gérance avait la volonté de faire rentrer des petits producteurs. En effet, le taux de marge de la coopérative est trop important pour les petits producteurs. La réflexion est toujours d'actualité.

Partenariat avec l'Office de Tourisme pour mieux connaître la clientèle de la coopérative.

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- Il n'y a pas de centre commercial dans le Queyras. Les touristes (mais aussi les locaux) apprécient le fait d'avoir un endroit pour acheter des produits locaux en souvenir avant de repartir.
- Vente de produits de qualité, attractifs.
- Ouverture toute l'année car les coopérateurs sont des gens qui vivent sur le territoire toute l'année.

# Gens des Hauts : l'autonomie dans l'interdépendance



**RESUME** : Gens des Hauts est une coopérative (SCOP) établie dans les Hautes-Alpes. Fondée par trois associés aux parcours et compétences variés, Gens des Hauts se donne comme horizon l'autonomie des personnes et des territoires. L'autonomie se construit dans l'interdépendance, avec d'autres donc, citoyens, associations, collectivités territoriales, entreprises... Pluriactive, elle œuvre dans des champs couvrant les toilettes sèches, le compostage, le travail du bois, l'autonomie alimentaire, la lecture et l'accompagnement de projets. Son leitmotiv : le nord des Hautes-Alpes, un territoire résilient, qu'on respecte et qui nourrit.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom</b> : Benoît PIRONNEAU, Benoît DUCOS et Sylvain MAISONNEUVE</p> <p><b>Adresse email</b> :  <a href="mailto:nouscompostons@gmail.com">nouscompostons@gmail.com</a>  <a href="mailto:benoit.ducos@gmail.com">benoit.ducos@gmail.com</a>  <a href="mailto:benoit.ddpt@yahoo.fr">benoit.ddpt@yahoo.fr</a></p>	<p><b>Date de démarrage</b> : 22 mai 2017  <b>Lieu de réalisation</b> : Nord des Hautes-Alpes</p> <p><b>Budget</b> : 120 000 €  <b>Origine et spécificités du financement</b> : Conventions de partenariats et prestations de service</p>	<p><b>Nom</b> : Gens des Hauts  <b>Adresse postale</b> : Le Plan de Phazy, 05600 Guillestre</p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Cette jeune SCOP a émergé des liens établis depuis 2011 entre les trois salariés actuels de la structure. Les trois collègues faisaient partie auparavant d'une même Coopérative d'Activité et d'Emploi. Ils partageaient le même objectif de promouvoir la coopération, dans le respect des personnes et dans le souci d'agir sur le territoire. De fil en aiguille, ils ont décidé de créer leur propre coopérative : Gens des Hauts.

## 2) OBJECTIFS

Gens des Hauts se donne comme horizon l'autonomie des personnes et des territoires. L'autonomie se construit dans une recherche permanente d'interdépendance. Gens des Hauts revendique son appartenance à l'économie sociale et solidaire et affirme que l'économie est un moyen mais pas une finalité. Le marchand, le non marchand et le non monétaire cohabitent en évitant que le marchand ne prenne le dessus sur les autres composantes.

Dans cette perspective, la SCOP travaille à partir de plusieurs entrées :

- Les toilettes sèches
- Le compostage
- Le travail du bois
- La lecture
- L'accompagnement de projets

Les objectifs spécifiques de la SCOP sont :

- Installer sur le territoire des toilettes sèches publiques valorisant les ressources locales et la créativité haut-alpine, en assurant la maîtrise du traitement des résidus par compostage localement
- Déployer la gestion de proximité des biodéchets : réduction du gaspillage alimentaire, compostage de proximité, collecte séparée et micro-plateformes de traitement
- Utiliser localement le compost (toilettes sèches et biodéchets) en lien avec le projet alimentaire territorial
- Promouvoir le *convivialisme*, c'est-à-dire la recherche d'un art de vivre ensemble qui valorise la relation et la coopération et qui permette de s'opposer sans se massacrer, en prenant soin des autres et de la Nature

### 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Echelle d'actions : Nord des Hautes Alpes

Ressources humaines : 3 salariés permanents, 2,5 ETP

Fonctionnement de la SCOP : Prééminence accordée aux personnes ; Gestion démocratique (une personne ; une voix) ; Modèle d'économie plurielle fondé sur la réciprocité sociale, l'autoproduction, l'échange marchand et la redistribution.

Actions :

- Installation de toilettes sèches, de sites de compostage (collectifs ou dans les établissements) et de plateformes de traitement
- Accompagnement technique auprès des particuliers et des établissements à la réduction du gaspillage alimentaire et à l'utilisation des sites de compostage et valorisation du compost
- Formation-action des référents de sites de compostage et des agents de collectivités
- Accompagnement des collectivités dans la mise en place d'un dispositif de gestion de proximité des biodéchets et d'un réseau de toilettes sèches publiques

Projets en cours :

- Participation au projet « Opération Grands Cols » dont le but est de valoriser les cols des Hautes-Alpes, portes d'entrées emblématiques du territoire. Dans le Guillestrois Queyras (Agnel, Izoard et Vars), installation de toilettes sèches et mise en place des synergies pour l'entretien sanitaire et le traitement/valorisation des résidus.
- Participation aux projets « Territoire Zéro Gaspillage Zéro Déchets » portés par les trois lauréats du nord des Hautes-Alpes : Communauté de Communes de Serre-Ponçon, SMITOMGA, Communauté de Communes du Briançonnais
- Mise en place d'un parcours pédagogique autour du dispositif de gestion locale des biodéchets sur la ville de Briançon

#### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- Installation et suivi d'une cinquantaine de sites de compostage : établissements, pied d'immeubles et quartiers
- Accompagnement au passage d'une logique de « sites de compostage » à une logique de dispositif territorial
- Installation de 13 cabines de toilettes sèches publiques et développement des partenariats pour un maillage territorial
- Mise à disposition de cabines mobiles ou d'une caravane de toilettes sèches sur plusieurs événements en lien avec des partenaires « amis » (Artgricoles notamment)
- Décloisonnement des compétences : les approches « toilettes sèches », « gestion locale des biodéchets » et « système alimentaire territorial » sont reliées et permettent des synergies inédites

Echelle d'action : La SCOP revendique un territoire de référence (le nord des Hautes-Alpes) avec lequel elle agit directement. Elle ne souhaite pas étendre son aire d'activités au-delà car il faut conserver une proximité physique. La SCOP s'inscrit néanmoins dans des réseaux (compostage, assainissement écologique, convivialisme) pour porter des actions collectives à des échelles géographiques plus larges. Gens des Haut est en outre engagé dans une action partenariale avec des bibliothèques communautaires du Pernambouc (Brésil).

#### Résultats économiques :

Jusqu'à présent, la SCOP parvient à atteindre ses objectifs proprement économiques : sécuriser les salaires (volontairement limités à 1500 euros par personne) ; accorder une place prépondérante aux échanges fondés sur la réciprocité.

La dimension économique de Gens des Hauts est assumée mais la finalité n'est pas la recherche du profit. Il s'agit au contraire de réduire au maximum la dépendance par rapport aux revenus monétaires.

En résumé, les salarié-associés regardent simultanément trois grands indicateurs : la sécurisation des salaires ; le sens des activités ; l'équilibre entre engagement professionnel et engagement personnel.

#### 5) ORIGINALITE

Les actions de la SCOP vont beaucoup plus loin que la simple installation de toilettes sèches ou de sites de compostage sur un territoire donné. La SCOP a une vision globale du fait que l'installation de ces équipements et du traitement des déchets peut s'inscrire dans un cycle vertueux porté par différents acteurs pour l'autonomie des personnes et des territoires. Le souhait de coopérer et de travailler en réseau pour conduire leurs actions est donc central. L'initiative vise à développer l'autonomie de chacun. L'idée défendue est que tout le monde sort renforcé de la coopération. Les salarié-associés se plaisent à citer cette phrase de Paulo Freire : « personne ne libère personne. Personne ne se libère seul. Les hommes et les femmes se libèrent en communion ».

#### 6) PARTENARIAT(S)

- Partenariats avec des collectivités territoriales : Département, Communautés de Communes, Communes, Parc Naturel Régional
- Partenariats avec des entreprises et associations : consommation en circuits courts, agriculteurs, entreprises de toilettes sèches...



- Inscription dans des réseaux : Réseau Compost Citoyen, Réseau de l'Assainissement écologique, Les Convivialistes
- Bibliothèques communautaires au Brésil, bibliothèque de rue à Nantes

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

L'imaginaire marchand est encore très largement hégémonique et pèse lourdement sur les pratiques.

Gens des Hauts travaille beaucoup avec les collectivités territoriales :

1°) le code des marchés publics ne facilite pas les approches partenariales public/privé où offres et demandes se construisent conjointement dans la durée ;

2°) le cloisonnement entre compétences ; entre services ; entre collectivités ne facilitent pas toujours les approches transversales ;

3°) les restrictions budgétaires réduisent l'ambition des programmes ou font qu'ils sont abandonnés en cours de route. Il n'est donc pas aisé de se projeter sereinement dans la durée ;

4°) Malgré la volonté affichée de rapprocher monde des élus, monde des entreprises et monde des citoyens, on reste parfois dans les beaux discours. La SCOP est considérée comme un simple prestataire de services et les négociations se font uniquement autour du prix sans véritable considération pour le contenu.

Gens des Hauts travaille ou côtoie également des acteurs « associatifs » ou de l'économie sociale et solidaire en lien avec ses activités :

1°) la SCOP a été confronté à des situations de pure instrumentalisation (pour ne pas dire manipulation) qui nuisent considérablement à la démarche d'ensemble. L'investissement pour essayer de rétablir les choses est considérable ;

2°) la SCOP doit aussi faire face à des situations de concurrence déloyale, entre acteurs de l'ESS.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Se serrer les coudes en interne et s'entourer d'un réseau « amis », personnes de confiance : discuter et échanger sur les situations rencontrées pour prendre du recul, relativiser et finalement prendre des décisions en cohérence avec les fondamentaux de la SCOP.

Les rapports de coopération sont toujours recherchés et privilégiés mais il faut aussi savoir changer de posture parfois et rentrer en « négociation ».

Conserver fermement la vision globale du puzzle - le nord des Hautes-Alpes, un territoire résilient qu'on respecte et qui nourrit – tout en adoptant une démarche très pragmatique valorisant l'existant, les possibles et les différentes pièces du puzzle prises indépendamment.

Rester convaincus qu'il y a toujours une alternative (contrairement au tristement célèbre TINA – there is no alternative) et que les contraintes nourrissent aussi la créativité.

### Améliorations futures possibles :

- Développer le réseau des « amis » de Gens des Hauts

- Poursuivre et approfondir sous forme d'une recherche-action la démarche engagée autour d'un territoire résilient qu'on respecte et qui nourrit

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- Travail en coopération encouragé par les conventions de partenariat
- Cadre de travail souple et réactivité possible de la SCOP dus à sa petite taille
- Pluriactivité assumée et recherchée : l'autonomie dans l'interdépendance
- La complémentarité des compétences de l'équipe : toilettes sèches, compostage, gestion d'équipe et vision stratégique

Idée de sujet(s) de recherche fondamentale ou appliquée, utile(s) pour le présent programme :

Intérêt en effet pour poursuivre et approfondir les actions engagées autour d'un « **territoire résilient qu'on respecte et qui nourrit** » sous forme d'une recherche-action (démarche caractéristique de l'économie sociale, dans laquelle Gens des Hauts serait partie prenante en tant qu'acteur-chercheur). Quelques suggestions à creuser :

**1°) Caractériser le territoire**

- Dans le cadre théorique du « développement territorial » défini par Pierre Campagne et Bernard Pecqueur dans *Le Développement Territorial. Une réponse émergente à la mondialisation*. ECLM 2014. On pose l'hypothèse que le nord des Hautes-Alpes n'est pas une zone rurale « favorable » au regard de la mondialisation (insertion dans le marché mondial) mais que pour autant cela reste la référence des décideurs locaux. Le territoire gagnerait beaucoup à s'affranchir de cette représentation.

- Réaliser une enquête des « terrains de vie » selon la proposition de Bruno Latour. « Où atterrir. Comment s'orienter en politique ». La Découverte 2017.

**2°) Appréhender le modèle économique d'ensemble**, dans une perspective d'économie circulaire, c'est-à-dire qui considère conjointement les dynamiques *marchandes*, *non-marchandes* et *non-monétaires* du processus dans sa globalité (cadre théorique de l'économie plurielle et du paradigme du don développé par le MAUSS – Mouvement Anti-Utilitariste en Sciences Sociales).

# Juste un Zeste : Une association favorisant les circuits courts en collaboration avec des producteurs siciliens

**RESUME** : L'association Juste Un Zeste participe aux réseaux d'économie solidaire en proposant des achats en circuits courts. Organisés par les adhérents, ces achats en circuits courts se font pour obtenir des prix justes, pas les plus bas. Solidarité, confiance et transparence entre les producteurs et les adhérents sont la base de ces échanges.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom</b> : VINCENT  <b>Prénom</b> : Emmanuelle  <b>Fonction</b>: Adhérente et membre de la commission diversification  <b>Adresse email</b>:  juste.un.zeste@gmail.com</p>	<p><b>Date de démarrage</b> : 2013  <b>Lieu de réalisation</b> : Guillestre  <b>Origine et spécificités du financement</b> :  Cotisations des adhérents, vente des produits</p>	<p><b>Nom</b> : Juste un Zeste  <b>Adresse postale</b> :  Esplanade des droits de l'Homme  05600 Guillestre  <b>Site internet</b> :  <a href="https://www.justeunzeste.fr/">https://www.justeunzeste.fr/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

La naissance de Court-Jus (<https://court-jus.jimdo.com/>) s'est imposée en 2011 suite à un rapprochement avec la coopérative sicilienne agricole des Galline Felici.

L'association Court-jus d'Embrun a vite pris de l'ampleur. Court-jus a alors entamé une stratégie de multiplication des structures dans le souci de sécuriser les producteurs qui ne dépendent pas de la pérennité d'une seule association. Juste un Zeste est alors créé en 2013 dans le sillage de l'association Court-Jus d'Embrun.

Court-Jus a décidé de se limiter à un territoire entre Chorges et Châteauroux les Alpes alors que Juste un Zest s'investit sur le Guillestrois-Queyras.

## 2) OBJECTIFS

Toutes les associations engendrées par Court-Jus dont Juste Un Zeste participent aux réseaux d'économie solidaire en proposant des achats en circuits courts organisés par les adhérents. Elles défendent un modèle économique respectueux de la terre et des hommes via les circuits-courts et une gestion collégiale favorisant la dimension humaine.

Les agrumes et autres produits des Galline Felici vendus aux adhérents ne sont pas présents sur les marchés locaux. Par contre, Juste un Zeste propose ponctuellement des produits locaux lors des distributions.

Les circuits courts permettent de résoudre les trois problèmes principaux de l'agriculture :

- Rémunérer à prix justes les agriculteurs
- Préserver l'environnement

- Entretien la confiance du consommateur

### 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

#### Activités de distribution, co production

- Le cœur de l'activité est la distribution des agrumes de Sicile pendant l'hiver de novembre à avril.
- Coproduction d'avocats financée par le collectif d'associations françaises.

Produits siciliens distribués : oranges, pamplemousses, clémentines, mandarines, citrons, avocats, fenouils, artichauts, amandes.

- Quand il y a une livraison d'agrumes, un producteur local est présent avec ses produits. Le reste de l'année, de mai à octobre, soutien ponctuel à des producteurs locaux en vendant leur surplus (produits maraîchers, viande, fromage, tisanes, vin...).

#### Gestion collégiale de l'association :

Un conseil d'administration collégial se réunit une fois par mois pour faire le point sur les actions et sur le travail des commissions. Le conseil s'occupe également de la commande des agrumes et fixe les prix. Les adhérents organisés en groupes autour d'une personne relai participent aux distributions.

Le grand volume des commandes permet de dégager des marges utilisées pour financer une salariée, le transport des produits, le hangar pour la distribution et divers projets.

Des groupes de travail ouverts à tous ont été créés pour les sujets qui nécessitent un travail conséquent : commission communication, commission diversification, commission coproduction.

#### Participations à des événements :

- Festival Artgricoles, participation chaque année, organisation d'un marché de producteurs en 2018
- Festival Alimenterre, co-organisation depuis 3 ans
- La Festa, chaque année rencontre entre les différentes associations françaises et les producteurs des Galline Felici

### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- On compte 8 associations dans la lignée de Court-Jus de Veynes à Briançon.
- Travail avec une 30aine de producteurs en Sicile regroupés en coopérative
- En 2018, les 8 associations touchent au total 2500 à 3000 foyers soit 10 000 personnes environ. Juste un Zeste distribue environ 40 tonnes agrumes/an.
- En 2017, Juste un Zeste regroupe 400 adhérents, regroupés en 45 groupes.
- Juste un Zeste fait des retours réguliers très positifs aux producteurs de Sicile. Echanges constants entre les producteurs siciliens et les associations françaises.

### 5) ORIGINALITE

Juste un Zeste regroupe un grand nombre d'adhérents pour échanger avec des siciliens et proposer leurs produits de qualité en circuits courts de façon collégiale, bénévole.

Le collectif « l'usine à Gas » regroupe une dizaine d'associations en France, distribuant les agrumes des Galline Felici et menant une réflexion approfondie sur le lien entre consommateur et producteur.

## 6) PARTENARIAT(S)

- Dons aux associations caritatives et de soutien aux migrants
- Participation au projet agroécologie paysanne dans les Hautes-Alpes de l'ADEAR (Court-Jus)
- Amap du Guillestrois
- Parc naturel régional du Queyras

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

Les bénévoles actifs investis dans l'association manquent de temps car ils sont investis dans d'autres associations en même temps.

La commission diversification peine à se développer pour deux raisons :

- Les critères de choix des producteurs locaux ne sont pas faciles à définir pour l'association, même si des critères de base ont été établis grâce à la commission diversification
- Intérêt moindre des adhérents pour les produits du territoire que pour les agrumes

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Pour résoudre le problème de sélection et d'écoulement des produits locaux, l'association essaye au maximum d'établir des relations de confiance entre adhérents et producteurs : mise en place par exemple de deux rencontres par an autour d'un marché de producteurs.

L'organisation des distributions est rigoureuse et efficace pour optimiser au maximum le temps des bénévoles. Les groupes d'adhérents se relaient pour les différentes activités de l'association.

### Améliorations futures possibles :

Juste un Zeste cherche à mutualiser un salarié pour les différentes associations afin de créer un poste à temps plein.

Juste un Zeste avec Court-Jus et les autres associations se lancent sur une réflexion plus générale avec en vue des projets plus vastes : relocalisation alimentaire, défense du foncier, souhait de réunion avec les élus, achats de parts dans l'abattoir local etc.

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

La réussite de Juste un Zeste tient à l'exigence au niveau de la qualité des produits, l'importance du rapport aux producteurs et à une organisation efficace. En même temps, les adhérents apprécient la souplesse de l'association qui a fait le choix de ne pas être une AMAP pour éviter la contractualisation.

# Le CoDES05 et ses ateliers de cuisine itinérants, une cuisine riche d'échanges et d'apprentissage



**RESUME** : Les ateliers de cuisine itinérants du CoDES05 permettent à la cuisine de venir à la rencontre des habitants des Hautes-Alpes. Plus qu'une simple présentation théorique sur le lien alimentation-santé, les ateliers font émerger les discussions sur la saisonnalité et localité des produits, les recettes traditionnelles, le budget alimentaire. Même si ces ateliers sont à vocation pédagogique, l'accent est mis sur la convivialité et l'échange autour d'un repas.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom</b> : VIGUIER GAZZANIGA <b>Prénom</b> : Emilie</p> <p><b>Fonction</b> : Diététicienne - Chargée de projets</p> <p><b>Adresse email</b> : emilie.gazzaniga@codes05.org</p>	<p><b>Date de démarrage</b> : 2017 <b>Lieu de réalisation</b> : Département des Hautes-Alpes</p> <p><b>Origine et spécificités du financement</b> : Subventions de l'ARS, conférence de financeurs, CARSAT ...</p>	<p><b>Nom</b> : CoDES05 <b>Adresse postale</b> : 6 impasse de Bonne - 05000 GAP</p> <p><b>Site internet</b> : <a href="http://www.codes05.org/">http://www.codes05.org/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Le Comité Départemental d'Education pour la Santé des Hautes-Alpes (CoDES05) est une association chargée de développer la promotion de la santé dans les Hautes-Alpes par la prévention, l'éducation à la santé, le conseil en méthodologie, la communication, la documentation et la formation aux professionnels de santé. Le CoDES05 participe également à la politique départementale de santé.

Le CoDES05 a été nommé coordinateur des projets nutrition par l'Agence Régionale de Santé (ARS) et a obtenu à ce titre des financements de l'ARS pour différentes actions dont les ateliers de cuisine itinérants. Le matériel de cuisine (casseroles, assiettes, blinder, plaques, four etc.) a été financé par la Caisse d'assurance retraite et de la santé au travail Sud-Est (CARSAT Sud-Est) dans le cadre d'une formation pour les professionnels travaillant auprès des seniors. Le projet, s'inspirant des ateliers de cuisine itinérants de la Banque nationale alimentaire, a pu alors démarrer en 2017. Il part d'un constat simple : le département des Hautes-Alpes comporte des zones isolées où il serait intéressant de faire le lien entre les personnes, la santé, les réflexions sur les aliments... grâce à la cuisine !

## 2) OBJECTIFS

- Elaborer un menu simple et reproductible, nécessitant des ustensiles de cuisine simples
- Toucher les territoires isolés et des structures qui n'ont pas forcément de cuisine
- Grâce aux ateliers en 2 temps : proposer un cadre théorique et une mise en pratique
- Faire échanger les participants autour des techniques de cuisine, des souvenirs culinaires, du choix des produits en fonction de leur saisonnalité, du local, des marchés à proximité, de la qualité nutritionnelle, du budget alimentaire
- Au travers des discussions entre participants, faire connaître les producteurs et produits locaux

### 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Ateliers cuisine, formations sur la nutrition à destination des personnels de santé, formations pour mener un atelier.

#### Déroulement des ateliers :

Les ateliers de cuisine nécessitent seulement un point d'eau et un branchement électrique. La diététicienne porteuse du projet fait les courses, donne des informations sur la qualité nutritionnelle mais surtout coordonne les différentes idées/propositions des participants et guide les échanges.

Public : séniors, personnes en situation de précarité, jeunes, familles.

6 personnes maximum par atelier.

Les ateliers se décomposent en deux parties, espacées d'une semaine, le temps de faire les courses :

- **1ère phase**, environ 2 heures : présentation, définir ce qu'est manger, à travers la programmation du menu parler de l'équilibre alimentaire, nutrition, tout en tenant compte des différentes propositions et envies des participants

Différentes techniques d'animation : brainstorming, technique du blason, de photo expression.

La notion du budget est également abordée, calcul de ce qu'il est possible d'acheter avec un budget précis pour des produits de qualité et sans gaspillage alimentaire.

- **2ème phase**, environ 4 heures : introduction sur l'hygiène alimentaire, les participants s'organisent en général en équipes de 2 et se répartissent le menu (entrée, plat, dessert).

L'atelier se termine par le partage du repas tous ensemble.

Le CoDES05 ne fait pas de communication particulière autour de ces ateliers, ce sont les structures accueillant les ateliers qui s'en chargent. Toutefois, des affiches de présentation des ateliers peuvent être réalisées à la demande des établissements.

#### Ressources financières :

Le CoDES 05 peut intégrer ces ateliers dans un de ces projets déjà financé par l'ARS, la conférence des financeurs, ou encore la CARSAT,... Si aucun financement n'est possible, un devis peut être mis à la disposition des structures.

Le coût des ateliers reflètent les frais kilométriques, le temps de préparation et les salaires, l'achat des denrées, éventuellement l'entretien du matériel.

### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- Une cinquantaine de personnes touchées lors des ateliers et formations confondues.
- Ateliers de cuisine à Gap, Embrun, Saint Bonnet, Guillestre, Saint-Etienne en Dévoluy, Buis.
- Le retour des participants en direct est très positif. Le but de la dernière phase de dégustation du repas est de faire un retour sur la présentation des plats, le goût et l'équilibre nutritionnel.
- Le prix d'un menu est fixé entre 30 et 50 euros selon les recettes et la disponibilité des produits.

### 5) ORIGINALITE

Quelques autres structures sur le département font ponctuellement des ateliers de cuisine en animation mais aucune ne le fait régulièrement comme le CoDES05.

Les ateliers de cuisine itinérants permettent de toucher des territoires isolés et de mener une réflexion globale sur les questions alimentaires qui met en avant la convivialité et le partage. La phase de mise en pratique permet de donner du sens à cette réflexion.

## 6) PARTENARIAT(S)

- Maisons des jeunes et de la culture
- Aide à domicile en milieu rural (ADMR)
- Association ALPAJE, formation pour mener des ateliers de cuisine à destination d'assistantes maternelles
- Communautés de communes
- Caisse centrale d'activités sociales
- Conseil départemental, financeur
- Agence Régionale de Santé, financeur
- Centres de protection maternelle et infantile
- Maisons départementales des solidarités

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

- La difficulté principale est d'intéresser les structures ou personnes, notamment le jeune public au concept.
- Chaque atelier de cuisine doit être adapté en fonction du territoire, des périodes de l'année et du public.
- En ce qui concerne le suivi des participants, le CoDES n'a pour l'instant pas les financements pour réaliser des évaluations sur le long terme afin de constater l'impact des ateliers sur la façon de manger des participants

### Améliorations futures possibles :

- Etendre les ateliers à tout le département en visant en priorité les territoires enclavés tels que le Queyras, le Buech, le Devoluy
- Cibles futures : le jeune public notamment les foyers de jeunes, personnes en situation de vulnérabilité sociale et handicap
- Formations auprès des structures pour qu'elles mènent des ateliers de cuisine
- Suivi des participants sur le long terme, une évaluation à 6 mois est envisageable

### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

Le côté pratique et mise en pratique est le facteur de réussite évident des ateliers de cuisine itinérants : logistique légère pour mener l'atelier et réalisation du repas par les participants.



# Midi Chaud : une association d'alimentation solidaire

**RESUME :** Créée en 1985, l'association briançonnaise Midi Chaud propose aux personnes en difficulté des repas chauds partagés et une épicerie de la solidarité.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> LAMBERT <b>Prénom :</b> Gérard</p> <p><b>Fonction :</b> Président de l'association</p> <p><b>Adresse email:</b> lambert.ghm@wanadoo.fr</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> 1985</p> <p><b>Lieu de réalisation :</b> Briançon</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Cotisations des adhérents, subventions de l'Etat</p>	<p><b>Nom :</b> Association Midi Chaud <b>Adresse postale :</b> Repas : 10 rue Bermond Gonnet Epicerie : HLM Les Toulouzannes Bâtiment C2</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="http://www.ville-briancon.fr/midi_chaud.html">http://www.ville-briancon.fr/midi_chaud.html</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Le curé de Briançon a commencé à recueillir des personnes sans domicile fixe. Par la suite, un foyer d'urgence a été ouvert par la mairie qui permet d'accueillir des personnes en difficulté pour la nuit. Ces personnes devaient quitter le foyer pour la journée et se retrouvaient sans nulle part où aller. L'association Midi Chaud a alors été créée en 1985 pour proposer un moment de partage lors du repas du midi.

## 2) OBJECTIFS

- Servir des repas familiaux dans une ambiance conviviale de partage
- Proposer des produits à moitié prix à l'épicerie solidaire pour mettre aux familles identifiées comme étant en situation de précarité par les services sociaux, de faire leurs courses à moindre coût

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Ressources humaines : 40 à 50 bénévoles répartis en deux équipes selon les 2 actions principales de l'association.

L'association mène deux types d'actions principales :

- Préparation et distribution du repas du midi avec entrée plat dessert, tous les jours sauf le dimanche de novembre à avril (dans un local prêté par la mairie) □ 30aine de bénévoles réguliers, 3 bénévoles/repas
- Vente de produits à l'épicerie solidaire toute l'année les lundis après-midi (au rez-de-chaussée d'un HLM de Briançon) □ 10aine de bénévoles

Achats à Leclerc les lundis matin et revente de chaque produit à moitié prix. Produits alimentaires essentiellement (dont fruits et légumes, produits laitiers, produits surgelés), produits d'hygiène de première nécessité et quelques produits d'entretien.

Ressources financières :

- Subventions de la mairie
- Département

- Dons des institutionnels, d'autres associations (Rotary club etc.) et dons particuliers
- Cotisations des bénévoles
- 1 euro des repas du midi

C'est l'épicerie qui coûte le plus à l'association car les produits sont revendus à moitié prix. Achats chaque semaine de 200 à 300 euros au supermarché. L'association arrive à compenser cette perte grâce aux dons et subventions.

Concernant les repas, l'association arrive **pratiquement** à équilibrer financièrement grâce à la participation de 1 euro et aux dons lors des journées caddie.

#### Actions ponctuelles :

- Préparation de repas spéciaux pour Noël et certains jours fériés.
- Organisation une fois par an d'une journée caddie dans quatre supermarchés de Briançon. Les dons alimentaires permettent non seulement de faire les repas mais également de toucher le grand public grâce à la présence de la presse.
- Participation une fois par an à la journée des associations en septembre. C'est l'occasion surtout de rencontrer de futurs bénévoles.
- Concertation avec les autres associations humanitaires afin d'être attentifs aux besoins de la population briançonnaise.

Fonctionnement interne: assez souple pour ne pas décourager les bénévoles.

En hiver une réunion 1 fois / mois pour faire le planning des repas. Organisation d'une soirée festive entre bénévoles pour partager un moment convivial.

#### **4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE**

Les personnes touchées par l'association sont des sans-abris, des personnes venant du foyer d'urgence, des personnes voulant rompre la solitude

Epicerie : Une 30 aine de familles (sur introduction des services sociaux) viennent faire leurs courses à l'épicerie.

Repas : Pendant la période hivernale, 1100 à 1200 repas sont servis à raison de 125 jours d'ouverture et de 10 à 12 personnes par repas. Il n'y a pas de gaspillage alimentaire, les bénévoles donnent les restes dans des barquettes.

Ces dernières années, l'association a atteint l'équilibre financier et cette année elle dégagera sûrement une petite marge qui permettra de renouveler du matériel de cuisine.

#### **5) ORIGINALITE**

L'association Midi Chaud se différencie des autres associations d'aide alimentaire qui récoltent la nourriture et la redistribuent car l'épicerie offre la possibilité de faire ses courses à moindre coût. C'est une forme d'aide alimentaire qui responsabilise les gens et ne touche pas les mêmes personnes que les autres associations.

#### **6) PARTENARIAT(S)**

- Secours populaire
- Restau du cœur
- Secours catholique
- Croix Rouge
- Services sociaux
- Ville de Briançon

#### **7) RETOUR D'EXPERIENCE**

##### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

Les repas sont préparés dans un respect de règles d'hygiène de base, mais les bénévoles ne peuvent adopter les normes strictes de la réglementation de collectivité. Cela serait trop

coûteux, trop lourd en fonctionnement et nuit à cette ambiance conviviale qui permet des échanges qui sont attendus par notre public.

L'association est loin de la banque alimentaire la plus proche (Oraison) et ne possède pas de véhicule. Ils ne peuvent donc pas s'approvisionner à la banque alimentaire comme beaucoup d'épiceries solidaires le font.

#### Améliorations futures possibles :

L'association réfléchit au « mieux manger », aux produits de qualité (bio) pour les repas et l'épicerie mais les produits locaux sont des produits chers et l'association ne peut pas exiger certains types de produits de qualité pour les dons.

Le public que touche l'association ne veut pas forcément faire la cuisine, il se tourne facilement vers les boîtes de conserve. Sur ce point, les bénévoles trouvent que c'est important de montrer que les repas ont été préparés et de façon équilibrée.

#### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

Aide majeure : mise à disposition gratuite des locaux pour faire les repas et pour héberger l'épicerie solidaire

Fort investissement des bénévoles, certains sont là depuis la création de l'association il y a 35 ans

# L'espace-test agricole du Buëch-Baronnies, un dispositif multi-partenarial pour la création d'activité agricole



**RESUME** (50 mots maximum, faire apparaître nom de la structure et de l'action) :

L'Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural des Hautes-Alpes anime depuis 2017 un espace-test agricole dans le sud du département. Les porteurs de projets agricoles peuvent ainsi tester, valider et créer leur activité agricole dans un cadre sécurisé, en grandeur réelle.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom</b> : PICARD  <b>Prénom</b> : Vanessa  <b>Fonction</b> : Animatrice  <b>Adresse email</b> :  aDear05@orange.fr</p>	<p><b>Date de démarrage</b> : mai 2017  <b>Lieu de réalisation</b> : Territoire du Buëch-Baronnies  <b>Origine et spécificités du financement</b> : LEADER Sisteronnais-Büech</p>	<p><b>Nom</b> : ADEAR05  <b>Adresse postale</b> : 8 Ter rue Capitaine de Bresson 05000 Gap  <b>Site internet</b> :  <a href="http://www.agriculturepaysanne.org/aDear-des-hautes-alpes">http://www.agriculturepaysanne.org/aDear-des-hautes-alpes</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

L'envie de l'ADEAR05 d'animer un espace-test est partie du constat que des porteurs de projet agricoles souhaitaient s'installer mais dans un cadre sécurisé. La coopérative MOSAGRI, qui mène entre 20 et 30 projets agricoles, a sollicité l'Adear car la coopérative était elle-même sollicitée sur le département et elle souhaitait travailler en partenariat afin de proposer un dispositif d'espace-test (<https://reneta.fr/Mosagri>). Mosagri est un établissement secondaire Mutualité sociale agricole (MSA) de la Coopérative d'Activités et d'EntrepreneurEs Mosaique. C'est avant tout une structure support à la création d'activités agricoles avec test et poursuite d'activité sous statut salarié.

L'ADEAR a alors déposé une demande de financements LEADER du Sisteronnais-Buëch et le projet a pu démarrer en mai 2017.

## 2) OBJECTIFS

- Permettre à des porteurs de projets agricoles de tester, valider et créer leur activité agricole dans un cadre sécurisé, en grandeur réelle
- En termes quantitatifs : 4 porteurs de projet/an

## 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

Public ciblé : - **Différents types de porteurs de projets** : demandeurs d'emploi, bénéficiaires des minima sociaux, salariés en reconversion, en formation ou en congé parental. Action

visant prioritairement les candidats à l'installation « hors cadre familial » même si le dispositif d'accompagnement ne souhaite exclure aucun porteur de projet.

- **Paysans** pour accueillir une personne en test
- **Collectivité/propriétaire privé** souhaitant favoriser l'installation de nouveaux agriculteurs, la transmission des exploitations agricoles

Le dispositif se décline en 3 fonctions :

- **Fonction couveuse** : cadre légal d'exercice du test d'activités permettant l'autonomie de la personne

Avec une coopérative d'activité : MOSAGRI sous contrat CAPE (Contrat d'appui au projet d'entreprise) ou entrepreneur-salarié, hébergement fiscal, juridique et social (MSA) pour produire et vendre. Participation de 12,5% de la marge brute HT.

- **Fonction accompagnement** : dispositif d'accompagnement et de suivi, multiforme, adaptés aux besoins de la personne

Information sur le parcours de création d'activité agricole avec le Point accueil installation

Accompagnement technique pour les projets en maraîchage en AB réalisé par Agribio05

Accompagnement à la gestion/compta par la coopérative d'activité

Accompagnement de l'ADEAR :

- Mise en réseau avec des paysans « tuteurs »
- Accompagnement et suivi du projet
- Appui à la recherche de foncier (pistes de terres disponibles, modèles de baux...)
- Animation de groupes locaux d'appui (constitués des porteurs de projet en test et des personnes ressource selon les problèmes rencontrés)
- **Fonction pépinière** : de moyens de production (foncier, matériel, bâtiments...)

Différents types de lieux de test : sur une ferme existante, chez soi

Différents moyens d'accès au matériel : auto-construction, mise à disposition, régit par convention

Déroulement du test :

Le porteur de projet, via le contrat CAPE a la possibilité de se tester pendant 3 ans au total (contrat d'un an renouvelable 2 fois). Il garde son statut initial (et continue donc à percevoir ses allocations s'il en percevait). Il peut utiliser le SIRET de la coopérative pour son activité mais il achète et vend pour son entreprise. Le porteur de projet et la coopérative sont déclarés à la MSA. Au bout de 3 ans, le porteur de projet peut arrêter ou devenir salarié de sa propre activité.

Ressources financières : Financements à 90% LEADER à hauteur d'environ 20 000euros/an pour une durée de 2 ans + 10% d'autofinancement.

#### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

6 porteurs de projets sont actuellement en test et possèdent des contrats CAPE, plusieurs sont également intéressés pour se lancer dans l'aventure.

Les personnes en test sont 2 couples (1 en reconversion maraîchage et l'autre profil DJA) et 2 jeunes (qui veulent démarrer une activité sans les aides de l'Etat). Ce sont presque toutes des exploitations maraîchères.

Les 6 personnes ne dégagent pas encore de revenu suffisant pour devenir salarié de leur propre activité mais la majorité souhaite s'installer définitivement.

#### 5) ORIGINALITE

Le contrat CAPE est avantageux pour les couples car les deux personnes peuvent se déclarer à la MSA. Le statut de cotisant solidaire par exemple autorise de salarier quelqu'un mais ne permet pas d'avoir un conjoint collaborateur, ce qui est possible avec un contrat CAPE.

Contrairement à l'espace-test « fixe » qui nécessite un investissement de départ conséquent et qui ne permet pas à l'agriculteur de se projeter sur le long terme, l'espace-test « en archipel » (comme celui de l'ADEAR) est plus facile à mettre en place car la personne vient avec du foncier mais surtout l'agriculteur a la possibilité de s'installer définitivement sur son espace-test.

#### 6) PARTENARIAT(S)

- MOSAGRI (prestataire)
- Région PACA
- Pays Sisteronnais-Buëch
- Agribio05 (partenariat opérationnel et financier)
- Point accueil installation (partenariat opérationnel et financier)
- PNR Baronnies
- SAFER
- Elus
- Conseiller départemental

#### 7) RETOUR D'EXPERIENCE

##### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

L'inconvénient d'un espace-test agricole « en archipel » est que le porteur d'initiative doit trouver du foncier : soit en location, soit mis à disposition gratuitement, soit en achetant les terres. Parfois, lorsqu'il n'y a pas de terres disponibles, l'ADEAR n'a pas les moyens de résoudre le problème.

##### Améliorations futures possibles :

L'ADEAR souhaiterait étendre le dispositif à d'autres territoires des Hautes-Alpes mais la question se pose : avec quel financement ?

##### Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

L'esprit « coopérative » est un facteur de réussite important de l'espace-test. Elle dispose d'un système d'entraide : tous les vendredis, les porteurs de projets se rendent sur la ferme des

autres. C'est une manière de contrer l'agriculture individualiste. La coopérative gère également les démarches administratives et la comptabilité, ce qui permet à la personne en test de se concentrer entièrement sur la production.

# Le Potazer du Villard, un système de production alternatif pour la conservation de la biodiversité



Le Potazer du Villard est une petite ferme en permaculture où vivent des personnes mais également des oies, des poules, des chevaux et des chiens. Plus de 150 variétés potagères, aromatiques et médicinales sont cultivées, toutes issues de semences paysannes. Les échanges humains et de semences sont au cœur de ce lieu de vie collective, où chacun tente de vivre en harmonie avec la nature.

Porteur initiative	Initiative	Organisme
<p><b>Nom :</b> Collectif du « VILLARD », association en cours de création</p> <p><b>Adresse email :</b> pactoteam@me.com</p>	<p><b>Date de démarrage :</b> En juin 2012</p> <p><b>Lieu de réalisation :</b> Guillestre</p> <p><b>Budget :</b> Pas de budget, beaucoup de récupération et d'entraide. L'envie est de tendre vers une autonomie sur un territoire</p> <p><b>Origine et spécificités du financement :</b> Vente des produits et des prestations de la ferme, location</p>	<p><b>Nom :</b> Le Potazer du Villard</p> <p><b>Adresse postale :</b> Le Villard – route des campings 05600 Guillestre</p> <p><b>Site internet :</b> <a href="http://www.lepotazerduvillard.org/">http://www.lepotazerduvillard.org/</a></p>

## 1) ORIGINES ET CONTEXTE

Le Potazer du Villard est né du constat qui met en évidence la nécessité de tendre vers une autonomie alimentaire et énergétique, afin réduire notre empreinte environnementale en favorisant l'échange local face à l'épuisement grandissant des ressources. Le Potazer du Villard est une petite ferme en permaculture où vivent des personnes mais également des oies, des poules, des chevaux et des chiens.

Plus de 150 variétés potagères, aromatiques et médicinales sont cultivées, toutes issues de semences paysannes, y sont aussi plantés de nombreux arbres fruitiers d'essences locales.

## 2) OBJECTIFS

- Conserver, multiplier et échanger des semences paysannes
- Augmenter la diversité alimentaire tout en cultivant des variétés adaptées à notre territoire
- Tendre vers l'autonomie énergétique
- Conservation de fruitiers d'essences locales
- Maintenir la diversité et la qualité des milieux naturels et des paysages en s'intégrant au mieux à l'environnement



- Favoriser une agriculture locale et responsable
- Favoriser le lien social et intergénérationnel
- Partager les patrimoines culturels et les savoir-faire
- L'humain fait partie de la diversité, il est donc indispensable de le considérer dans l'environnement

### 3) ACTIONS MISES EN ŒUVRE

#### Ressources humaines :

6 personnes participent à la vie du lieu durant l'année (maraîchage, brasserie, bricolage, chevaux) et 3 personnes en moyenne viennent profiter du lieu par du Woofing, des stages.

#### Semences et production :

- Création de la Maison des Semences Paysannes des Hautes-Alpes « Graine des montagnes »
- Utilisation de la traction animale
- En plus des légumes et des fruits, production de bière : « bière du Wagon »
- Pendant l'hiver, récolte en Grèce d'olives Thoumba et transformation en huile d'olive

#### Vente :

Vente directe des semences, légumes, fruits, huile d'olive, bières pour particuliers et restaurateurs

#### Recherche participative :

« Groupe tomate » avec le CIRAD (Centre de coopération international en recherche agronomique pour le développement), l'Institut national de la recherche agronomique (INRA). Avec le Groupement de Recherche en Agriculture Biologiques (GRAB) pour les cucurbitacées. Evaluation de l'impact de l'environnement sur différentes souches et modélisation de la circulation des semences.

Remise en culture de variétés locales issues du CBNA (Conservatoire Botanique National Alpin).

#### Activités touristiques :

Promenade en calèche l'été et en traîneau l'hiver avec les chevaux.

### 4) RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE

- La ferme accueille chaque année des stagiaires et des wwoofers de différentes nationalités pour partager son système de production et son mode de vie
- Autonomie alimentaire locale (viande, céréales...) et travail en cours sur l'autonomie énergétique
- Modèle d'économie circulaire (utilisation du bois raméal fragmenté venant du camping, fumier des chevaux, utilisation des déchets organiques...)
- Ferme sous mention "Nature et Progrès"

- Membre du Réseau Semences Paysannes
- Lauréat trophée des Réserves de Biosphère 2017
- Membre du réseau PACA : EDULIS (Ensemble Diffusons et Utilisons Librement les Semences)

## 5) ORIGINALITE

La ferme de montagne « typique » est une ferme d'élevage bovin ou ovin transhumant sur de grandes surfaces. Le Potazer du Villard fait partie des fermes plus petites avec des productions diversifiées. Les activités du Potazer permettent ainsi de faire connaître ces petites structures, moins visibles dans le paysage et dont l'économie ne repose pas que sur une activité.

La ferme possède un système de production dont la réussite ne se mesure pas qu'en indicateurs comptables, mais aussi et surtout en qualité de vie. Malgré une certaine indépendance de fonctionnement face aux services publics, la ferme participe complètement à l'économie locale en pratiquant la vente directe et en accueillant stagiaires et woofers. En étant membre actifs au Réseau des Semences Paysannes le Potazer participe à la mise en réseau national des semences paysannes.

## 6) PARTENARIAT(S)

- Réseau EDULIS (Ensemble Diversifions et Utilisons Librement les Semences), issu du programme ALCOTRA dont les Italiens du Piémont font partie et avec qui le Potazer échange des semences.
- Réseau Wwoofing
- Réseau Semences Paysannes
- Membre du MAB ( Men's And Biosphère de l'UNESCO)

## 7) RETOUR D'EXPERIENCE

### Difficultés et/ou obstacles rencontrés :

Les freins au développement des activités du Potazer sont essentiellement des contraintes légales. De nombreuses lois ne sont pas adaptées aux petites fermes en polyculture, mais celle-ci évolues.

### Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Le Potazer du Villard a répondu à un questionnaire de la Confédération Paysanne qui travaille sur la création d'un statut à part entière pour les petites fermes de montagne.

Pour être indépendant, le Potazer du Villard n'est pas rentré dans le système des aides agricoles.

### Améliorations futures possibles :

- Lieu de stockage pour les légumes cueillis
- Lieu de vente directe et recherche de nouveaux débouchés pour la production : cantines, vente sous forme de paniers...

- Amélioration du système d'arrosage pour faire des économies d'eau
- Installation d'un méthaniseur pour valoriser les déchets organiques issus de la ferme afin d'obtenir du gaz et un engrais de première qualité.
- Mise en place d'une phyto-épuration

**Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme:**

- Laisser faire au maximum la nature
- Ne pas tomber dans la dépendance aux aides
- Laisser de l'espace libre, vierge dans la ferme afin de laisser des espaces sauvages
- Prendre le temps, un projet de vie ne se fait pas du jour au lendemain
- Faire un choix de productions adaptées au territoire

**Idée de sujet(s) de recherche fondamentale ou appliquée, utile(s) pour le présent programme :**

Modélisation de la circulation des semences paysannes face à la circulation des semences industrielles afin de mettre en évidence la diversité génétique que favorisent et engendrent les praticiens des semences paysannes.

Autre sujet de recherche, mise en évidence de l'influence de l'environnement sur différentes souches d'une même variété. Ceci permet d'étudier l'adaptation d'une variété à son environnement.