



Compte rendu de la réunion territoriale du 15 avril 2023 à Mende

Les propos retranscrits ici reflètent l'opinion des personnes qui sont exprimées en réunion et non l'opinion du Département ou des faits vérifiés.

Compte rendu réalisé par le cabinet Néoz.

AXE 2 – DEVELOPPER L'ACCESSIBILITE FINANCIERE DE L'OFFRE

Réactions préalables sur la thématique identifiée

La thématique « solidarité alimentaire » vous semble-t-elle pertinente vis-à-vis du développement de l'accessibilité financière de l'offre ?

- Oui car les chiffres sur la précarité alimentaire sont réels, il faut les prendre en compte
- C'est important car ce sont les personnes qui ont les revenus les plus faibles qui consomment les produits ultra-transformés, mauvais pour la santé
- Il faut trouver un équilibre sur le juste prix des produits, à la fois qui rémunère le producteur mais aussi qui soit accessible pour le consommateur, et les personnes en situation de précarité
- La solidarité alimentaire est directement liée à la sensibilisation du consommateur : il faut sensibiliser sur les choix de consommation et sur les objectifs de projets tels que la Sécurité Sociale Alimentaire.

AXE 4 – DEVELOPPER LA DEMANDE

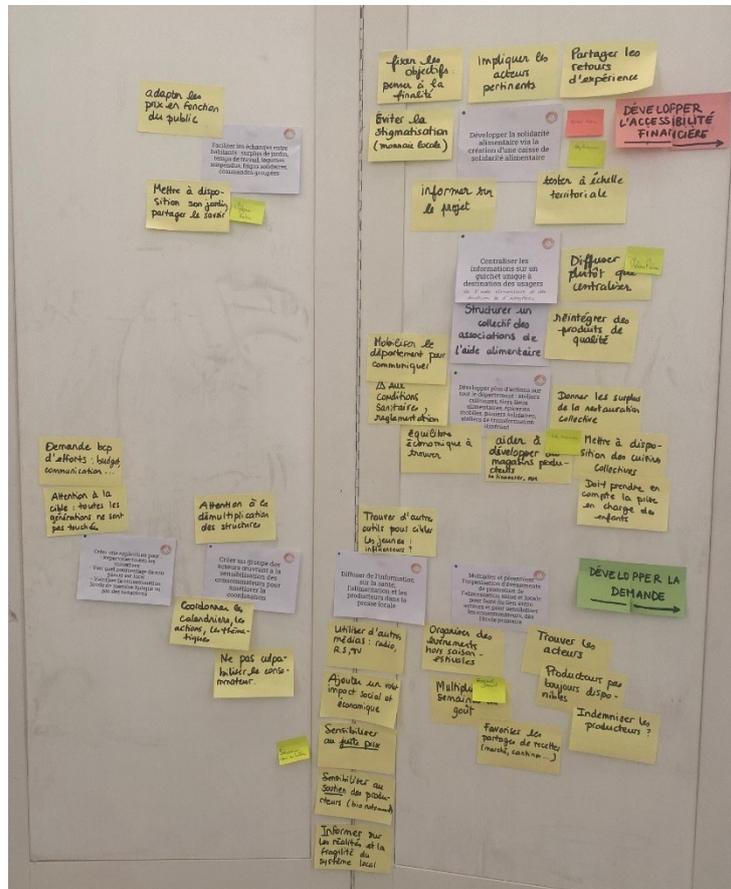
Réactions préalables sur la thématique identifiée

La thématique « sensibiliser le consommateur à l'impact de ses pratiques alimentaires sur sa santé et à la consommation de produits locaux » vous semble-t-elle pertinente vis-à-vis du développement de la demande ?

- Oui car il faut remettre l'alimentation au premier plan, notamment sur le plan budgétaire
- Oui car il y a aujourd'hui un manque d'éducation, d'information autour des produits de saison
- Oui car il y a un manque de transparence sur les produits dans les rayons (score/coût environnemental, saisonnalité, mode d'élevage...)
- La sensibilisation doit se faire autant dans les écoles que dans les ménages : il faut toucher tout le monde, pas que les enfants, même s'ils sont à cibler en priorité
- Il ne faut pas sensibiliser uniquement le consommateur mais aussi :
 - o Le producteur
 - o Les structures de restauration collective : l'approvisionnement local peut se faire via des commandes groupées pour réduire le coût denrées
- Il ne faut pas s'arrêter à la sensibilisation à la consommation de produits frais et



locaux mais aussi à la cuisine de ces produits et à leur conservation.



Thématique : Solidarité alimentaire

Les actions identifiées lors des réunions thématiques ont été placées sur un axe de priorité vis-à-vis de la solidarité alimentaire. Plus elles sont situées à droite, plus elles ont été jugées prioritaires par le groupe, et inversement.

- **Action : Développer la solidarité alimentaire via la création d'une caisse de solidarité alimentaire**
- Pourquoi c'est très pertinent vis-à-vis de la solidarité alimentaire ? C'est un élément structurant du système alimentaire. Les objectifs sont à long terme. La mise en place des autres actions permettra son développement.

Conditions :

- La première étape est d'informer sur ce projet, encore peu connu
- Il faut fixer clairement les objectifs finaux du projet dès le début pour savoir où on veut aller, pouvoir mesurer ces objectifs
- Il faut impliquer les acteurs concernés et pertinents pour ne pas les court-circuiter ? Ce sont des personnes clés car conscientes des limites du modèle actuel
- Utiliser les partages d'expériences sur des projets similaires pour s'en inspirer
- Faire des tests à échelle territoriale
- Les modalités de financements sont à réfléchir



- Il faut éviter la stigmatisation des personnes en situation de précarité, par exemple via l'utilisation d'une monnaie locale : personne ne sait comment cette monnaie a été obtenue et elle orienterait les achats vers des produits locaux via le conventionnement.

Contributeurs : Mathieu Magne, Betty Biedermann

- **Action : Développer plus d'actions sur tout le département**

- Pourquoi c'est très pertinent vis-à-vis de la solidarité alimentaire ?

Cela permet de limiter le fait que le chèque alimentaire soit dépensé dans des plats transformés. Cuisiner chez soi devient cher (gaz, électricité). Cuisiner seul n'est pas motivant.

Conditions :

- Mobiliser le département pour communiquer sur ces événements
- Attention aux conditions sanitaires et à la réglementation qui peuvent être limitantes dans ces projets
- Il faut trouver un équilibre économique à l'organisation de ces événements : souvent peu/pas rentable car il faut les rendre accessibles
- Aider à développer des magasins de producteurs : financièrement (responsabilité des collectivités) ou avec des moyens humains (responsabilité citoyenne : bénévolat)
- La mise à disposition de cuisines collectives apparaît comme très pertinente pour permettre à ceux qui n'ont pas de matériel de pouvoir cuisiner, de partager du savoir et de créer du lien social.
- Ces ateliers doivent prendre en compte la prise en charge des enfants qui peut être un frein à la participation pour les familles monoparentales notamment. Cette prise en charge peut passer par l'intégration des enfants à ces ateliers ou bien d'un espace de garderie
- Le don de surplus de la restauration collective semble être une action à mener, en se renseignant sur la réglementation

Contributeurs : Betty Biedermann

- **Action : Centraliser les informations sur un guichet unique à destination des usagers et des structures de l'aide alimentaire**

- **Action : Structurer un collectif des associations de l'aide alimentaire**

- Pourquoi c'est très pertinent vis-à-vis de la solidarité alimentaire ?

La coordination et coopération des structures est importante. C'est une étape préalable à la caisse de solidarité alimentaire, qui est l'objectif sur le plus long terme.

Conditions :

- L'objectif est d'arriver à diffuser l'information dans un premier temps plutôt que de la centraliser
- Il faut réintégrer de produits de qualité dans les centres d'aide alimentaire
- L'idée n'est pas de maintenir le système tel qu'il est. Il faut développer l'autonomie des utilisateurs, réduire la demande tout en s'appuyant sur ces structures pour structurer une filière locale qui rejoint la caisse de solidarité

Contributeurs : Valérie Fabre



Action : Faciliter les échanges entre citoyens

- Pourquoi c'est pertinent vis-à-vis de la solidarité alimentaire ?

L'idée reste pertinente mais semble avoir moins d'impact (masse touchée moins importante, échelle très locale) et est moins structurante que les autres, même si elle constitue un point important de lien social.

Conditions :

- Mettre à disposition son jardin inexploité pour permettre à ceux qui n'en ont pas de jardiner, de partager le savoir entre générations. Trouver un moyen de rendre visible ces possibilités (ruban dans les arbres ?...)
- Faire des commandes groupées : cela permet aux producteurs de vendre en grande quantité, de faciliter la livraison et aux citoyens de réduire les coûts (ex : grossiste de produits locaux à Saint-Etienne)
- Echange citoyen/producteur : Il faudrait adapter les prix des fruits et légumes en fonction de leur « beauté », de leur traitement (lavé ou non) pour permettre aux personnes à faible revenu d'en consommer.

Contributeurs : Valérie Fabre

Thématique : Sensibiliser le consommateur

Les actions identifiées lors des réunions thématiques ont été placées sur un axe de priorité vis-à-vis de la sensibilisation du consommateur. Plus elles sont situées à droite, plus elles ont été jugées prioritaires par le groupe, et inversement.

- **Action : Multiplier et pérenniser l'organisation d'évènements de promotion de l'alimentation saine, locale pour faire du lien entre acteurs et pour sensibiliser le consommateur, dès l'école primaire**

Pourquoi c'est très pertinent vis-à-vis de la sensibilisation du consommateur ?

C'est ce qui rassemble le plus de monde et qui touche directement les consommateurs.

Conditions :

- Il faut trouver des acteurs pertinents, les mobiliser, ce qui n'est pas toujours évident : les producteurs n'ont pas le temps, ni les moyens de se déplacer. Le temps passé sur l'évènement est du temps en moins sur l'exploitation. Réfléchir à une indemnisation ?
- L'organisation d'évènements hors période estivale apparaît comme pertinente pour étaler les festivités sur l'année pour les locaux
- Idées d'actions : multiplier les semaines du goût, organiser des visites à la ferme, organiser des dégustations des légumes oubliés, favoriser le partage de recettes sur les marchés et à l'école car c'est souvent cette méconnaissance qui freine l'achat de produits bruts, de légumes oubliés

Contributeurs : David Folcher

- **Action : Diffuser de l'information sur la santé, l'alimentation et les producteurs dans la presse locale**

Pourquoi c'est pertinent vis-à-vis de la sensibilisation du consommateur ?

Conditions :



- Il faut utiliser d'autres outils pour multiplier les cibles et notamment les jeunes : TV, radio, réseaux sociaux, influenceurs certifiés qui ont une grande écoute et peuvent être un nouveau moyen pour sensibiliser
- Contenu de la sensibilisation :
 - Volet économique et social de la consommation de produits locaux et de qualité à intégrer
 - Sensibiliser au juste prix d'un produit : aujourd'hui le juste prix est vu comme le prix le plus bas : le consommateur veut de la qualité sans trop dépenser et déserte ainsi les produits locaux. Il ne faut pas demander tous les efforts aux producteurs pour réduire les coûts, il faut aussi que le consommateur alloue un budget plus important à son alimentation.
 - Sensibiliser au soutien des producteurs (notamment l'agriculture biologique en ce moment) : Informer sur les réalités et la fragilité du système local.
 - Démystifier la vision actuelle de l'élevage pour sensibiliser à une consommation de viande locale et de qualité : il faut en manger moins mais mieux

Contributeurs : /

Action : Créer un groupe des acteurs œuvrant à la sensibilisation des consommateurs pour améliorer la coordination

Pourquoi c'est pertinent vis-à-vis de la sensibilisation du consommateur ?

Il faut que les structures travaillent ensemble (magasins de producteurs, GMS, producteurs, associations) pour fournir un discours cohérent et ne pas culpabiliser le consommateur

Conditions :

- Attention à la démultiplication des structures pour encadrer d'autres structures : le but est d'être concret et opérationnel
- L'idée ne doit pas être de freiner la démultiplication et le foisonnement des événements de sensibilisation, au contraire
- Coordonner les calendriers, les thématiques, les actions

Contributeurs : Séverine Van de Velde

• **Action : Créer une application pour répertorier les initiatives, voir quel pourcentage de son panier est local, valoriser la consommation locale de manière ludique ou par des réductions**

Pourquoi c'est peu pertinent vis-à-vis de la sensibilisation du consommateur ?

Toutes les générations ne seront pas touchées. Cette action cible les jeunes, qui ne téléchargeront sûrement pas une application sur l'alimentation. Le développement de cette action apparaît donc comme coûteux en termes d'efforts, de moyens et de budget, pour un moindre impact. Il existe déjà trop d'applications.

Conditions : /

Le groupe n'a pas souhaité donner de conditions de réussite car l'action n'était pas jugée comme à mettre en place.

•

Contributeurs : /



DEVELOPPER L'OFFRE & AXE 3 – DEVELOPPER L'ACCESSIBILITE PHYSIQUE DE L'OFFRE

Réactions préalables sur les thématiques identifiées

Les thématiques identifiées vous semblent-elles pertinentes vis-à-vis des axes ?

- Thématiques jugées pertinentes
- Il est difficile à ce stade de localiser précisément la demande ce qui peut représenter un frein à la mise en place d'actions pertinentes
- Sur la production, le territoire de la Lozère engendre des contraintes sur les productions végétales : produire en quantité et avec un certain niveau de sécurité implique un coût élevé (installation de serres notamment)
- Le PAT revient parfois à du bon sens sans avoir besoin d'inventer des choses complexes. L'autoproduction était par exemple la norme à une certaine époque et on voit aujourd'hui que l'on cherche à y revenir.

Les actions identifiées lors des réunions thématiques ont été placées sur un axe de priorité vis-à-vis de l'accessibilité physique de l'offre. Plus elles sont sur la droite, plus elles ont été jugées prioritaires et impactantes par le groupe, et inversement.



Axe 1 – Développer l'offre

Thématique « Développer l'autoproduction »

Les actions sont toutes jugées intéressantes et impactantes, la priorisation a plutôt été faite au sens chronologique : mobiliser du foncier puis former les citoyens pour enfin soutenir des projets.

- **Action : Mobiliser du foncier public : espaces verts, bacs, arbres fruitiers**
 - **Impact :**
 - Fort
 - Action à réaliser en premier pour développer l'autoproduction
 - **Conditions :**
 - Mettre en lien des citoyens pour optimiser l'usage du foncier (des propriétaires de foncier non-utilisé pourraient le mettre à disposition d'autres citoyens)
 - Faire porter cette action par des associations, des professionnels et des retraités
 - La mise à disposition d'espaces dédiés peut relever d'un effet de



mode plus que d'un vrai usage impactant : il faut donc accepter le fait que cela soit plus un outil de sensibilisation que de véritable production

- Récupérer du foncier demande des choix politiques et du temps de transition si celui-ci est déjà affecté à d'autres usages
- Des choix et actions simples sont cependant possibles au niveau des espaces verts communaux
- L'initiative de la commune de Chanac peut être étudiée
- **Contributeurs :**
 - Valérie Fabre
- **Action : Former les citoyens à l'autoproduction**
 - **Impact :**
 - Fort
 - Action à mener dans un second temps après la question du foncier
 - Utile pour rapprocher les citoyens de la ruralité : mettre les mains dans la terre
 - **Conditions :**
 - Passer par le milieu éducatif pour former les enfants... mais ne pas oublier les adultes
 - Suppose un changement de mode de vie un peu plus global notamment pour pouvoir y consacrer du temps
 - Suppose de donner des moyens mais surtout de l'envie
 - Faire de la formation collective : permet la mise en commun de moyens et l'émulation
 - Organiser la formation dans des lieux et/ou événements dédiés
 - Former également à cuisiner
 - Proposition de slogan : « On a le droit de se planter » (pour jouer sur le fait que certains citoyens n'osent pas se lancer dans l'autoproduction par peur de ne pas y arriver)
 - **Contributeurs :**
 - Betty Biederman
 - Monique Paradis Conort
- **Action : Accompagner et structurer la réalisation de projets d'autoproduction**
 - **Impact :**
 - Fort
 - Action à mener après avoir lancé les deux autres actions
 - **Conditions :**
 - Valoriser les productions via des événements/concours (ex : le plus beau potager)
 - A articuler avec d'autres politiques (ex : mise à disposition de composteurs, financements de poules)
 - S'appuyer sur les associations et GAL (groupes d'actions locaux) tout en sachant que les projets doivent principalement reposer sur les individus
 - Les collectivités peuvent aider sur le foncier, l'apport de matériel ou de certains ressources (BRF par exemple) ainsi que mettre des moyens pour aider les associations



- Profiter de ces projets pour créer du lien social
- Organiser des ateliers chez des citoyens pour illustrer avec des exemples concrets, bénéficier d'un support d'atelier « gratuit » et créer du lien
- **Contributeurs :**
 - /

Axe 3 – Développer l'accessibilité physique de l'offre

- **Action : Créer un pôle de massification des flux**
 - **Impact :**
 - Très fort
 - Jugé indispensable pour développer l'offre, en particulier maraichère
 - Intéressant aussi pour faciliter la gestion de l'aide alimentaire
 - Bon outil également pour structurer des démarches écologiques comme l'utilisation de contenants en verre
 - Cet outil de mutualisation permettrait par ailleurs de faire baisser les coûts et sécuriser les producteurs
 - **Conditions :**
 - Travailler sur une vision des flux, manquante aujourd'hui
 - Bien définir le public cible de cet outil (professionnels, particuliers, etc.)
 - Réfléchir au besoin précis, notamment s'il faut un pôle unique ou des pôles répartis sur le territoire
 - **Contributeurs :**
 - Matthieu Magne
 - Séverine Van de Welde
- **Action : Créer des espaces de vente, dans des commerces existants, dédiés aux produits lozériens**
 - **Impact :**
 - Fort
 - Ces espaces sont globalement déjà existants en Lozère et sont un bon outil de mise en avant et de distribution des produits locaux
 - **Conditions :**
 - La présence importante de produits locaux dans les GMS est permise en Lozère par le fait que la plupart des enseignes soit sur un modèle indépendant (à l'exception du hard-discount)
 - Ces derniers temps, la tendance dans les GMS est de mettre en avant les produits locaux comme des produits de consommation courante et non « de luxe » comme avant. Cette tendance est à poursuivre.
 - Par ailleurs, les produits locaux sont à mettre en avant aussi hors-GMS, notamment par une meilleure identification des producteurs sur les marchés
 - **Contributeurs :**
 - /
- **Action : Développer la contractualisation entre producteurs et**



restaurateurs commerciaux et collectifs

- **Impact :**
 - Fort
 - **Conditions :**
 - Peut être parfois compliqué sur les productions végétales qui comportent un aléa important
 - Nécessite de la compréhension du côté de l'acheteur pour s'adapter aux contraintes du producteur et des difficultés de garantir un résultat sur certaines productions
 - **Contributeurs :**
 - /
-
- **Action : Etudier les leviers offerts par « De Lozère » (marque, label, garantie)**
 - **Impact :**
 - Modéré
 - Les consommateurs font plus confiance aux labels « officiels »
 - **Conditions :**
 - Le cahier des charges devrait être plus connu
 - **Contributeurs :**
 - /
-
- **Action : Sensibiliser les cuisiniers, gestionnaires et convives des restaurants commerciaux et collectifs à la consommation de produits locaux**
 - **Impact :**
 - Modéré
 - La sensibilisation apparaît déjà bonne
 - La mise en avant des produits locaux n'est pas toujours simple car implique une traçabilité parfaite si on ne veut pas se mettre en risque
 - **Conditions :**
 - Agir plus sur les moyens que sur la sensibilisation qui est déjà bonne
 - La sensibilisation doit s'accompagner de formation et celle-ci doit perdurer dans le temps
 - Le manque d'outils de transformation (viande et légumes) peut aussi constituer un frein à l'utilisation de produits locaux dans ces structures
 - **Contributeurs :**
 - David Folcher
-
- **Action : Organiser plus d'évènements de rencontres producteurs-commerçants**
 - **Impact :**
 - Faible
 - Les producteurs écoulent aujourd'hui déjà leur production facilement et ne souhaitent globalement pas à grossir



- Les producteurs sont par ailleurs déjà très sollicités
- **Conditions :**
 - Peut-être à orienter plutôt vers les producteurs de viande qui de leur côté peuvent avoir plus de mal à écouler leur production en particulier en local
 - Passer par des évènements festifs type foire pour mettre en valeur les produits
 - Agrilocal joue déjà ce rôle et pourrait être plus mis en valeur
- **Contributeurs :**
 - /
- **Action : Etablir un collectif des « acteurs engagés »**
 - **Impact :**
 - Faible
 - Risque de créer de nouvelles réunions où on parle mais dont il ne ressort rien de concret
 - **Conditions :**
 - Rester plutôt dans un domaine de relation directe entre les acteurs (sans passer par des collectifs ou des instances)
 - **Contributeurs :**
 - /

Réflexion sur la thématique des circuits courts :

Remarques générales :

- Pas évident de se positionner sur l'une ou l'autre des solutions proposées : il faudrait identifier l'effet de levier de chaque moyen de distribution et travailler sur les plus prometteurs
- Il n'est pas évident de soutenir certains moyens de distribution plus que d'autres car cela revient généralement à soutenir certains producteurs plus que d'autres
- Un autre levier intéressant est le développement de l'usage de la monnaie locale