



ACTION 02
AGR.B

DÉVELOPPER LES CIRCUITS ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ

PRIORITÉ ++++

COÛT €€€€



>> ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

2.2 Soutenir les démarches d'agriculture locale et d'alimentation de proximité

4.2 Mobiliser et sensibiliser les citoyens

>> ÉTAPES

2022 : création d'un partenariat entre les collectivités et la chambre d'agriculture pour le développement des circuits-courts

2023 : lancement de la concertation entre collectivités pour la mise en place d'un outil mettant en lien producteurs et consommateurs

2024 : lancement effectif de l'outil et campagne de communication en faveur des circuits courts

>> ACTEURS

LES PORTEURS

Communes

Associations locales (comité des fêtes, association des commerçants, animation jeunesse...)

Producteurs et distributeurs

LES PARTENAIRES

Communautés de Communes et offices de tourisme

PETR

Chambre d'agriculture

FDSEA

>> ENJEUX

Les commerces de proximité alimentaires installés en milieu rural font face à des difficultés pour se maintenir. À cela s'ajoute la problématique du vieillissement de la population qui crée des difficultés à se déplacer pouvant entraîner une précarité alimentaire.

À travers cette action, les élus souhaitent promouvoir les circuits courts du territoire, en lien avec leur stratégie économique et le soutien à la filière agricole locale dynamique. Ceci permettra au grand public, habitants et touristes d'accéder de manière simple aux produits locaux et à des services variés, dans le respect des sols. De plus, ces espaces de vente alimentaire de proximité dynamisent la vie locale et peuvent permettre aux habitants de se rencontrer, d'échanger et de partager des moments conviviaux.

>> DESCRIPTIF SYNTHÉTIQUE

Il s'agit au travers de cette action de valoriser la production locale, de saison et de qualité, par le soutien d'initiatives locales, de promotion et de développement de commerces et marchés locaux de terroir. Il peut s'agir d'un levier vers une agriculture plus raisonnée, donc de qualité supérieure.

La mise en place d'une plateforme web de mise en lien entre producteurs et consommateurs, sur le type Carte Carotte ou Bienvenue à la Ferme, serait un outil intéressant. Une communication ciblée de promotion des produits de saison et sur les liens entre alimentation, santé et environnement est un levier de sensibilisation de la population et de soutien aux producteurs locaux. Cette action pourrait être approfondie par un outil de sensibilisation de type « Fresque de l'Alimentation », en cours de développement à Strasbourg.





>> PROPOSITION DÉTAILLÉE

Soutenir le développement de circuits courts pour diversifier les modes de distribution sur le territoire et renforcer l'offre locale.

- ✓ Étudier le maillage en termes de distribution de produits locaux sur le territoire et faciliter l'installation de nouveaux distributeurs dans les zones carencées. Le territoire dispose de plusieurs points de vente de proximité. Toutefois, les services ne sont pas équivalents sur l'ensemble du territoire donc un des premiers axes de travail viserait à identifier le potentiel développement des filières locales en caractérisant les besoins.
- ✓ Aider les producteurs et acteurs locaux dans leurs projets, individuels ou collectifs, de « vente directe ».
- ✓ Les collectivités peuvent apporter leur soutien de différentes façons : montage de projet, mise à disposition de locaux, services d'expertise, étude de marché, mise en relation, promotion du lieu, etc.
- ✓ Aider au développement de la vente pour les nouvelles installations agricoles maraichères.

Valoriser les produits locaux, de saison et de qualité auprès des consommateurs.

Promouvoir les produits locaux, de saison et de qualité auprès des consommateurs (habitants, usagers de la restauration collective, professionnels de la restauration) peut prendre plusieurs formes :

- ✓ communiquer sur l'impact des choix alimentaires en matière de changement climatique,
- ✓ favoriser les actions de communication et de promotion visant à créer du lien entre l'offre alimentaire du territoire et les consommateurs,
- ✓ promouvoir les circuits courts et les produits locaux auprès des consommateurs (ex. : visites à la ferme, animations scolaires, fresque de l'alimentation, documents et supports pédagogiques...), y compris dans la grande distribution
- ✓ mettre en valeur le patrimoine alimentaire local et favoriser l'émergence d'une « culture agricole » liée au territoire, notamment en direction des jeunes, à travers la mise en place d'actions ou de supports pédagogiques innovants,
- ✓ mettre en place des animations et élaborer des supports pédagogiques visant à sensibiliser la population, locale et touristique, à l'agriculture durable et au patrimoine alimentaire local (ex. : édition d'annuaires de producteurs locaux en vente directe, déploiement de signalétique, mise en place d'une marque territoriale...),
- ✓ créer une plateforme web permettant de faire le lien entre producteurs et consommateurs. Elle aura pour objectif de recenser le nombre de producteurs du territoire et de faciliter l'achat-vente en direct ou via point de vente (marchés locaux, AMAP).

>> AMBITION

Installation d'au moins **4 marchés de producteurs par Communauté de Communes**. Mise en place d'un outil de lien entre producteurs et consommateurs.

>> FINANCEMENT

État via le plan de relance.

Les fonds européens via le Programme LEADER.

Banque des territoires : définir et mettre en œuvre un PAT - Programme Petites villes de demain.

Région Grand Est : créer ou aménager des locaux de proximité (FRACOP).

>> EXEMPLES

Marchés de producteurs

- Scharrachbergheim-Irmstett : une fois par mois
- Wasselonne : le vendredi après-midi
- Altorf : le mercredi matin
- Dorlisheim : le jeudi après-midi
- Duppigheim : le vendredi de 15h à 19h

Ventes à la ferme

Drive fermier de Schirmeck.

Magasins de producteurs

Projet de Flexbourg d'ouvrir un local, un point de vente alimentaire qui s'ouvrirait plus largement à un lieu de rencontre avec l'organisation de divers événements.

La commune de Wildersbach a ouvert un espace de vente et s'est appuyée sur un questionnaire pour sonder ses administrés pour mieux connaître les besoins.

Réseaux et associations de type AMAP

Rhénamap : réseau de consommateurs et producteurs responsables en sud Alsace, avec un outil qui centralise les informations sur les lieux de distributions et les producteurs.

La Ruche qui dit oui : vente directe de producteurs à Ergersheim et à Rosheim.

Outils

Carte interactive des approvisionnements en circuits courts (livraison de paniers, vente à la ferme, marchés, magasins coopératif) de la Métropole de Strasbourg.

>> FICHES ACTIONS LIÉES

AGR.A - S'appuyer sur la restauration scolaire et collective pour développer une agriculture biologique et une alimentation de qualité et de proximité

AGR.C - Développer le stockage et la transformation locale via une plateforme de collecte, transformation et commercialisation de fruits et légumes

AGR.D - Agir pour le développement d'une agriculture respectueuse de l'environnement

PRO.A - Développer l'éco-tourisme et le tourisme de pleine nature

SEN.A - Communiquer et sensibiliser les habitants du territoire à la problématique Climat-Air-Énergie

SEN.B - Sensibiliser les industries et artisans à la plus-value économique des actions développement durable



🌟 QUELQUES RESSOURCES UTILES

locavor.fr - www.cartecarotte.fr - www.bienvenue-a-la-ferme.com - laruchequiditoui.fr

www.rhenamap.orgn - https://fresquealimentation.org - www.produitsfermiersmontagne.com

Label « Territoire de commerce équitable » : www.territoires-ce.fr

La banque de ressources du Réseau national des Projets Alimentaires Territoriaux : rnp.at.fr

Opération « Petites villes de demain » dans la ComCom de la Vallée de la Bruche