



2020

# VALORISATION DES PRODUCTIONS AGRICOLES LOCALES EN PAYS DE BRAY

## PLAN D'ACTIONS



# SOMMAIRE

<b>CONTEXTE</b>	<b>4</b>
<b>PLAN D' ACTIONS</b>	<b>6</b>
FICHE ACTION 1. Favoriser l'installation et l'intégration dans les filières des porteurs de projets en circuit court -----	7
FICHE ACTION 2. Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray -	9
FICHE ACTION 3. Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales -----	11
FICHE ACTION 4. Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de productions et de transformations agricoles -----	12
FICHE ACTION 5. Améliorer la visibilité et communiquer sur l'offre en produits locaux-----	14
FICHE ACTION 6. Consolider les modes de commercialisation et promouvoir les démarches innovantes -----	15
FICHE ACTION 7. Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable-----	17
FICHE ACTION 8. Projet Alimentaire Territorial -----	19
<b>GLOSSAIRE</b>	<b>20</b>

CONTEXTE

Ce territoire rural constitue un territoire reconnu et propice à un développement local durable et concerté grâce à son identité paysagère et agricole ainsi que ses savoir-faire et son artisanat.

Le Pays de Bray est marqué par une grande diversité de productions dont certaines font l'objet de signes de qualité et d'origine officiels. Toutefois, ces productions font rarement l'objet d'une structuration et/ou d'une valorisation collective au sein de filières locales malgré de multiples initiatives.

Dans ce contexte, plusieurs actions historiques ont été menées par le PETR du Pays de Bray : inventaire des productions locales, expérimentation d'approvisionnement des cantines scolaires en produits locaux, campagne de promotion et de sensibilisation autour de la filière laitière en agriculture biologique et accompagnement du projet de réouverture de l'abattoir de Forges-les-Eaux.

Afin de poursuivre cette démarche, le PETR a souhaité lancer, en 2018, une étude visant à identifier les opportunités de développement et de valorisation des productions locales en Pays de Bray sur la base d'un diagnostic prospectif, soutenu par l'État, la Région Normandie et les fonds européens LEADER.

Les objectifs étant de :

- Réaliser un état des lieux des productions et des filières sur le territoire
- Identifier les opportunités de développement et de valorisation des productions locales en Pays de Bray,
- Etudier les leviers et les actions qui pourraient permettre de mieux valoriser les productions locales,
- Identifier les moyens d'organisation et de soutien nécessaires à la structuration de filières locales et à l'émergence de projets locaux.

Le diagnostic présente une première approche de l'offre et de la demande locale avec les potentiels de développement de la filière alimentaire du Pays de Bray. Cette étude a aussi été l'occasion de mettre en lumière les critères de réussite, les besoins, mais aussi les freins présents sur le territoire.

De plus, certaines initiatives de porteurs de projet ont été identifiées pour une meilleure valorisation des productions locales.

L'étude a ensuite permis l'élaboration d'un plan d'actions autour du développement des filières agricoles locales. Les acteurs locaux ont été concertés afin de valider la pertinence et la faisabilité de ces pistes d'actions. Ce sont ainsi 8 fiches actions qui ont émergées de ces concertations locales



# PLAN D' ACTIONS

# FICHE ACTION 1.

## Favoriser l'installation et l'intégration dans les filières des porteurs de projets en circuit court

<b>Contexte</b>	<p>Entre 2010 et 2017, le territoire a connu une baisse de 9 % de son nombre d'exploitations. L'accompagnement des futurs installés semble alors être une priorité afin de garantir la continuité de l'activité agricole du Pays de Bray.</p> <p>10 % des exploitations du territoire commercialisent en circuits courts et/ou disposent d'une diversification de leur activité. Cependant, le diagnostic et les concertations locales ont révélé un manque de visibilité qui se traduit par une inégale accessibilité pour le consommateur à certaines catégories de denrées agricoles (particulièrement pour les filières des fruits, des œufs, des viandes ovines et porcines), une compréhension difficile des labels et à une méconnaissance des lieux de ventes.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Permettre un accompagnement efficace des nouvelles exploitations ;</li><li>• Favoriser une diversification des exploitations agricoles préexistantes au regard des atouts et savoir-faire individuels et collectifs.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : 2021-2022</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Création du guide du porteur de projet en circuit court en Pays de Bray</li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Animation des réseaux, des groupes et des projets locaux d'expérimentation et de coopération<ul style="list-style-type: none"><li>- Identification des groupes de réflexions et/ou d'expérimentations</li><li>- Création d'espace de tests ou coopératifs</li><li>- Développement de partenariats entre agriculteurs actifs et centres d'enseignements et de formations</li></ul></li></ul> <p>Action 3 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Développement de l'offre de formations collectives et de l'accompagnement individuel<ul style="list-style-type: none"><li>- Recensement des formations existantes et identification des besoins complémentaires</li><li>- Identifications des besoins d'accompagnement et d'expertise des projets individuels</li></ul></li></ul> <p>Action 4 : à compter de 2023</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identification et accessibilité facilitée au foncier<ul style="list-style-type: none"><li>- Création d'une commission multipartenariale de suivi des offres foncières</li><li>- Recensement du foncier public disponible</li><li>- Réalisation d'un diagnostic du potentiel de foncier privé</li><li>- Conception d'un flyer « parrainage et financement participatif »</li></ul></li></ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements; acteurs des filières.



<b>Partenariats</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements, ADRESS, AREAN, AVDPL, BEN, CAN, CIVAM normand, CCI, centres de formation locaux, CERD, CFPPA, CRESS, EPFN, IE, JA, LPA, MFR, Nid d'Agri, organisme de gestion, PE, PETR du Pays de Bray, RENETA, SAFER, Terres de liens, fermes coopératives.
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création du « Guide du porteur de projet en circuit court en Pays de Bray » ;</li> <li>• Nombre de groupes de réflexions et d'expérimentation ;</li> <li>• Nombre d'adhérents ;</li> <li>• Nombre d'expérimentations initiées ;</li> <li>• Nombre de formations et nombre de participant(e)s ;</li> <li>• Création d'une commission multipartenariale ;</li> <li>• Nombre d'exploitations accompagnées et surfaces foncières réaffectées ;</li> <li>• Nombre de conventions et de partenariats créés ;</li> <li>• Nombre d'agriculteurs/producteurs en circuits courts installés ;</li> <li>• Nombre d'agriculteurs/producteurs opérant une diversification de leur activité.</li> </ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n°2 : Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray</p> <p>Fiche-action n°4 : Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de productions et de transformations agricoles</p>





# FICHE ACTION 2.

## Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray

<b>Contexte</b>	<p>À ce jour, il existe 5 types de signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'Agriculture Biologique (AB),</li><li>• Les Appellations d'Origines Contrôlées/Protégées (AOC/P),</li><li>• Les Indications Géographiques Protégées (IGP),</li><li>• Les Spécialités Traditionnelles Garanties (STG),</li><li>• Les Labels Rouges.</li></ul> <p>57 % des consommateurs enquêtés sont sensibles aux labels de qualité au moment de faire leurs achats alimentaires.</p> <p>Seulement 10 % des exploitations brayonnes bénéficient d'un SIQO. À titre d'exemple, en 2018, l'agriculture biologique concernait moins de 3 % des exploitations du Pays de Bray, soit environ 40 exploitations. Pour comparaison, à l'échelle de la Normandie, elle représente 6 %, et à l'échelle de la France, 8 %.</p> <p>Les AOC/P quant à elles concernent 43 fermes soit 24 producteurs pour l'AOP du fromage de Neufchâtel, 15 producteurs pour l'AOC Calvados et 4 producteurs pour l'AOC Pommeau. Enfin, les IGP Cidre de Normandie, Porc de Normandie et Volailles de Normandie sont également présents sur le territoire au même titre que les labels rouges pour la volaille et le bœuf.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pérenniser la transformation fermière des productions labellisées par le soutien à l'installation et à la transmission des exploitations ;</li><li>• Sensibiliser le public sur l'intérêt des productions sous labels ;</li><li>• Valoriser les productions « durables » et « spécifiques au Pays de Bray » qui mobilisent les savoir-faire paysans locaux.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : à partir de 2020-2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Développement des productions durables et spécifiques au Pays de Bray<ul style="list-style-type: none"><li>- Élaboration d'un kit technique de l'élu local « Les productions locales, un atout pour mon territoire »</li><li>- Conception et diffusion d'une newsletter à destination des agriculteurs</li><li>- Organisation de journées thématiques sur les fermes volontaires (fiche 1)</li><li>- Concevoir une newsletter annuelle pour communiquer les installations ou les conversions des productions sous labels</li></ul></li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sensibilisation des consommateurs sur les garanties apportées par les labels<ul style="list-style-type: none"><li>- Organisation des « foires aux labels » pour présenter les productions labellisées existantes et les projets en cours</li><li>- Création de supports de communication (papier et numérique) sur l'offre en productions labellisées</li><li>- Création d'une ferme vitrine et/ou une exposition temporaire</li></ul></li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'un système de parrainage et/ou de ferme coopérative</li> </ul> <p>Action 3 : à partir de 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion des filières labellisées auprès des producteurs et transformateurs locaux : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre des acteurs des filières sous signe officiel de qualité</li> <li>- Intégration les spécificités des productions sous labels dans l'offre de formation des organismes de conseils</li> <li>- Conception des références/fiches techniques et économiques</li> </ul> </li> </ul>
<b>Publics cibles</b>	Élus locaux; producteurs/transformaters et leurs groupements; grand public; GMS.
<b>Partenariats</b>	ADEME, AESN, AREAN, AVDPL, BEN, CAN, CFPPA, CIVAM normand, communes, CdC, Département de Seine-Maritime, l'éclaireur, épiceries fines, exploitations des LPA, GMS, IBNS, IDAC, LPA, LBB, magasins indépendants, MFR, OT, PETR du Pays de Bray, producteurs/transformaters et leurs groupements, propriétaires franchisés d'enseignes, Région Normandie, RENETA, le Réveil, SDQFN, Slow food, Terre de liens, UFC que choisir
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de rencontres, de visites de fermes, de foires et de salons organisés</li> <li>• Nombre de formations actualisées/créées</li> <li>• Nombre de participant(e)s aux événements et formations</li> <li>• Nombre de fiches techniques élaborées</li> <li>• Nombre de producteurs engagés dans les filières sous signe de qualité</li> <li>• Création d'une vitrine et/ou d'une exposition pour les productions labélisées</li> <li>• Nombre d'exploitant(e)s parrainé(e)s ou faisant l'objet d'une expérimentation sur une ferme coopérative</li> <li>• Conception du kit « Les productions locales, un atout pour mon territoire »</li> <li>• Nombre de newsletters élaborées et nombre de destinataires</li> <li>• Nombre d'agriculteurs accompagnés dans le changement de pratiques (individuel et/ou collectif), de nouvelle adhésion à des groupes de réflexions et/ou de création de groupes</li> </ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n°1 : Favoriser l'installation et l'intégration dans les filières des porteurs de projets en circuit court</p> <p>Fiche-action n°3 : Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales</p> <p>Fiche-action n°4 : Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de transformations agricoles</p> <p>Fiche-action n°5 : Améliorer la visibilité et communiquer sur l'offre en produits locaux</p> <p>Fiche-action n°7 : Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable</p>



# FICHE ACTION 3.

## Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales

<b>Contexte</b>	<p>Les différents dispositifs régionaux et départementaux mettent en lumière les besoins locaux et la nécessité de renforcer les filières normandes.</p> <p>Le renforcement de la compétitivité des exploitations dans les filières de proximité du Pays de Bray est un des enjeux mis en évidence par le diagnostic initial et confirmé à l'occasion des ateliers de concertation.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Améliorer l'accompagnement sur la vente des produits locaux ;</li><li>• Communiquer auprès des consommateurs et des acheteurs sur les différents coûts d'un produit alimentaire (y compris le coût carbone, en ressources premières ainsi que le coût sanitaire) ;</li><li>• Optimiser les coûts de production et la logistique via des actions de mutualisation.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : 2021-2022</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Amélioration de l'accompagnement technique et commercial des producteurs/transformateurs locaux<ul style="list-style-type: none"><li>- Mise en place de formations et d'outils d'accompagnement pour les agriculteurs</li><li>- Développement des outils d'aides à la gestion et à la logistique</li></ul></li></ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements ; grand public.
<b>Partenariats</b>	AREAN, BEN, CAN, CFPPA, CIVAM normand, CUMA Normandie, exploitations des LPA, Le Box Fermier, Local et Facile, LPA, MFR, Nos paysans normands, PETR du Pays de Bray, PE, producteurs/transformateurs et leurs groupements, Union Régionale des SCOP de Normandie.
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre d'agriculteurs/transformateurs contactés et/ou formés</li><li>• Création d'une centrale d'achat et de livraison</li><li>• Nombre d'outils d'aide à la gestion/logistique conçus</li></ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n°4 : Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de transformations agricoles</p> <p>Fiche-action n°7 : Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable</p>



# FICHE ACTION 4.

## Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de productions et de transformations agricoles

<b>Contexte</b>	<p>Les acteurs locaux souhaitent pouvoir bénéficier de différents outils collectifs dédiés à la logistique et à la transformation des productions agricoles. Plusieurs constats spécifiques sont ressortis de l'étude :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'existence d'une grande diversité de productions, mais d'une faible disponibilité de moyens d'expérimentations notamment pour les productions maraichères,</li><li>• Le manque de produits finis et leurs facilités d'accès pour le consommateur (à l'exception de la filière laitière, avec la présence de plusieurs ateliers fermiers ou artisanaux de production de fromages),</li><li>• Le besoin de reclassement et de transformation des produits agricoles faiblement consommés,</li><li>• L'existence d'un projet de réouverture de l'abattoir de Forges-les-Eaux.</li></ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faciliter la création de produits finis et l'expérimentation à la transformation des acteurs au sein des filières;</li><li>• Définir l'opportunité de créer une légumerie-conserverie et/ou une plateforme logistique de stockage/transformation;</li><li>• Favoriser le développement de la restauration collective et hors domicile.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : à partir de 2020</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identification des besoins des filières et des porteurs de projets<ul style="list-style-type: none"><li>- Organisation de consultations publiques et d'ateliers d'échanges avec les acteurs locaux et de filières</li><li>- Identification des projets collectifs autour de la valorisation des productions agricoles locales</li><li>- Définition de groupes de travail</li></ul></li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021-2022</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Accompagnement du développement des projets collectifs structurants pour le territoire<ul style="list-style-type: none"><li>- Organisation de visites de sites de transformations et/ou de démonstration d'outils de transformation</li><li>- Réalisation d'un appui méthodologique et technique personnalisé</li><li>- Évaluer les réussites et les pistes d'amélioration des projets collectifs</li></ul></li></ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements; acteurs des filières.



<b>Partenariats</b>	AARPB la Brèche, ADRESS, Agir en Bray, AREAN, associations de consommateurs, BEN, CAN, CFPPA, CIVAM normand, communes, CdC, CRESS, CUMA Normandie, entreprises locales/départementales spécialisées dans la restauration collective et/ou hors domicile, exploitations des LPA, LPA, MFR, Mission locale, producteurs/transformateurs et leurs groupements, RÉGAL de Normandie, Terre de liens, UFC que choisir, Union Régionale des SCOP de Normandie, PETR du Pays de Bray, fermes coopératives.
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de rencontres d'animation</li> <li>• Nombre de porteurs de projet rencontrés/identifiés</li> <li>• Nombre de projets et d'outils collectifs créés</li> <li>• Nombre de producteurs/transformateurs informés et/ou engagés dans la mise en œuvre des outils structurants</li> </ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n°3 : Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales</p> <p>Fiche-action n°6 : Consolider les modes de commercialisation et promouvoir les démarches innovantes</p> <p>Fiche-action n°7 : Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable</p>



# FICHE ACTION 5.

## Améliorer la visibilité et communiquer sur l'offre en produits locaux

<b>Contexte</b>	<p>L'étude a fait apparaître une disponibilité importante de produits locaux, tant en termes de diversité que de quantité (à l'exception des filières fruits et œufs) et un manque de visibilité de cette offre auprès des consommateurs.</p> <p>Pour près de 85 % des consommateurs interrogés, l'origine géographique des produits est le 3ème critère d'achat. Il est alors nécessaire d'effectuer un travail sur l'identification des productions agricoles locales et leurs lieux de commercialisation. Au même titre, une réflexion doit être menée sur la possibilité de mettre en évidence l'emprise locale de ces productions.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Accroître la visibilité des productions agricoles et locales et favoriser leur vente</li><li>• Faciliter l'identification par le consommateur des signes de qualités et d'origines</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : 2021-2022</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Création d'un guide des productions agricoles</li></ul> <p>Action 2 : 2021-2023</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Réflexion autour de la création d'une marque locale</li></ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements ; acteurs des filières ; grand public.
<b>Partenariats</b>	Acteurs du tourisme, AREAN, BEN, CAN, CIVAM normand, CdC, Communes, Département de Seine-Maritime, épicerie fines, Gite de France, GMS, IBNS, Local et Facile, Les Fermes d'Ici, magasins indépendants, Nos paysans normands, OT, PETR du Pays de Bray, producteurs/transformateurs et/ou leurs groupements, propriétaires franchisés d'enseignes, Région Normandie, restaurateurs privés et dans la restauration collective, Saveurs de Normandie, Seine-Maritime Attractivité, Slowfood, Terre de liens, VVF.
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Création du groupe de réflexion et nombre d'ateliers de concertation réalisés</li><li>• Création d'un guide des productions locales</li><li>• Création d'une marque locale</li></ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche action 2 : Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray</p> <p>Fiche action 3 : Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales</p> <p>Fiche action 4 : Créer des outils mutualisés pour les acteurs des filières de productions et de transformations agricoles</p> <p>Fiche action 7 : Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable</p>



# FICHE ACTION 6.

## Consolider les modes de commercialisation et promouvoir les démarches innovantes

<b>Contexte</b>	<p>63 % des consommateurs brayons réalisent des achats en produits locaux au moins une fois par semaine. En comparaison, ils sont en moyenne 53 % à le faire à l'échelle nationale (2017, INSEE). Trois lieux sont privilégiés pour leurs achats alimentaires (locaux ou non) : les marchés locaux, les grandes et moyennes surfaces, la vente en direct de la ferme.</p> <p>Deux constats spécifiques peuvent être réalisés concernant les marchés locaux : la majorité des débouchés en marchés locaux est située hors du territoire du Pays de Bray et l'activité des marchés du territoire diminue.</p> <p>Trois principaux critères sont déterminants dans le lieu d'achat des produits alimentaires pour le consommateur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La proximité avec le lieu de résidence.</li><li>• Les horaires d'accueil du public.</li><li>• La diversité des produits disponibles au sein d'un même lieu.</li></ul> <p>À l'heure actuelle, il n'existe pas sur le territoire de magasin de producteurs (2020). Quant aux AMAP, elles sont peu plébiscitées même s'il existe de la « vente au panier » sur plus d'une dizaine de fermes du territoire.</p> <p>Enfin, des initiatives dans les cantines scolaires ou les différents lieux de restauration collective existent depuis plusieurs dizaines d'années (SIVOS du Bray Est, SIVOS de l'Epte...). D'autre part, la récente loi Egalim impose certaines exigences de « durabilité » des productions alimentaires au sein des circuits de restauration collectifs.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Redynamiser les marchés locaux ;</li><li>• Développer l'offre en produits locaux à la ferme et en GMS ;</li><li>• Évaluer la pertinence et la faisabilité de créer un magasin de producteurs ;</li><li>• Favoriser le développement de la restauration collective et hors domicile ;</li><li>• Accompagner les modes de commercialisation innovants.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Redynamisation des marchés alimentaires locaux<ul style="list-style-type: none"><li>- Mise en place d'un groupe de travail</li><li>- Mise en œuvre d'un plan d'action expérimental à destination des marchés</li><li>- Mise en place d'un marché de « producteurs de pays »</li></ul></li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Développement de l'offre en produits locaux dans les points de vente à la ferme et dans les GMS</li></ul> <p>Action 3 : 2021 - 2023</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Détermination de l'opportunité de créer un magasin de producteurs</li></ul>



	<p>Action 4 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en avant des débouchés dans la restauration hors domicile <ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaboration d'un état des lieux</li> <li>- Conception d'une formation à destination des agents des cantines scolaires et des établissements de restaurations collectives</li> <li>- Mise en place d'un groupe de travail pour la création d'une structure de valorisation des excédents alimentaires pour lutter contre le gaspillage</li> <li>- Recensement des soutiens financiers existants</li> </ul> </li> </ul> <p>Action 5 : 2020 – 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcement des débouchés hors territoire du Pays de Bray <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recensement des débouchés des productions locales et des événements de promotion</li> <li>- Participation aux réflexions autour du PAT de la métropole de Rouen</li> </ul> </li> </ul> <p>Action 6 : à partir de 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en avant des initiatives et l'émergence de modes de commercialisation innovants <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place d'un groupe de travail</li> <li>- Identification des possibilités d'accompagnement et de soutien public</li> <li>- Identification des projets, des porteurs de projets, des lieux et des modes de gouvernance envisageables</li> </ul> </li> </ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs ; acteurs des filières notamment de la restauration collective et hors domicile ; propriétaires franchisés d'enseignes ; indépendants ; épiceries fines ; GMS ; partenaires institutionnels ; administrés du territoire du Pays de Bray.
<b>Partenariats</b>	AREAN, Association de consommateurs, BEN, CAN, CIVAM normand, communes, CdC, Département de Seine-Maritime, épiceries fines, GMS, les Paniers Brayons, Local et Facile, magasins indépendants, Marchés de Producteurs de Pays, Nos paysans Normands, PETR du Pays de Bray, producteurs/transformateurs et leurs groupements, professionnels de la restauration collective, propriétaires franchisés d'enseignes, Région Normandie, Terre de liens.
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'établissements s'approvisionnant avec des produits brayons</li> <li>• Évolution des proportions en approvisionnement en produits locaux au sein des établissements publics ou privés sur le territoire</li> <li>• Nombre de points de vente de produits locaux</li> <li>• Nombre de producteurs locaux sur les marchés</li> <li>• Nombre de marchés « occasionnels » et « nocturnes »</li> <li>• Nombre de structures/projets individuels ou collectifs accompagnés</li> </ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n° 2 : Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray</p> <p>Fiche-action n° 3 : Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales</p> <p>Fiche-action n° 5 : Améliorer la visibilité et communiquer sur l'offre en produits locaux</p> <p>Fiche-action n° 7 : Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable</p>





# FICHE ACTION 7.

## Sensibiliser aux enjeux de l'alimentation locale et durable

<b>Contexte</b>	<p>Plus d'un tiers des consommateurs enquêtés estiment ne pas connaître ou ne pas avoir accès à une information suffisante autour des opportunités d'achats en produits locaux et/ou des enjeux autour de ce mode de consommation.</p> <p>Les producteurs/transformateurs indiquent manquer de temps pour communiquer et ne pas disposer des réseaux de communication suffisants ou des compétences dans le domaine afin de sensibiliser le public.</p> <p>L'offre en produits locaux reste majoritairement méconnue pour les acteurs de la restauration collective et des GMS, hors produits « tête d'affiche » comme le Neufchâtel, le Pommeau ou le Calvados.</p> <p>De plus, si la notion de « circuit court » semble être bien appréhendée auprès des différents publics enquêtés, les motivations d'achat d'un produit local sont nombreuses et dépendent du degré d'information et de sensibilité de la personne enquêtée.</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Garantir des produits avec un intérêt gustatif et une typicité;</li><li>• Soutenir une économie territorialisée et non délocalisable;</li><li>• Réduire les impacts environnementaux liés à la production et au transport;</li><li>• Assurer une alimentation saine et de bonne qualité nutritionnelle;</li><li>• Favoriser la justice sociale et limiter le gaspillage alimentaire.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organisation de manifestations et des événements de promotions des productions agricoles locales</li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conception de supports de communication et de sensibilisation</li></ul> <p>Action 3 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Formation des acteurs du territoire à la reconnaissance et à la prise en compte des produits locaux dans leur activité</li></ul>
<b>Publics cibles</b>	Producteurs/transformateurs et leurs groupements; grand public; élus locaux; scolaires.
<b>Partenariats</b>	Académie et rectorat, acteurs du tourisme, ADRESS, Agrilocal, AREAN, associations locales, BEN, CAN, CARDERE, centres sociaux, CFPPA, CIVAM normand, collègues, CRESS, cuisiniers, DREAL Normandie, écoles primaires et maternelles, EHPAD, équipes pédagogiques, exploitations des LPA, fermes pédagogiques, gestionnaires de cuisines, hôpitaux, LPA, Lycées, MFR, MJC, Nos Paysans Normands, OT, PETR du Pays de Bray, RÉGAL de Normandie, Restaurateurs, Saveurs et Savoirs, SDQFN, SE, Slow food, SPE, Terre de liens, UFC que choisir.



<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de portes ouvertes organisées et nombre de participants</li> <li>• Nombre de projets pédagogiques initiés et filières scolaires concernées</li> <li>• Liste des manifestations dans l'économie (sociale et solidaire), le tourisme, l'environnement et la santé et nombre de nouvelles participations</li> <li>• Nombre de stands acheteurs-fournisseurs présents aux principaux événements agricoles à l'échelle du territoire et du Département</li> <li>• Groupe de travail et nombre d'outils de communication élaborés</li> <li>• Nombre de campagnes de presse</li> <li>• Nombre d'ateliers/cours de cuisine organisés</li> <li>• Nombre de partenariats initiés</li> </ul>
<b>Liens avec les autres fiches actions</b>	<p>Fiche-action n° 2 : Valoriser et développer les productions labellisées et durables du Pays de Bray</p> <p>Fiche-action n° 3 : Renforcer la compétitivité des productions agricoles locales</p> <p>Fiche-action n° 5 : Améliorer la visibilité et communiquer sur l'offre en produits locaux</p>



# FICHE ACTION 8.

## Projet Alimentaire Territorial

<b>Contexte</b>	<p>Depuis plus de dix ans, le PETR du Pays de Bray développe des projets afin de valoriser les activités touristiques et économiques du territoire tout en préservant son patrimoine naturel. De nombreuses actions et outils ont ainsi été mis en place afin de conduire une politique publique concertée de développement local.</p> <p>Le PAT doit permettre de fixer des objectifs, mobiliser et fédérer les acteurs, suivre et évaluer la réalisation des actions en lien avec les enjeux de l'alimentation locale (circuits courts, alimentation saine et durable, lutte contre le gaspillage alimentaire, restauration scolaire, sensibilisation...). De plus, si un PAT ne constitue pas une obligation réglementaire, il peut cependant permettre aux collectivités de répondre à des exigences nationales (loi EGALIM, loi GAROT...).</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impulser une dynamique en mobilisant les forces vives d'un territoire;</li><li>• Coordonner des réflexions;</li><li>• Formaliser des actions pertinentes et réalisables;</li><li>• Fédérer des actions individuelles ou collectives autour d'objectifs partagés.</li></ul>
<b>Actions Calendrier</b>	<p>Action 1 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mise en œuvre du plan d'action de l'étude pour la valorisation des productions agricoles locales</li></ul> <p>Action 2 : à partir de 2021</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins complémentaires et élaborer le Plan Alimentaire Territorial</li></ul>
<b>Publics cibles</b>	<p>Producteurs/transformateurs et leurs groupements; acteurs des filières; élus locaux; grand public; scolaires; GMS ; propriétaires franchisés d'enseignes; indépendants; épicerie fines; partenaires institutionnels; administrés du territoire du Pays de Bray.</p>
<b>Partenariats</b>	<p>AARPB la Brèche, ADEME, AESN, académie et rectorat, acteurs de la restauration collective et hors domicile, acteurs du tourisme, ADRESS, Agir en Bray, Agrilocal, AREAN, associations locales, AVDPL, BEN, CAN, CCI, centres sociaux, CERD, CIVAM normand, collègues, communes, CdC, CRESS, CFPPA, CUMA Normandie, Département de Seine-Maritime, l'éclaireur, écoles primaires et maternelles, EHPAD, EPFN, épicerie fines, équipes pédagogiques, exploitations agricoles des LPA, GMS, Hôpitaux, IDAC, IE, JA, LBB, Le Box Fermier, les Paniers Brayons, Local et Facile, LPA, lycées, magasins indépendants, Marchés de Producteurs de Pays, MFR, Mission locale, MJC, Nid d'Agri, Nos paysans Normands, organisme de gestion, OT, PE, PETR du Pays de Bray, producteurs/transformateurs et leurs groupements, propriétaires franchisés d'enseignes, RENETA, Région Normandie, le Réveil, SAFER, Saveurs de Normandie, SE, SDQFN, Slow food, SPE, Terres de liens, UFC que choisir, Union Régionale des SCOP de Normandie, RÉGAL de Normandie, VVF.</p>
<b>Indicateurs de réalisation et de suivi</b>	<p>A déterminer lors de la mise en place de l'instance de gouvernance</p>



# GLOSSAIRE

Intitulé	Définition
<b>AAP</b>	Appel à Projet
<b>AARPB</b>	Association d'Aide Rurale du Pays de Bray
<b>AB</b>	Agriculture Biologique
<b>ABD</b>	Association Brayonne Dynamique
<b>ADEME</b>	Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Énergie
<b>ADRESS</b>	Agence pour le Développement Régional des Entreprises Sociales et Solidaires
<b>ADS</b>	Application du Droit des Sols
<b>AESN</b>	Agence de l'Eau Seine-Normandie
<b>AMAP</b>	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
<b>AMI</b>	Appel à Manifestation d'Intérêt
<b>AOC</b>	Appellation d'Origine Contrôlée (échelle nationale)
<b>AOP</b>	Appellation d'Origine Protégée (échelle européenne)
<b>ARBRE</b>	Association Rurale Brayonne pour le Respect de l'Environnement
<b>AREAN</b>	Association Régionale des Entreprises Alimentaires de Normandie
<b>ARS</b>	Agence Régionale de Santé
<b>AVDPL</b>	Association des Vendeurs Directs de Produits Laitiers
<b>BAC</b>	Bassin d'Alimentation de Captage
<b>BEN</b>	Bio En Normandie
<b>BNP (Paribas)</b>	Banque National de Paris
<b>CA</b>	Comice Agricole ou Crédit Agricole
<b>CAN</b>	Chambre d'Agriculture de Normandie
<b>CARDERE</b>	Centre d'Action Régionale pour le Développement de l'Education Relative à l'Environnement
<b>CASE</b>	Conseil Agricole Stratégique et Économique
<b>CdC</b>	Communautés de Communes
<b>CER</b>	Centre d'Économie Rurale
<b>CERD</b>	Centre d'Étude et de Ressources sur la Diversification
<b>CFPPA</b>	Centre de Formations Professionnelles et de Promotions Agricoles
<b>CIC</b>	Crédit Industriel et Commercial
<b>CCI</b>	Chambre de Commerce et d'Industrie
<b>CIVAM Normand</b>	Centre d'Initiative pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural Normand
<b>CLS</b>	Contrat Local de Santé
<b>COCLICAUX</b>	CO-livraison en un CLIC entre Acteurs locAUX
<b>CP</b>	Contrat de Pays



<b>CR</b>	Contrat de Ruralité
<b>CREPAN</b>	Comité Régional d'Étude pour la Protection et l'Aménagement de la Nature
<b>CRESS</b>	Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire
<b>CSP</b>	Catégorie Socioprofessionnelle
<b>CUMA</b>	Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole
<b>DDCSPP</b>	Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations
<b>DETR</b>	Dotation d'Équipement des Territoires Ruraux
<b>DIRECCTE</b>	Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi
<b>DRAAF</b>	Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
<b>DRACCARE</b>	Développement Régionale d'Actions Collectives pour le Renouvellement de l'Économie
<b>DREAL</b>	Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement
<b>EBE</b>	Excédent Brut d'Exploitation
<b>EGALIM</b>	Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous
<b>EHPAD</b>	Établissement d'Hébergement pour les Personnes Âgées Dépendantes
<b>EPFN</b>	Établissement Public Foncier de Normandie
<b>ERP</b>	Etablissement Recevant du Public
<b>ESS</b>	Économie Sociale et Solidaire
<b>ETP</b>	Équivalent Temps Plein
<b>FACIT</b>	Fonds d'Aide au Conseil et à l'Innovation Touristique
<b>FEADER</b>	Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
<b>FEDER</b>	Fonds Européen de Développement Régional
<b>FNADT</b>	Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire
<b>FSIL</b>	Fond de Soutien à l'Investissement Local
<b>GAROT</b>	Loi pour la lutte contre le gaspillage alimentaire
<b>GDA</b>	Groupement de Développement Agricole
<b>GIEE</b>	Les Groupements d'Intérêt Économique et Environnemental (GIEE)
<b>GMS</b>	Grandes et Moyennes Surfaces
<b>HSBC</b>	Hong Kong and Shanghai Banking Corporation
<b>IBNS</b>	Inter Bio Normandie Service
<b>IDC</b>	Indice de Disparité des dépenses de Consommation
<b>IDAC</b>	Interprofession Des Appellations Cidricoles
<b>IAE</b>	Insertion par l'Activité Économique
<b>IE</b>	Institut de l'Élevage



<b>IGP</b>	Indication Géographique Protégée
<b>INAO</b>	Institut National de l'Origine et de la qualité
<b>INPI</b>	Institut National de la Propriété Industrielle
<b>INSEE</b>	Institut National de la Statistique et des Etudes Economique
<b>ITI</b>	Initiative Territoire d'Innovation
<b>JA</b>	Jeunes Agriculteurs
<b>LBB</b>	Lait Bio Bray
<b>LCL</b>	Le Crédit Lyonnais
<b>LEADER</b>	Liaison Entre Action de Développement de l'Économie Rurale
<b>LPA</b>	Lycée Professionnel Agricole
<b>MAA</b>	Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
<b>MAEC</b>	Mesure Agro-Environnementale et Climatique
<b>MFR</b>	Maison Familiale Rurale
<b>MJC</b>	Maison des Jeunes et de la Culture
<b>MSS</b>	Ministère des Solidarités et de la Santé
<b>MTE</b>	Ministère de la Transition Écologique
<b>OCAPIAT</b>	Opérateur de compétences pour la Coopération Agricole, l'Agriculture, la Pêche, l'Industrie Agrotis-alimentaire et les Territoires
<b>OP</b>	Organisation de Producteurs
<b>OPA</b>	Organisme Professionnel Agricole
<b>OT</b>	Offices de Tourisme
<b>OTEX</b>	Orientation Technico-économique des Exploitations
<b>PAB</b>	Plan Ambition Bio
<b>PAC</b>	Politique Agricole Commune
<b>PAT</b>	Plan Alimentaire Territorial
<b>PBS</b>	Production Brute Standard
<b>PCAE</b>	Plan de Compétitivité et d'Adaptation des Exploitations agricoles
<b>PCAET</b>	Plan Climat Air Énergie Territorial
<b>PETR</b>	Pôle d'Equilibre Territorial et Rural
<b>PE</b>	Pôle Emploi
<b>PGEB</b>	Programme de Gestion de l'Eau et de la Biodiversité
<b>PLU</b>	Plan Local d'Urbanisme
<b>PNA</b>	Programme National sur l'Alimentation
<b>PNIR</b>	Parc Naturel Inter-Régional
<b>PRNS</b>	Programme Régional Nutrition Santé



<b>PRSE</b>	Plan Régional Santé Environnement
<b>REGAL</b>	Réseau pour Éviter le Gaspillage Alimentaire
<b>RENATA</b>	Réseau National des Espaces-Tests Agricoles
<b>RDI</b>	Répertoire Départ Installation
<b>RGA</b>	Recensement Général Agricole
<b>RHD</b>	Restauration Hors Domicile
<b>RPG</b>	Registre Parcellaire Graphique
<b>SAFER</b>	Société d'Aménagement Foncier et d'Établissement Rural
<b>SAU</b>	Surface Agricole Utile
<b>SCoT</b>	Schéma de Cohérence Territoriale
<b>SDQFN</b>	Syndicat de Défense et de Qualité du Fromage de Neufchâtel
<b>SE</b>	Syndicat d'Enseignants
<b>SFP</b>	Surface Fourragère Principale
<b>SG</b>	Société Générale
<b>SIQO</b>	Signe Officiel de la Qualité et de l'Origine
<b>SIVOS</b>	Syndicat Intercommunal à Vocation Scolaire
<b>SLD</b>	Schéma Local de Déplacement
<b>SMAD</b>	Syndicat Mixte d'Aménagement et de Développement
<b>SPE</b>	Syndicat de Parents d'Élèves
<b>STG</b>	Spécialité Traditionnelle Garantie
<b>STH</b>	Surface Toujours en Herbe
<b>TD2030</b>	Territoire Durable 2030
<b>TVB</b>	Trame Verte et Bleue
<b>UFC</b>	Union Fédérale des Consommateurs
<b>(UR)SCOP</b>	Union Régionale des Sociétés Coopératives et Participatives
<b>VVF</b>	Village Vacances Famille







