

Projet Alimentaire Territorial des Baronnies Provençales : «Augmenter la part des produits locaux dans l'alimentation de la population locale et transitoire»

Dynamique et perspectives de
développement des PAT en PACA

Vendredi 17 novembre 2017

TERRES d'AVENIR



Déroulement de la présentation

I. Contexte territorial des Baronnies Provençales

I.1. Géographie et démographie

I.2. Economie

I.3. Agriculture

I.4. Atouts et faiblesses

II. PAT des Baronnies Provençales

II.1. Les enjeux et objectifs

II.2. Le comité de pilotage du projet

II.3. La méthodologie : les groupes de travail thématique

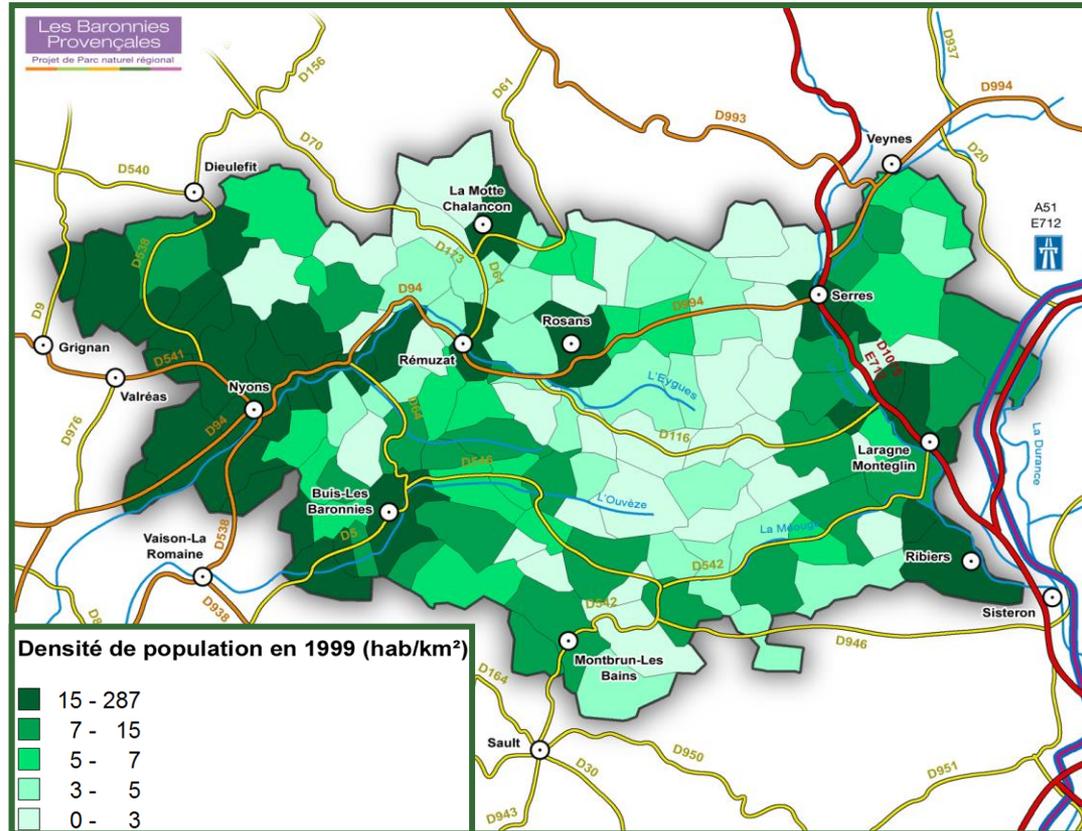
II.4. Les actions à développer



I. Contexte territorial des Baronnies Provençales

I.1. Géographie et démographie

- Bi régional
→ AURA et PACA
- Bi départemental
→ 2/3 Drôme, 1/3 Hautes-Alpes
- Moyenne montagne préalpines
- 1 506 km²
- 39 000 habitants
→ 15 hab/km²
- 82 communes dont 50% de moins de 100 hab
- Et 16 communes associées
- 4 bassins de vie principaux :
 - Nyons
 - Buis-les-Baronnies
 - Serres
 - Laragne-Montéglin



Un territoire aisément accessible par ses marches Ouest et Est
→ Vallée du Rhône et vallée de la Durance
Mais un territoire central de moyenne montagne très enclavé
→ Handicap économique actuel mais des richesses naturelles, culturelles et paysagères préservées

I. Contexte territorial des Baronnies Provençales



I.2. Economie

14 000 actifs résidents

12 600 emplois dans le PNR

11,9% de chômage

Emploi/secteur d'activités (2006) :

- Tertiaire 65,8%

- Industrie : 8,4 %

- Construction : 7,9%

- Agriculture : 17,9 % (contre 3,5 %
à l'échelle nationale en 2008)

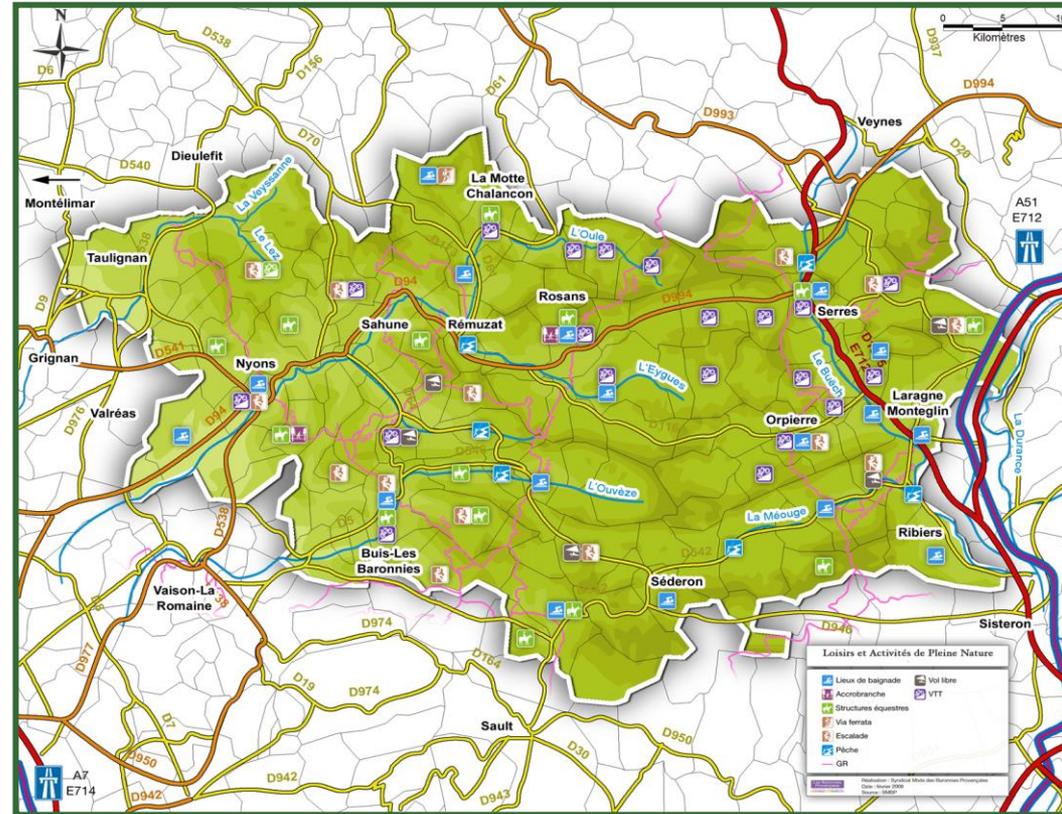
Tourisme

16 100 lits touristiques

26 hôtels

37 campings

7033 résidences secondaires (30%
des logements du territoire)



→ Un tourisme doux et diffus pour une offre touristique riche et variée en activités de pleine nature : randonnée, balade, VTT, parapente, escalade, baignade, deltaplane, canyoning, spéléologie, etc.

I. Contexte territorial des Baronnies Provençales

1.3. Agriculture

SAU = 87 500 ha, soit près de 50% du territoire

Dont 27 500 ha d'espaces pastoraux

10 AOP

13IGP

4 Labels rouges

4 000 ha en AB

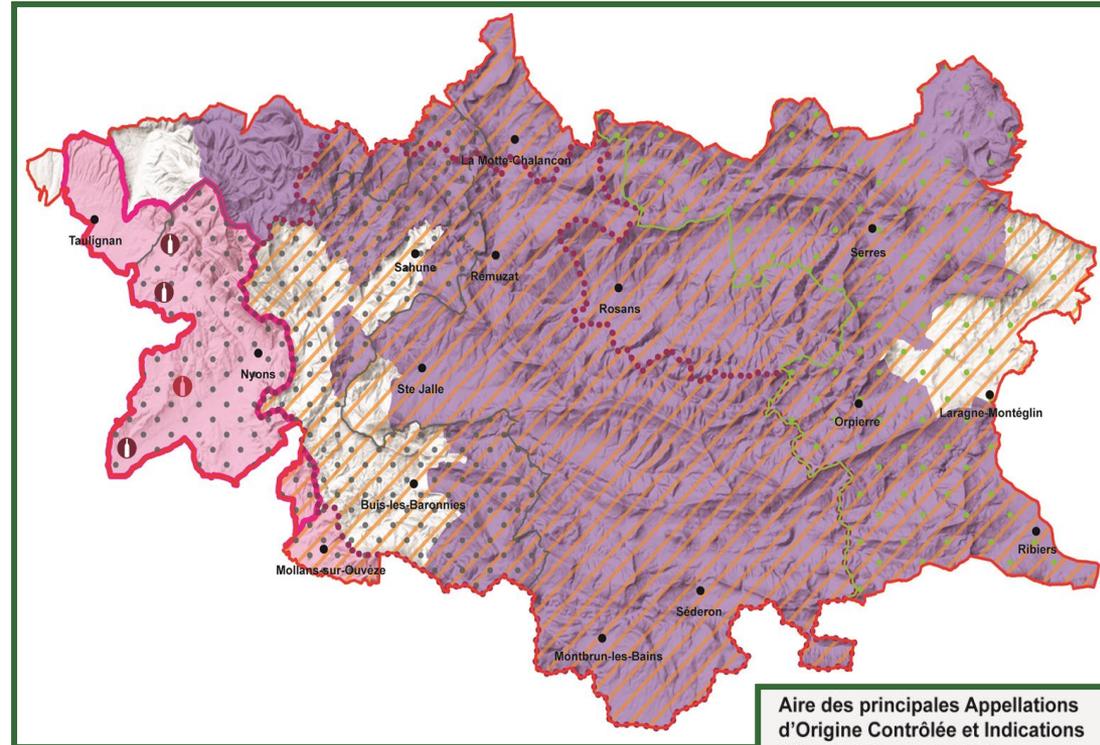
4 points de vente collectifs

14 marchés hebdomadaires permanents

7 marchés hebdomadaires estivaux

1 drive fermier

194 producteurs en vente directe



Aire des principales Appellations d'Origine Contrôlée et Indications Géographiques Protégées

Projet de Parc des Baronnies Provençales - 2009

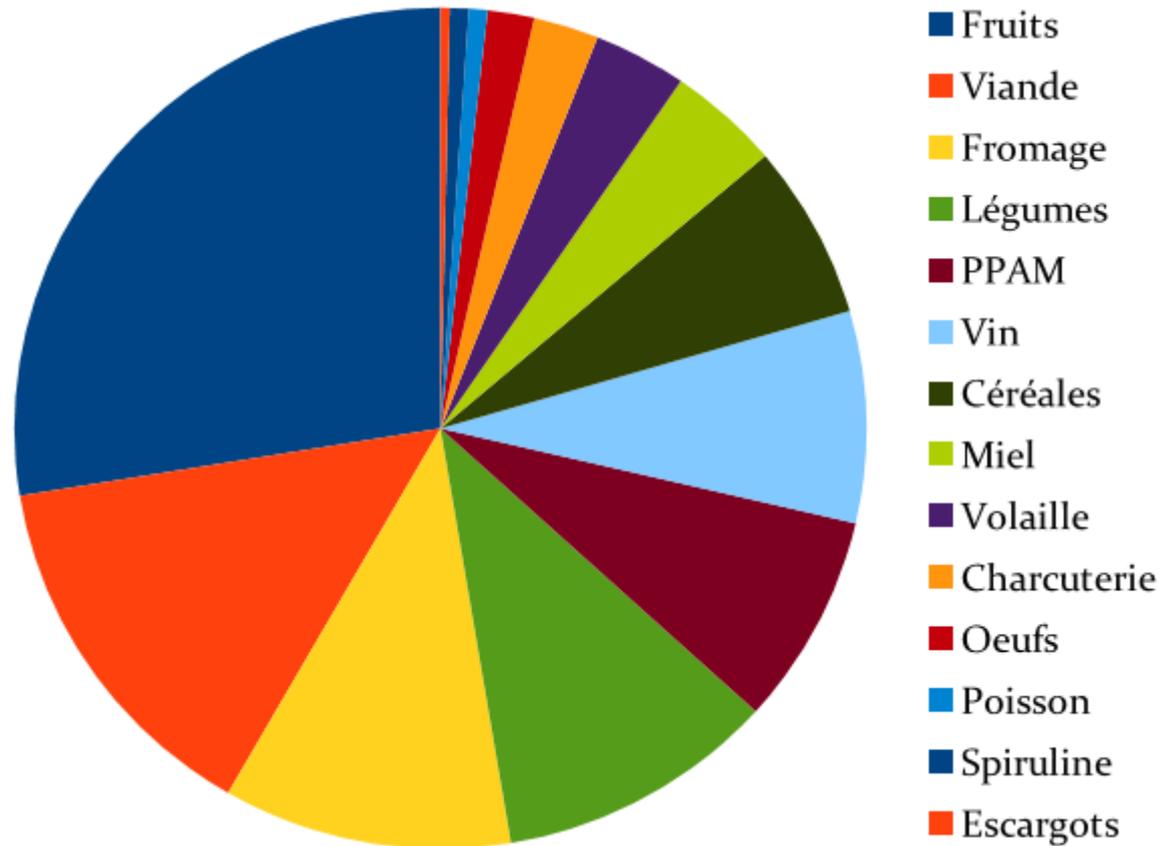
- AOOC Côtes du Rhône
- AOOC Côtes du Rhône Village
- AOOC Cotes du Rhône Village (Rousset-les-vignes, St Pantaleon-les-vignes, St Maurice-sur-Eygues)
- AOOC Cru Vinsobres
- IGP / Vin de Pays Coteaux des Baronnies
- AOOC Huile Essentielle de Lavande de Haute-Provence
- AOOC Olives noires et huile d'olive de Nyons
- AOOC fromagères : Picodon et Banon
- IGP Petit Epeautre de Haute Provence
- Projet d'IGP Pommes des Alpes de Haute Durance

→ Une agriculture diversifiée et de qualité à haute valeur ajoutée

→ Des producteurs engagés dans la vente directe dont la volonté est de se réapproprier une partie de la valeur ajoutée

I. Contexte territorial des Baronnies Provençales

1.3. Agriculture



Les productions en vente directe : une grande diversité

→ *Une offre alimentaire complète*

I. Contexte territorial des Baronnies Provençales

1.4. Atouts/Faiblesses

Atouts	Faiblesses
Image globale de qualité associée aux paysages et au milieu naturel préservé	Enclavement économique et social important
Nombreux produits labellisés : AOC, labels rouges, IGP	Déficit d'outils de transformation locale
Grande diversité de productions	Manque de dynamique collective
Historique de travail sur le sujet de l'alimentation de proximité avec de nombreux acteurs impliqués	Des productions à haute valeur ajoutée
Offre alimentaire locale en vente directe diversifiée et de qualité (dont 12% en biologique)	

Porte d'entrée différente de l'approvisionnement local de la restauration collective du fait d'éléments contraignants propres au territoires (géographie, démographie, structure et productions agricoles)

II. PAT des Baronnies Provençales

II.1. Les enjeux et les objectifs

Deux enjeux

- **L'évolution des comportements d'achat** des habitants et des visiteurs vers une **consommation responsable**
- Une **place croissante des produits locaux** dans les circuits de distribution « classiques »

Objectif stratégique

- **Augmenter la part des produits locaux** dans l'assiette des habitants et des visiteurs du territoire en induisant un **changement de comportement volontaire**

Objectifs opérationnels

- **Mieux connaître le système d'acteurs** concourant à l'alimentation du massif
- **Eduquer la population locale et touristique** (tout âge confondu) ainsi que les élus du territoire aux enjeux liés à l'alimentation durable
- **Faciliter l'accès aux produits locaux** notamment dans les circuits de distribution classiques
- **Expérimenter des nouvelles logistiques de distribution** de produits locaux
- **Faire connaître les outils existants** facilitant l'accès aux produits locaux : points de vente collectifs, marchés, fermes ouvertes au grand public, événements ayant trait au sujet, plateforme AGRILocal (CDA26), les applications mobiles Drôme Saveurs, Croq05, etc.

II. PAT des Baronnies Provençales

II.2. Le comité de pilotage du projet

Le PNR des Baronnies provençales

Les Chambres d'Agriculture de la Drôme et des Hautes-Alpes

Les intercommunalités : CC des Baronnies en Drôme Provençale et CC Sisteronais Buëch

Communauté de communes des **BARONNIES en DRÔME PROVENÇALE**

Les experts du tourisme : l'ADT et les offices de tourisme (26 et 05)

Les experts de la transformation et commercialisation : CCI et CMA (26 et 05)

Les partenaires financiers : DRAAF AURA, DRAAF PACA, CD26, CD05, GAL Une autre Provence, GAL Sisteronais Buëch

Le CEDER (Centre pour l'Environnement et le Développement des Energies Renouvelables)



L'Association de producteurs « Circuit court en Baronnies »



Communauté de Communes du **Sisteronais-Buëch**



II. PAT des Baronnies Provençales

II.3. La méthodologie : les groupes de travail thématiques

GRUPE 1 : EDUCATION

Opérateurs économiques et associatifs gravitant autour de l'alimentation en s'appuyant sur les « têtes de réseaux »

GRUPE 2 : COMMERCIALISATION

→ **Public scolaire**

✓EMALA (Equipe Mobile Académique de Liaison et d'Animation)

✓CIVAM

→ **Public touristique**

✓UNAT (Union Nationale des Associations de Tourisme)

✓Bienvenue à la Ferme

✓Accueil Paysan

✓Offices de tourisme

✓Agence de Développement Touristique

✓(CIVAM)

→ **Grand public**

✓CEDER

✓Agribio26 et 05

✓AMAP de Nyons

→ **Logistique / Intermédiaire**

✓Agricourt

✓La Charette

✓Echanges Paysans Hautes-Alpes

→ **Transformation et distribution**

✓CMA 05 et 26

✓CCI 05 et 26

✓BioConvergence

✓Grossistes (Transgourmet, etc.)

→ **Commercialisation**

✓Commerces traditionnels

✓Fédération Départementale de l'Industrie Hôtelière 26 et 05

✓Gîte de France

✓Clévacances

➤ **Eduquer la population locale et touristique aux enjeux d'une alimentation durable**

➤ **Faciliter l'accès pour tous aux produits alimentaires locaux**

II. PAT des Baronnies Provençales

II.4. Les actions à développer

→ COPIL réalisé en octobre 2017

GROUPE 1 : EDUCATION

- **Public scolaire**
 - ✓ Projets pédagogiques
- **Public touristique**
 - ✓ Eductours
 - ✓ Food tours
- **Grand public**
 - ✓ Défis culinaires

1^{ère} réunion du groupe : Janvier 2018

GROUPE 2 : COMMERCIALISATION

- **A destination des artisans et commerçants**
 - ✓ Business dating
- **A destination des commerçants**
 - ✓ Etude de la place des produits alimentaires locaux dans les commerces traditionnels
- **A destination des hébergeurs**
 - ✓ Opération Frigo plein
- **Tout public**
 - ✓ Place à l'expérimentation

1^{ère} réunion du groupe : Janvier 2018

OBJECTIFS

- Favoriser l'interconnaissance des acteurs
- Faire un bilan de ce qui se fait déjà sur ce territoire
- Développer 2-3 actions structurantes à mettre en place

1^{ère} REUNION

Merci de votre attention

Pour tout complément d'information :

Isabelle MALFATTO
Chambre d'Agriculture des Hautes-Alpes
Isabelle.malfatto@hautes-alpes.chambagri.fr

Nina CROIZET
Chambre d'Agriculture de la Drôme
Nini.croizet@drome.chambagri.fr

Gwennaëlle PARISET
PNR des Baronnies Provençales
gpariset@baronnies-provencales.fr

TERRES d'AVENIR

