

LA TRANSITION ALIMENTAIRE EN ACTIONS



NOVEMBRE 2021

CATALOGUE D'INITIATIVES LOCALES AU SEIN DU PNR DES VOSGES DU NORD



Une alimentation solidaire au restaurant de l'ESAT : La Ruche à Sarreguemines



Un Etablissement et Service d'Aide par le Travail (ESAT) permet l'accueil de public adulte en situation d'handicap dans le but de favoriser l'insertion sociale à travers le travail. L'ESAT "La Ruche", créé dans les années 1980, propose de nombreux ateliers : conditionnement, montage, entretien des espaces verts, menuiserie... mais également un atelier cuisine avec un restaurant ouvert au grand public.

AUTEUR(S)

SANDNER THOMAS

Directeur adjoint

thomas.sandner@gc3s.fr

Fiche rédigée par **Adèle**

Gspann

PROGRAMME

Démarrage: 1980

Lieu de réalisation:
Sarreguemines

ORGANISME(S)

ESAT LA RUCHE

Sarreguemines - 57200

2 Rue des Frères Lumière

40 Salariés / 159 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

14/10/2019

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Sociaux Création et renforcement du lien social

📍 Localisation

France

Grand Est

Moselle

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Personnes en situation de handicap

Universel

Type d'action

Consommation Restauration responsable

ORIGINE ET CONTEXTE

L'ESAT La Ruche a ouvert ses portes à la fin des années 1980 et l'atelier cuisine a très vite suivi, dans un premier temps pour l'équipe interne seulement puis pour le grand public ensuite. L'établissement accueille tous types de handicap : physique et psychique.

OBJECTIFS

L'objectif principal d'un ESAT est de favoriser le lien et l'insertion sociale pour les personnes en situation d'handicap. L'ESAT de la Ruche a notamment choisi de le faire au travers de l'angle de la cuisine et de la restauration, à destination du grand public.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Restaurant ouvert tous les midis du lundi au vendredi.

Le restaurant fournit également quelques foyers externes faisant partie de leur réseau.

Une fourniture en denrées alimentaire qui provient de l'entreprise agroalimentaire ELIOR, qui nécessite transformation au sein du restaurant .

Les bénéfiques du restaurant sont reversés dans l'aménagement de l'espace et dans l'achat de matériels pour les différents ateliers de l'ESAT.

valorisation du travail réalisé par les travailleurs de l'ESAT via l'ouverture au grand public

mise en place de deux type de préparation : assiettes destinées au personnel interne de l'ESAT, et celles destinées au grand public

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le restaurant sert aujourd'hui de 150 à 160 couverts pour l'équipe interne et entre 100 à 150 couverts pour le grand public.

Le public extérieur est composé majoritairement de travailleurs de la zone industrielle où est situé l'établissement, mais également de retraités : le public est donc divers.

Certains clients sont présents tous les jours, permettant de nouer une certaine complicité avec les travailleurs du restaurant.

L'ouverture du restaurant au grand public a fait bondir la demande de 50 couverts à 300 couverts par jour.

Menus à moins de 10€

ORIGINALITÉ

Le restaurant propose des menus très accessibles et dont la qualité est appréciée.

L'équipe de cuisine est constituée de 3 encadrants et de 15 à 20 personnes en situation de handicap

PARTENARIAT(S)

Partenaires de l'ESAT :

Le Groupement GC3S (Sarre Solidarité Synergie). Ce Groupement s'occupe de 3 pôles : l'enfance, l'hébergement et l'insertion par le travail.

L'Association familiales d'aide aux enfants inadaptées de la région de Sarreguemines (AFAEI)

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

La gestion du coup de feu du midi, lorsque le restaurant est rempli. Ce moment peut très vite être suivi par un grand coup de stress pour des travailleurs handicapés.

La gestion des stocks : la cuisine n'est pas très grande et est exploitée à son ma

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Avec l'ouverture au grand public du restaurant, les personnes handicapées se sont retrouvées en contact avec les clients. Ils ont dû s'adapter à ce nouveau dialogue, à la gestion de leur stress, à une présentation professionnelle, à poser les bonnes questions... Les moniteurs sont présents au quotidien pour les accompagner dans cette démarche.

Améliorations futures possibles :

L'ESAT La Ruche souhaite améliorer la qualité de leur repas en améliorant la qualité des produits bruts qui leur sont livrés. Pour cela, ils cherchent à intégrer des producteurs locaux dans les fournisseurs d'ELIO

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'accueil chaleureux des clients est gage de réussite de l'ESAT La Ruche !

L'espace et l'aménagement de la cuisine a également facilité l'ouverture de ce restaurant qui a désormais atteint ses capacités d'accueil maximales

CONSEIL DÉPARTEMENTAL Bas-Rhin

Ici on mange bio et local



Dispositif du département du Bas-Rhin, « Ici on mange bio et local » invite les collèges plusieurs fois par an à proposer une semaine avec des menus composés de produits bio et/ou locaux. Les semaines proposées sont thématiques : produits laitiers, légumes de saison, viandes ovines...

AUTEUR(S)

SPANO PATRICIA

Secteur Environnement et Aménagement des Territoires, Service Milieux Naturels

patricia.spano@bas-rhin.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2015

Lieu de réalisation: Territoire du Département du Bas-Rhin

Origine et spécificités du financement : Département du Bas-Rhin

ORGANISME(S)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU BAS-RHIN

Strasbourg - 67964

place du Quartier Blanc



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Appréciation(s) du comité

A généraliser !

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Elèves, étudiants

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Culturels Valorisation du patrimoine alimentaire

Pédagogiques Communication auprès des enfants

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Alimentation

Education et formation

Envergure du programme

Locale

Type d'action

Consommation Restauration responsable

ORIGINE ET CONTEXTE

Dans le territoire du département du Bas-Rhin, il existe 90 collèges dont 70 avec un restaurant scolaire et 51 cuisines de production réelle. Ces 70 collèges servent plus de 260 000 repas par an.

OBJECTIFS

Les objectifs pour le département du Bas-Rhin avec ce dispositif sont les suivants :

- Soutenir les activités agricoles du territoire
- Favoriser une alimentation de qualité accessible à tous.
- Montrer aux collèges qu'un approvisionnement bio et local est possible. Pour ensuite que les collèges poursuivent cet engagement en dehors de ces semaines banalisées.
- Inscrire durablement l'approvisionnement bio et local dans les collèges

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Via l'intranet, les collèges s'inscrivent à ce dispositif et indiquent le jour de la semaine où ils participent, la composition du menu, l'origine des produits. Les collèges peuvent s'inscrire soit pour la semaine complète soit pour un ou plusieurs jours. Les menus proposés doivent être autant que possible issus d'une agriculture bio et locale. Cet engagement est volontaire, le collège ne reçoit pas d'aides financières supplémentaires lors de ces semaines. C'est une manière pour eux de valoriser également leur savoir-faire en cuisine.

La Chambre d'Agriculture d'Alsace, partenaire du dispositif, accompagne les collèges pour trouver des producteurs pouvant les livrer et met à disposition un outil informatique permettant de faire le lien entre producteurs et collèges, Appro-Alsace. La Chambre d'Agriculture se charge également de sensibiliser directement les producteurs sur les besoins des restaurations hors domicile en produits bio et locaux. Les services civiques du département peuvent être également sollicités par les collèges pour proposer des animations lors de la semaine. Des producteurs sont également invités pour partager ce moment. Chaque collège se charge de la communication autour de l'événement, comme par exemple contacter la presse.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Quasiment tous les collèges avec une restauration ont participé au moins une fois à ce dispositif. Au mois de juin 2018 : 18 collèges se sont inscrits.

Lors de la semaine en mars dernier, l'association Agneau terroir d'Alsace ainsi que le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord ont été conviés dans les locaux du collège de Niederbronn les Bains pour le lancement d'un nouveau produit : la « galette du berger ». Cette préparation a été conçue tout spécialement pour le jeune public afin de leur faire goûter cette viande savoureuse. De nombreuses animations ont également été mises en place : atelier de tonte, quizz, démonstration de chiens de troupeau, stand sur les prairies fleuries...

ORIGINALITÉ

Ces semaines mettent à l'honneur les productions agricoles du territoire du Bas-Rhin et permettent aux collégiens de découvrir gustativement les produits de leur région et le monde agricole qui les entoure.

PARTENARIAT(S)

Ces semaines mettent à l'honneur les productions agricoles du territoire du Bas-Rhin et permettent aux collégiens de découvrir gustativement les produits de leur région et le monde agricole qui les entoure.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Les collèges peuvent rencontrer deux types de difficultés :

- Une difficulté financière : les menus proposés par certains collèges ont coûté plus cher qu'à l'accoutumée, notamment lorsqu'ils ont commandé de la viande bio et locale.
- Une difficulté logistique : certains collèges souhaitent s'engager mais ne trouvent pas de producteurs à proximité pour leur livrer des produits

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Deux solutions adoptées :

- Pour compenser le budget, les collèges ne participent pas forcément à l'ensemble des semaines proposées par

le dispositif sur l'année.

- Mise en place de la plateforme internet ApproAlsace et accompagnement personnalisé par la Chambre d'Agriculture

Améliorations futures possibles :

Les 3 pistes d'amélioration :

- La Chambre d'Agriculture et le département du Bas-Rhin cherchent à regrouper les collèges pour permettre à un producteur de livrer plusieurs collèges en même temps afin de diminuer le coût de la logistique.
- Rattacher le dispositif à des événements nationaux et lui donner encore plus de visibilité.
- Accompagner les collèges sur la gestion de leur budget.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Mettre en place des outils pour accompagner les collèges dans leur démarche d'approvisionnement local et bio tel que le partenariat avec la Chambre d'Agriculture, la plateforme ApproAlsace...

POUR EN SAVOIR PLUS

<http://approalsace.fr/>

Pressage d'huile de noix à froid pour IDE-AL, une entreprise d'aide à l'insertion



En 2013, le chantier d'insertion IDE-AL a installé deux presses d'huile de noix à froid permettant aux particuliers de produire leur propre huile. Ils y viennent ainsi presser leurs noix du jardin préalablement décortiquées et en ressortent de l'huile pour accompagner leur assaisonnement !

AUTEUR(S)

MACQ NICOLE
Coordinatrice d'IDE-AL
idal67@orange.fr
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2013
Lieu de réalisation: Drulingen
Origine et spécificités du financement : Communauté de communes pour la fabrication des machines

ORGANISME(S)

IDE-AL
DRULINGEN - 67320
6 rue de Weyer
80 Salariés



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/07/2018

Appréciation(s) du comité

Innovant !

Type de structure

Entreprises Entreprise

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

Services d'accompagnement Location, partage, don d'équipements

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Transformateur

Type d'objectif

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Développement local Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

ORIGINE ET CONTEXTE

Le président de l'association arboricole d'Alsace Bossue et le président d'IDE-AL ont longtemps voulu monter cet atelier. Ils ont eu connaissance qu'un particulier possédait des machines de pressage à froid d'huile de noix

pas loin de chez eux (à 65 km), machines dont ils se sont inspirés pour construire celle d'IDE-AL. La communauté de communes a financé la fabrication des machines construites par un métalliseur partageant les mêmes locaux qu'IDE-AL.

OBJECTIFS

L'objectif est de permettre à des particuliers de faire presser leurs propres noix pour en faire de l'huile. Le pressage à froid permet de garder tous les nutriments de la noix.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

En 2013, l'atelier de pressage d'huile de noix est officiellement ouvert. Les particuliers appellent l'entreprise pour convenir d'un créneau pour amener leurs noix décortiquées et leurs contenants (bouteilles vides de 50cl). Le pressage fonctionne uniquement sur rendez-vous. L'entreprise et ses salariés s'occupent de lancer la machine et de mettre en bouteille l'huile. Une journée plus tard, les clients peuvent venir récupérer leur huile. Pour un kilo de noix pressées, le tarif est de 2,50€ et 0,60€ la bouteille vide si besoin. Un minimum de 3 kg de noix est demandé pour le pressage.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

IDE-AL a d'excellent retour des particuliers. Le public s'est énormément élargi. IDE-AL ne pensait pas avoir autant de succès avec son atelier de pressage. Des noix viennent maintenant même de Nancy en colis pour être broyer (particulier se déplace ensuite pour aller chercher les bouteilles d'huile). Ils sont passés de 228 kg de noix pressées en 2013 à 1 712kg en 2016 soit une augmentation d'environ 1 500kg en à peine 3 ans !

ORIGINALITÉ

Cette initiative est la première dans ce territoire. Il existe une autre presse mais à chaud à une quinzaine de kilomètre de Drulingen.

PARTENARIAT(S)

Pour accompagner le projet, IDE-AL s'est entourée du particulier qui possédait déjà les mêmes presses, du métalliseur pour construire les machines et de la communauté de communes pour financer la fabrication des machines.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

La plus grande difficulté rencontrée est de trouver le bon local pour placer les machines avec eau, électricité, circuit air, et facile d'accès

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Pour installer les 2 presses, IDE-AL a dû réaménager un de leur local en effectuant quelques travaux.

Améliorations futures possibles :

IDE-AL a rencontré un grand succès avec son pressage d'huile. Ils ne s'attendaient pas à un tel engouement. Aujourd'hui avec leurs 2 machines, ils ne peuvent pas augmenter leur rendement. Si la demande continue à augmenter, ils vont devoir envisager de revoir le fonctionnement de l'atelier.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'engagement du président dans cette démarche a été nécessaire pour cette initiative ainsi qu'une bonne communication pour la faire connaître

« A corps végétal » et ses ateliers tous public de cueillettes sauvages et de cuisines familiales



En 2017, Cathy MATTER décide de créer son entreprise : A corps végétal. Passionnée par les plantes sauvages, elle souhaite partager ses connaissances et sa passion grâce à des ateliers de cueillette et de cuisine.

AUTEUR(S)

MATTER CATHY
Auto-entrepreneuse
acorpsvegetal@yahoo.com
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: Avril 2017
Lieu de réalisation: Vosges du Nord
Origine et spécificités du financement : Fonds propres

ORGANISME(S)

A CORPS VÉGÉTAL
Puberg - 67 290
6 rue des Chênes
1 Salariés

COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Appréciation(s) du comité

Résultats et impacts à préciser

Type de structure

Entreprises Entreprise

Bénéficiaires

Universel

Type d'action

Consommation Consommation alimentaire (Autre)

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Valorisation non alimentaire de produits agricoles

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Culturels Entretien du patrimoine naturel

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

ORIGINE ET CONTEXTE

A Corps Végétal est une entreprise créée depuis avril 2017 et proposant des ateliers pour découvrir les plantes comestibles sous forme ludique. Cathy MATTER passionnée depuis longtemps par ces plantes présentes dans notre environnement s'est rendue compte que peu de personnes les connaissent et savent les cuisiner, c'est pourquoi elle a décidé de créer sa propre entreprise.

OBJECTIFS

L'objectif principal d'A Corps Végétal est de partager sa passion au public et de se professionnaliser dans ce domaine. Elle souhaite permettre au public d'être en capacité de reconnaître les plantes sauvages communes et les transformer soit simplement pour se nourrir, se soigner ou se faire du bien. Pour cela elle propose de nombreux ateliers le long de l'année avec des cueillettes sauvages suivies par des cours de cuisine et/ou la fabrication de cosmétiques naturels.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Après 1 an d'existence, A corps végétal propose une vingtaine d'ateliers tels que « Ail, ail, ail », « Goûter fleuri au printemps », « Plantes à croquer » ... Ces ateliers débutent par des cueillettes où l'on apprend à distinguer les plantes comestibles pour ensuite passer en cuisine afin d'apprendre les recettes réalisables avec. A Corps Végétal propose ces événements dans l'ensemble du territoire des Vosges du Nord. Chaque atelier est ouvert pour une vingtaine de personnes.

12€ par atelier / 10€ si participation à plusieurs ateliers

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Les participants ont fait d'excellents retours à ces ateliers. A Corps Végétal accueille tout type de public, particulièrement des familles. De plus, certains restaurateurs participent également à ces ateliers afin d'apporter une nouvelle dimension à leur travail. Ceux qui participent aux ateliers ne veulent plus après tondre leur pelouse, mais préfèrent garder leurs pissenlits afin de les ajouter dans leurs plats quotidiens !

ORIGINALITÉ

A corps végétal permet d'acquérir des connaissances culinaires sur les plantes communes qui poussent dans nos jardins et dans notre environnement immédiat.

PARTENARIAT(S)

Cathy MATTER est coordinatrice d'une association d'éducation à l'environnement. Les partenaires de cette association lui ont permis de servir de relais pour promouvoir À corps végétal, mais aussi pour fournir un apport technique comme la mise à disposition de cuisine équipée pour ses ateliers.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Le statut d'auto-entrepreneuse adopté par Cathy MATTER, lui a permis d'avancer à son rythme, d'aller dans son sens et ainsi de ne pas rencontrer de difficultés insurmontable. Cette nouvelle activité lui a demandé de se revoir son organisation personnelle et ne dépendant d'aucune autre personne, elle est allée à son rythme. Pour monter son entreprise, il lui a fallu s'informer auprès d'une coopérative d'entreprises pour définir le statut juridique de l'entreprise avant de se lancer.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Prendre le temps de réfléchir à son projet.

Améliorations futures possibles :

Les projets futurs sont de continuer à proposer des ateliers diversifiés pour des binômes familiaux : parents-enfants, grands-parents-petits enfants afin de favoriser la transmission intergénérationnelle

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Pour monter son activité, Cathy MATTER pris son temps de mûrir son projet. Armée de sa passion et du soutien des partenaires de l'association d'éducation à l'environnement dont elle est coordinatrice, A Corps Végétal a pu voir le jour et bénéficier d'une communication importante.

« De ferme en Ferme » : un rendez-vous annuel au cœur des fermes du territoire des Vosges Mosellanes !



« De ferme en ferme » est un événement organisé par l'Association Mosellane d'Économie Montagnarde (AMEM) et le Syndicat Mixte de l'arrondissement de Sarreguemines (SMAS) au cours duquel des producteurs ouvrent les portes de leurs fermes aux consommateurs. Cette manifestation se déroule 1 fois par an et est un moment unique d'échanges et de valorisation des productions agricoles du territoire.

AUTEUR(S)

BERTHOLLE CATHERINE

Chargée de mission
développement rural
catherine.bertholle@amem57.fr
Fiche rédigée par **Adèle
Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2005
Lieu de réalisation: les
Vosges Mosellanes
Origine et spécificités du
financement : Département
de la Moselle et le Syndicat
Mixte de l'arrondissement de
Sarreguemines (SMAS)

ORGANISME(S)

**ASSOCIATION
MOSELLANE D'ÉCONOMIE
MONTAGNARDE (AMEM)**
Volmunster - 57720
4 place de la Mairie
3 Salariés / 71 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche



Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale

Population urbaine

Agriculteurs

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

Localisation

France

Grand Est

Moselle

Domaine

Environnement

Économie, finance solidaire

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Services d'accompagnement

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

Culturels Valorisation du patrimoine technique (savoir-faire)

Culturels Entretien du patrimoine naturel

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

Développement local Création de dynamiques économiques

ORIGINE ET CONTEXTE

La valorisation du territoire et des produits agricoles a toujours fait partie des missions de l'AMEM (association créée en 1979). Accompagner les agriculteurs (de la production à la transformation et valorisation des produits) est un fil conducteur de l'association. C'est ainsi que différentes opérations ont été organisées. En 2005, 6 agriculteurs participent à la première édition « De ferme en ferme » et accueillent les consommateurs désireux de mieux connaître l'origine de leur alimentation.

OBJECTIFS

L'organisation de cette opération collective « de ferme en ferme » répond à plusieurs objectifs :

- Faire découvrir les paysages variés du territoire et plus particulièrement ceux des Vosges Mosellanes, façonnés au gré des saisons par les travaux agricoles.
- Faire découvrir la diversité des exploitations agricoles présentes sur le territoire
- Favoriser les échanges entre les agriculteurs, producteurs et les consommateurs
- Faire découvrir et déguster les produits issus des fermes et ainsi promouvoir les circuits-courts et la vente directe

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Ce projet a débuté dans le pays Bitche puis ensuite s'est étendu à la région de Sarreguemines en partenariat avec le Syndicat Mixte de l'Arrondissement de Sarreguemines. Depuis 2014, ce projet s'est étendu au pays de Sarrebourg pour enfin en 2017 s'élargir jusqu'au Saulnois. En 2017, 17 fermes ont participé à cette opération collective. Dans chaque zone, environ 3 à 5 fermes, situées dans un rayon de 10 à 15 km, ont ouvert leurs portes, permettant aux visiteurs de découvrir plusieurs fermes dans un périmètre proche. L'AMEM et le Syndicat Mixte de l'Arrondissement de Sarreguemines coordonnent ce projet (mise en œuvre de l'opération, rencontres des fermes candidates, coordination et assistance aux fermes le jour j) et élaborent un plan de communication (élaboration d'affiches, flyers, panneaux de fléchage, banderoles, diffusion de publicités dans les journaux locaux, radio locales, diffusion de l'information via le réseau internet et les réseaux sociaux...). Les producteurs sont chargés quant à eux de l'accueil du public chez eux et de l'organisation des repas selon le cahier des charges établis par l'AMEM et ses partenaires : produits provenant de leurs fermes ou des autres fermes partenaires ; chartes des boissons (boissons industrielles interdites, préférences des boissons locales) ; accompagnements industriels non acceptés (ketchup mayonnaise) ou alors fait maison...par exemple. Chaque ferme propose en plus des dégustations divers ateliers : mini fermes, jeu de piste, animations musicales, contes, mini marché bio, visites de l'atelier, démonstrations...

Avant de se nommer « De ferme en ferme », cette manifestation s'appelait : « Balade gourmande de fermes en fermes » mais les consommateurs confondaient avec les marches gourmandes de plus en plus présentes sur les territoires.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Bilan général : Cette opération collective est devenue au fil des années un rendez-vous incontournable pour les consommateurs désireux de découvrir les richesses de leur territoire par la visite des fermes et autres ateliers de transformation. Le nombre croissant de visiteurs atteste de l'intérêt des consommateurs à recréer du lien avec les agriculteurs. Cette démarche permet également aux agriculteurs d'initier ou de conforter leur réseau de vente directe.

Bilan pour les fermes : en 2017, ce sont 17 producteurs/transformateurs qui ont accueilli et servi plus de 3 000 repas le jour des portes ouvertes. Ces ventes constituent un chiffre d'affaires très important pour les producteurs. Certaines fermes participent à cette opération collective chaque année au vu du succès qu'ils ont eu malgré la charge de travail conséquente pour préparer la ferme à accueillir les visiteurs. Certains producteurs préfèrent participer une année sur deux. Par ailleurs, outre les 17 fermes, ce sont 26 autres producteurs qui ont été associés (via mini-marché paysan ou repas servis à la ferme) à cette opération collective, ceci contribuant à soutenir l'économie agricole du territoire.

Bilan pour les visiteurs : la programmation qui varie d'une année sur l'autre, qui essaie d'intégrer de nouvelles fermes chaque année, permet de susciter l'intérêt des visiteurs chaque année.

ORIGINALITÉ

Depuis quelques années, certains ateliers de transformation (brasserie, confiserie, moulin...) sont également ouverts en même temps que les fermes, ce qui permet de valoriser les produits agricoles depuis la production jusqu'à la vente en passant par la transformation. Cette manifestation existe depuis plus de 12 ans et rencontre chaque année un grand succès et d'excellents retours de la part des producteurs mais aussi des consommateurs. Cette initiative est unique sur ce territoire pour valoriser les produits agricoles.

PARTENARIAT(S)

L'AMEM est entourée de partenaires financiers et techniques dans cette démarche : le département de la Moselle et Syndicat Mixte de l'arrondissement de Sarreguemines (SMAS).

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Afin d'apporter de la cohérence à cette manifestation collective, certaines règles ont été définies dans la charte. Certains points sont difficiles à mettre en œuvre par les agriculteurs comme le fait de proposer uniquement des produits agricoles mosellans, et respecter la charte des boissons.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

C'est en les accompagnant, en leur faisant prendre conscience qu'ils transmettent eux-mêmes un message en respectant leurs produits lors de ces portes ouvertes que l'AMEM arrive à les faire adhérer à la charte. « Quel dommage de mettre du ketchup industriel sur de la viande de qualité qui se suffit à elle-même ! »

Améliorations futures possibles :

Continuer de montrer la diversité des productions agricoles présentes sur le territoire en permettant à de nouvelles fermes de participer à cette opération collective.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Ce qui a permis à ce projet de voir le jour est l'engagement de l'AMEM et de ses partenaires. L'AMEM rencontre chaque producteur qui souhaite participer afin de mieux connaître la ferme, l'agriculteur et les produits et ainsi de mieux valoriser leur travail. Cet entretien permet également d'expliquer les modalités d'organisation inscrites dans la charte. Une des forces de cette opération, c'est son aspect collectif, chaque ferme est unique mais les objectifs poursuivis sont communs, aussi la communication est collective et mise sur la complémentarité des fermes et non sur leur concurrence. Des outils de communication communs sont distribués à tous les producteurs. Le jour J, l'AMEM passe dans chacune des fermes pour s'assurer du bon déroulement de la manifestation. La réussite de cette initiative repose également sur le volontariat et l'investissement des producteurs. Cette journée leur demande une grande organisation, tous ayant besoin de l'aide de bénévoles. De nombreuses activités supplémentaires à la dégustation sont proposées dans chaque ferme.

Une valorisation du territoire des Vosges Mosellanes auprès des consommateurs : « Les Marchés Paysans »



A travers cet évènement initié en 2009 par l'Association Mosellane d'Économie Montagnarde (AMEM), les producteurs sont invités à valoriser leurs produits au plus près des consommateurs. Chaque « Marché Paysan » est associé à une thématique en lien avec la commune co-organisatrice.

AUTEUR(S)

BERTHOLLE CATHERINE

Chargée de mission
développement rural
catherine.bertholle@amem57.fr
Fiche rédigée par **Adèle
Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2009
Lieu de réalisation: Les
Vosges Mosellanes
Origine et spécificités du
financement : Département
de la Moselle et le Syndicat
Mixte de l'arrondissement de
Sarreguemines (SMAS)

ORGANISME(S)

**ASSOCIATION
MOSELLANE D'ECONOMIE
MONTAGNARDE**
Volmunster - 57720
4 place de la Mairie
3 Salariés / 71 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

16/08/2018

Appréciation(s) du comité

A généraliser !

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale

Agriculteurs

Type d'action

Distribution/commercialisation Création de circuits de
proximité (géographique)

📍 Localisation

France

Grand Est

Moselle

Domaine

Environnement

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Services d'accompagnement

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

Culturels Valorisation du patrimoine technique (savoir-
faire)

Pédagogiques Amélioration de l'accès à l'information

Développement local Création de dynamiques
économiques

Développement local Synergie entre les acteurs du territoire

ORIGINE ET CONTEXTE

La valorisation du territoire et des produits agricoles a toujours fait partie des missions de l'AMEM (association créée en 1979). Accompagner les agriculteurs (de la production à la transformation et valorisation des produits) est un fil conducteur de l'association. C'est dans cet objectif que différentes opérations ont été organisées. En 2009, la première édition du « Marché paysan » dans la ville de Bitche est lancée.

OBJECTIFS

Cette opération répond à plusieurs objectifs :

- Valoriser les produits issus des fermes mosellanes et plus particulièrement les produits issus du territoire des « Vosges Mosellanes » élargi aux arrondissements de Sarreguemines et de Sarrebourg. Les exposants offrent aux consommateurs la garantie de produits de qualité et de l'origine de production.
- Promouvoir la marque et le label MOSL (Moselle Sans Limite) portés par le Département de la Moselle.
- Valoriser les savoir-faire locaux, tant au niveau des produits alimentaires qu'au niveau des productions artisanales.
- Favoriser les échanges entre agriculteurs, producteurs, artisans et consommateurs. Les marchés paysans permettent aux consommateurs de déguster, d'apprécier et de s'approvisionner en produits frais.
- Promouvoir les circuits de proximité et ainsi favoriser le développement de l'économie locale. Les marchés paysans sont également une expérience formatrice pour les producteurs souhaitant développer un atelier de transformation et/ou se lancer dans la vente directe.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le premier « Marché Paysan » s'est déroulé dans le pays de Bitche, puis ensuite dans la ville de Sarreguemines. Ces deux marchés existent chaque année. Un troisième « Marché Paysan » s'organise dans une autre commune le temps de 2 ou 3 éditions. Une restauration paysanne est assurée par des associations locales (selon le cahier des charges défini par l'AMEM) et par les producteurs eux-mêmes : produits provenant de leurs fermes ou des autres fermes partenaires, accompagnements de type industriels non acceptés (ketchup, mayonnaise) ou alors fait maison... La buvette répond également à une charte des boissons (vin mosellan, bières artisanales, jus de pomme et limonade élaborée par une entreprise de Moselle). Les offices de tourisme ainsi que des artisans sont également conviés au marché afin de valoriser le territoire d'un point de vue touristique mais aussi pour valoriser les savoirs faire locaux. Des animations pour tous complètent le marché paysan : ambiance musicale, mini-ferme, expositions, démonstrations de savoir-faire....

L'AMEM s'occupe de la définition des modalités d'organisation avec les communes volontaires, des partenariats avec les associations locales, de la coordination avec les producteurs et de la gestion des points administratifs, financiers et logistiques. L'association élabore également un plan de communication (élaboration d'affiches, flyers, panneaux de fléchage, banderoles, diffusion de publicités dans les journaux locaux, radio locales, diffusion de l'information via le réseau internet et les réseaux sociaux...).

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Bilan général : Ces évènements sont devenus au fil des années un rendez-vous incontournable pour les consommateurs désireux de découvrir les richesses de leur territoire par ces marchés et par les ateliers d'artisans. Le nombre croissant de visiteurs atteste de l'intérêt des consommateurs à recréer du lien avec les agriculteurs. Cette démarche permet également aux agriculteurs d'initier ou de conforter leur réseau de vente directe.

Bilan pour les fermes : Aujourd'hui de 20 à 30 producteurs participent à ces événements. Ces ventes constituent un chiffre d'affaire important pour les producteurs. Leur présence sur le marché leur permet également de se faire connaître auprès des consommateurs.

Bilan pour les communes co-organisatrices : Les marchés paysans organisés dans les communes permettent d'assurer une animation dans le village et faire vivre les associations locales (qui tiennent la buvette et pour certaines un stand restauration). Une commune après 3 éditions organisées avec succès et au vu du dynamisme de ses associations locales a souhaité poursuivre l'organisation de marchés paysans, avec des règles un peu différentes de celles de l'AMEM.

ORIGINALITÉ

L'originalité de ce programme réside dans le fait que tous les produits disponibles sur le marché proviennent des fermes (produits à emporter et restauration), qu'il existe une charte des boissons et que des animations et des artisans locaux complètent la manifestation, le tout permettant de valoriser les produits agricoles mais aussi le territoire.

PARTENARIAT(S)

L'AMEM est entourée de partenaires financiers et techniques dans cette démarche : le département de la Moselle et le Syndicat Mixte de l'arrondissement de Sarreguemines (SMAS).

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Afin d'apporter de la cohérence à cette manifestation collective, certaines règles ont été définies dans la charte. Certains points sont difficiles à mettre en œuvre par les communes comme le fait de proposer uniquement des produits agricoles mosellans et de respecter la charte des boissons.

L'accueil de tels marchés demande aux communes d'anticiper les besoins en eau, électricité, barrières, tentes afin que les producteurs puissent assurer la vente de leurs produits.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

C'est en accompagnant les communes co-organisatrices, en leur faisant prendre conscience qu'elles transmettent elles-mêmes un message en respectant les produits de leur territoire lors de ces marchés que l'AMEM arrive à les faire adhérer à la charte. Cela demande du relationnel et du temps.

L'AMEM accompagne les communes dans l'organisation des marchés. L'association rend visite à chacun des producteurs et des acteurs participant (artisans, associations...) pour anticiper leurs besoins et pour s'assurer que la commune soit en capacité d'y répondre.

Améliorations futures possibles :

Ce concept des marchés paysans fonctionne très bien mais il pourrait être décliné en marché paysan nocturne ou autres concepts à définir.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Ce qui a permis à ce projet de voir le jour est l'engagement de l'AMEM et de ses partenaires. L'AMEM rencontre chaque producteur qui souhaite participer afin de mieux connaître la ferme, l'agriculteur et les produits et ainsi de mieux valoriser leur travail. Une des forces de cette opération, c'est l'anticipation des besoins de chacun et l'organisation en amont pour les installations du jour j (besoins et capacités en eau, en électricité...).

Des points de vente labélisés : « Boutiques des Vosges du Nord » afin d'inciter les consommateurs à l'achat local



Inauguré en 2018 en Moselle et dans le Bas-Rhin, le réseau des « Boutiques des Vosges du Nord » regroupe 5 points de vente où des produits issus du territoire sont commercialisés. Ce programme à l'initiative du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord souhaite identifier ces lieux et inciter à une consommation locale.

AUTEUR(S)

GUILLET AGATHE

Chargée de mission circuits de proximité

a.guillet@parc-vosges-nord.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2017

Lieu de réalisation: Territoire du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord

Budget: 59500

Origine et spécificités du financement : Commissariat au massif des Vosges, programme LEADER (avec 2 GAL : Sarreguemines et Vosges du Nord) et la région Grand-Est

ORGANISME(S)

PARC NATUREL RÉGIONAL DES VOSGES DU NORD

La Petite Pierre - 67290

21 rue du château

41 Salariés

COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Outil d'intervention

Outil opérationnel Labellisation, certification, marketing territorial

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

Culturels Valorisation du patrimoine alimentaire

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'action

Services d'accompagnement Labellisation, traçabilité du produit, charte

Champ d'action

Agir sur la valorisation du patrimoine naturel et génétique local

ORIGINE ET CONTEXTE

Lors de la révision de la charte du PNR Vosges du Nord en 2015, un constat est fait : peu de point de vente existant sur le territoire où des produits du territoire sont commercialisés. En parallèle, la demande pour ces produits augmentant, et les producteurs souhaitent trouver de nouveaux débouchés pour vendre localement leurs produits. En 2016, le PNR Vosges du Nord a réfléchi à mettre en place ce projet de réseau de boutiques en s'inspirant d'un même réseau dans le PNR de Lorraine. C'est dans ce contexte que le PNR Vosges du Nord crée un nouveau poste mi 2017 pour initier ce projet.

OBJECTIFS

L'objectif de ce programme est de labéliser des points de vente (petites épicerie de village, magasins à la ferme, office de tourisme ...) où des produits issus du territoire sont proposés à la vente afin de créer à la fois des débouchés pour les producteurs souhaitant vendre en circuit de proximité et à la fois de permettre aux consommateurs d'identifier les lieux d'achat de tels produits.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

A la fin de l'année 2017, un premier groupe de travail s'est monté en collaboration avec des producteurs ainsi que des commerçants pour travailler sur la rédaction du cahier des charges de ces points de ventes, définir l'identité visuelle du réseau (slogan, logo, les outils de communication...). Le PNR des Vosges du Nord est passé par un marché public afin de trouver un graphiste pour définir cette identité. Les outils de communication retenus sont : des flyers, des Beach Flags, des stops-rayons, des sacs en tissus, des stickers. Pour être labélisé, le point de vente, s'il n'y a pas d'activité de production en parallèle, doit proposer 8 produits issus du Parc sinon 6 produits. Ces produits doivent représenter 5 familles de produits différents parmi les suivantes (si vitrine réfrigérée sinon seulement 3 familles) :

- Produits laitiers,
- Boissons,
- Fruits et légumes,
- Viandes et poissons,
- Pains et pâtisseries,
- Confitures et confiseries,
- Charcuteries et plats cuisinés,
- Productions artisanales non alimentaires
- Produits de pépinière et d'horticulture.

Outre la labélisation, le PNR Vosges du Nord accompagne les épicerie ne rentrant pas encore dans la charte afin d'augmenter leur approvisionnement en produits locaux.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le réseau comprend aujourd'hui 5 points de ventes et 3-4 autres en cours d'accompagnement par le PNR des Vosges du Nord. L'objectif est d'arriver à 8 boutiques d'ici fin 2018. Cette fédération des boutiques est un premier succès pour le PNR Vosges du Nord.

ORIGINALITÉ

Des boutiques labélisées au lieu des produits est une originalité de ce programme ! Ces boutiques font aujourd'hui partie d'un même réseau et travaillent collectivement pour un même objectif de développement et de valorisation du territoire.

PARTENARIAT(S)

Partenaires financiers : l'Etat (Commissariat au massif des Vosges), la région Grand-Est, l'Union Européenne (les fonds FEADER)

Partenaires techniques : les boutiques labélisées et Grafiti (agence de communication).

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- La définition des condition d'adhésion au réseau s'est avérée complexe, il définir précisément les critères afin d'éviter les interprétations différentes.
- Les boutiques labélisées sont des boutiques qui avaient déjà entamé cette réflexion sur l'approvisionnement

local. Le défi est d'aller à la rencontre de boutiques n'ayant pas encore commencé cette démarche et de les accompagner

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Plusieurs rencontres avec ces boutiques pour déterminer les produits manquants et les producteurs proches avec lesquels travailler.

Améliorations futures possibles :

Le PNR Vosges du Nord souhaite mettre en place une assemblée des boutiques pour réfléchir collectivement sur les difficultés inhérentes à ce commerce, à une meilleure logistique des livraisons, des nouveaux moyens de communication, la promotion du réseau, la création d'ateliers et d'animations en boutiques, etc.

En parallèle, le PNR Vosges du Nord souhaite créer un panier garni de produits du Parc, mis en vente dans les boutiques.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Le facteur clé est la motivation des commerçants et producteurs dans ce programme. Avoir des personnes moteurs a permis au réseau de voir le jour rapidement.

POUR EN SAVOIR PLUS

S:\Programme_actions_projets\Nature-Agriculture\03_AGRICULTURE\CIRCUITS COURTS\BOUTIQUES_DU_PARC\INAUGURATION\DNA10_07_18 Dossenheim.pdf

"Par quoi je commence ?" : un collectif citoyen de Wissembourg souhaitant rendre leur ville plus verte et plus comestible



Collectif citoyen créé en 2017, « Par quoi je commence ? » a pour souhait de rendre plus verte la ville de Wissembourg. Chaque membre du collectif peut solliciter ce dernier afin de réaliser différents projets permettant d'atteindre cet objectif.

AUTEUR(S)

MOUGEL FRÉDÉRIC

Webmaster

f.mougel@au161.fr

Fiche rédigée par **Adèle**

Gspann

PROGRAMME

Démarrage: 2017

Lieu de réalisation:
Wissembourg

ORGANISME(S)

PAR QUOI JE COMMENCE?

Wissembourg -

xxx

0 Salariés / 130 Bénévoles /

0 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Participation, gouvernance

Alimentation

Type de structure

Entreprises Entreprise

Association, collectif, ONG Mouvement citoyen

Envergure du programme

Locale

Bénéficiaires

Universel

Type d'acteur

Services d'accompagnement

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Sociaux Création et renforcement du lien social

Environnementaux Décarbonation, performance énergétique

Environnementaux Réduction/traitement des déchets, économie circulaire

Pédagogiques Communication auprès des enfants

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

ORIGINE ET CONTEXTE

Au début de l'année 2017, une séance du film Demain est proposée au grand public après une première projection scolaire à plus de 1000 jeunes du Nord Alsace. La séance tout public attire 200 personnes et est suivie d'un forum sur les 5 thèmes du film (agriculture, énergie, démocratie, économie et éducation). Un arbre à idées est également installé afin de permettre aux spectateurs de proposer des projets pour la ville de Wissembourg. Des citoyens de Wissembourg ressentaient à la suite de ce film l'envie d'agir, de se rencontrer, de monter des projets ensemble. C'est ainsi que le collectif s'est créé.

OBJECTIFS

L'objectif premier du collectif est de rendre la ville de Wissembourg plus verte et plus accueillante. L'éthique est celle de la permaculture : « Prendre soin des Humains et prendre soin de la Terre », les deux allant de pair. Les actions s'organisent autour de 5 pôles (ceux qui structurent le film Demain). Pour lancer une action, chaque membre du collectif peut proposer un projet et solliciter les autres membres afin de mutualiser les compétences de chacun.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

2 projets importants en lien avec l'alimentation :

- Eco-école avec installation de bacs potagers :

Ce projet était le souhait de l'une des membres du collectif. Le constat repose sur l'observation de la cour de récréation d'une école primaire de Wissembourg : la surface s'avérait totalement bétonnée. Aurélie Picher, ingénieure environnement pour la ville, soutenue par le collectif « Par quoi je commence ? » pour la partie jardinage et construction, a rencontré la directrice de l'école pour lui proposer un cheminement vers la labellisation « Eco-Ecole », projet d'une durée de 2 ans. L'idée est de fabriquer avec les élèves de l'école (CP puis CE1 l'année suivante) et des enfants de l'IMP les Glycines, 8 bacs potagers en palettes de récupération, de les peindre, puis de les préparer afin de faire des plantations. Fin juin 2017, un comité de pilotage se monte avec un élu, un membre du collectif pour le côté agriculture, les instituteurs et la directrice pour permettre de débiter les actions en septembre de la même année. Durant l'été, la mairie s'est chargée de l'organisation des moyens humains et matériels (ex : fourniture en palettes). A l'automne, sur la bande d'herbe entourant l'école 17 petits fruitiers (fraisiers, framboisiers, vignes, baies de mai) ont été plantés. En avril 2018, les premières plantations ont pu avoir lieu. L'école doit maintenant prendre en main la gestion de ces bacs : semer, entretenir, organiser des ateliers cuisines avec les récoltes... L'idée est que les enfants participent à tout, de la fabrication à la dégustation.

- Les Incroyables comestibles : 3 projets mis en place

- o Sur le chemin de l'école j'adopte un fraisier : l'idée vient d'un des membres du collectif, Mathieu Launay. Ayant remarqué que de nombreux écoliers passaient dans la rue principale à Wissembourg pour rejoindre différentes écoles, il a souhaité leur permettre de se nourrir de fraises naturellement bonnes. Il a démarché 25 commerçants de la rue afin de leur demander d'installer des bacs devant leur vitrine. Son idée à l'origine était que les commerçants mettent à disposition les bacs et que les parents d'élèves offrent des plants. Cette initiative a été relayé par la presse locale mais également par France 3. La démarche a eu de très bons échos, avec un effet visuel fort apprécié.

- o Plantation d'une zone fruitière devant un établissement scolaire : lancé par Joëlle Launay, cette action a permis de mutualiser les compétences entre citoyen-ne-s, technicien-ne-s, écoles et élu-e-s afin d'acheter les arbres fruitiers et les planter, préparer le terrain, organiser l'action, communiquer, désherber. Lors des plantations, des lycées et des primaires ont participé, un échange transgénérationnel a pu s'opérer.

- o Plantation de plantes comestibles dans les bacs à fleurs d'une des rues de Wissembourg : le collectif s'est renseigné auprès de la mairie pour pouvoir planter dans des bacs fleuris d'autres espèces comestibles de plantes. Ce sont 12 bacs de la rue du Nord qui sont à présent garnis de maïs, choux, courges, plantes aromatiques ... L'école maternelle de la rue a pu bénéficier de l'opération et les bacs intérieurs ont également été remplis

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

- Pour le projet Eco-école : l'école a pu être labellisée. Le collectif en collaboration avec l'école et la médiathèque travaille sur la réalisation d'un rendu réalisé par les enfants pour valoriser leur résultat.

- Pour le projet « Sur le chemin de l'école j'adopte un fraisier » : Peu de parents d'élèves ont pris l'initiative

d'acheter des fraisiers mais le rendu final eu énormément de succès. Ce projet a été apprécié par les élus de la ville notamment avec son rendu visuel.

ORIGINALITÉ

Le collectif regroupe des personnes de Wissembourg et de tous types de catégories socio-professionnelles. Ce sont des gens du coin qui réfléchissent ensemble avec de multiples compétences.

PARTENARIAT(S)

Selon les projets, les partenariats sont différents. Il peut s'agir de la mairie, des écoles, la médiathèque de la ville...

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Chaque projet est attirant et motive les membres du collectif ; cependant lors de la mise en œuvre, quelques problèmes de logistique apparaissent parfois. Mais aucune difficulté majeure n'a interrompu un des projets déjà menés à bien. Pour les membres du collectif, ces derniers représentent quelque chose de vivant avec l'idée que ce qui prime c'est le lien qu'ils créent, qu'ils aient ou non abouti.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Prendre le temps de contacter les bonnes personnes, d'expliquer qu'est-ce que représente le collectif. Aller à la rencontre des gens. Se faire de plus en plus connaître...

Améliorations futures possibles :

Pour le collectif, l'idée est de continuer à proposer des projets et d'avancer sur ceux déjà en route. Le collectif essaye de se rendre le plus visible possible lors d'évènements : ils ont tenu un stand lors des portes ouvertes du lycée de Wissembourg (un des membres du collectif étant enseignant dans le lycée et a fait la demande au principal). De même, ils sont invités au festival de l'outre forêt et vont tenir des ateliers. La lettre d'information, les parutions fréquentes dans les DNA, le flyer du collectif, les projections annuelles de film à la Nef sont autant de vecteurs pour augmenter cette visibilité.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La création du collectif a permis à beaucoup de citoyen-ne-s de ne plus se sentir « seul- e dans son coin ». Lorsque le collectif s'est créé, ils se sont aperçus qu'ils étaient nombreux à avoir des envies pour la ville, à avoir des idées pour reverdir Wissembourg. De même pour certains projets, la casquette du collectif a permis plus aisément d'amener certaines conversations sur la table. Ce rassemblement de diverses personnes, d'horizons divers a permis au collectif d'avancer.

« Le Paysage a du goût » : une initiative suite à un programme de réouverture du paysage dans les fonds de vallée des Vosges du Nord.



Suite à la pression de la forêt sur l'habitat, le Parc naturel régional des Vosges du Nord met en place un programme multi-partenarial basé sur un pâturage extensif par des bovins de race rustique, résistants aux conditions défavorables et valorisant les milieux humides au fourrage peu appétant : les Highlands Cattle. L'initiative « Le Paysage a du goût », qui a débuté en 1996, vise à réguler le troupeau.

✍ AUTEUR(S)

BAYEUR CÉCILE

Chargée de mission agriculture
c.bayeur@parc-vosges-nord.fr
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

📍 PROGRAMME

Démarrage: 1996
Lieu de réalisation: Territoire du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord

🏢 ORGANISME(S)

PARC NATUREL RÉGIONAL DES VOSGES DU NORD
La Petite Pierre - 67290
21 rue du château
41 Salariés

COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Domaine

Environnement Agriculture Alimentation

Envergure du programme

Locale

Outil d'intervention

Outil de planification Programme d'actions

Type d'objectif

Culturels Entretien du patrimoine naturel
Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs
Développement local Maintien et/ou création direct(e) d'emplois

📍 Localisation

France Grand Est Bas Rhin

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat
Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG
Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

Production agricole Agroécologie

Champ d'action

Agir sur la structuration de filières et la mise en réseau des acteurs

ORIGINE ET CONTEXTE

Les fonds de vallées des Vosges du Nord ont été exploités durant plusieurs siècles par les ouvriers-paysans. Mais suite à la déprise agricole ces terres ont évolué en friches voire jusqu'au stade forêt. S'en est suivie une sensation de cloisonnement pour les habitants, de pression de la forêt sur l'habitat. Ce phénomène a petit à petit entraîné une pression sociale et politique en faveur du maintien et/ou de la réouverture d'espaces aux perspectives dégagées à proximité des villages. Deux possibilités de gestion étaient envisageables pour des milieux prairiaux : la fauche ou la pâture. Rapidement, la fauche a été écartée par manque de compatibilité, à l'époque, entre portance du sol et matériel agricole. Le choix retenu a été le pâturage extensif par des bovins de race rustique, résistants aux conditions défavorables, et valorisant les milieux humides au fourrage peu appétant : les Highlands Cattle. Les surfaces gérées par les Highland Cattle ont augmenté, tout comme la taille du troupeau. Seulement, le projet d'ouverture des paysages est arrivé à son rythme de croisière, il a donc fallu réguler la taille du troupeau. Comment ? arrêter la reproduction, mais il faut renouveler les animaux âgés. Il faut donc vendre une partie du troupeau, comme une exploitation agricole classique.

OBJECTIFS

L'objectif visé est la régulation du troupeau de Highland Cattle installé dans les vallées des Vosges du Nord. Deux solutions sont privilégiées : la vente d'animaux en vif vers d'autres élevage, et la valorisation de la viande via l'action « Le paysage a du goût ». Elle vise à vendre de la viande issue d'animaux peu conformes : la conformation des carcasses ne répond pas aux critères standardisés de la grande distribution, le rapport viande à cuisson rapide/viande à cuisson lente est inverse d'une race plus normative.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Un projet donnant – donnant

Pour mobiliser les acteurs localement, il a fallu faire converger les attentes. D'un côté, l'AGEVON, exploitation agricole gérant le troupeau, ne pouvait fournir des animaux finis nourris 100% à l'herbe des fonds de vallées qu'à l'automne, après la belle saison de pâturage. De l'autre côté, le constat avait été fait par les restaurateurs du territoire, que l'automne correspondait à une phase de creux au niveau de leur activité. Ensemble, le choix a été fait que le « Le paysage a du goût » serait une action ponctuelle (1 fois / an), saisonnière (l'automne), limitée (1 mois) pour susciter la demande.

Un partenariat pour valoriser l'ensemble de l'animal

L'objectif ultime est la valorisation de la carcasse par un réseau de bouchers et restaurateurs. L'AGEVON n'étant pas dotée d'un atelier de découpe, le Parc a opté vers de la « mise en relation » encadrée par des conventions : convention boucher, convention restaurateur. En effet, dans le cas des restaurateurs, il y a un intermédiaire : l'AGEVON vend l'animal à un boucher agréé, au poids carcasse. C'est ensuite le boucher qui vend la viande découpée, dégraissée, conditionnée par morceaux, sous-vide aux restaurateurs. Les deux conventions précisent que l'achat de viande se fait par demi-carcasse minimum, ce qui permet, pour l'AGEVON et le « boucher intermédiaire » de s'assurer de la vente de tous les morceaux de l'animal.

Une communication pour se démarquer et susciter la demande

Le Parc, au travers des conventions, s'engage à communiquer auprès du grand public sur plusieurs points : (1) la qualité gustative de la viande - un goût prononcé, à mi-chemin entre le bœuf de races ordinaires et le gibier, d'une tendreté exceptionnelle, (2) les conditions d'élevage 100% herbe, 100% Vosges du Nord, (3) rôle d'ouverture des paysages. Le Parc sensibilise également les consommateurs à la consommation des morceaux à cuisson lente

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

En 2017, 7 restaurateurs et 5 bouchers ont participé à l'opération « Le Paysage a du goût ». La demande des bouchers et restaurateurs a été supérieure à l'offre possible de l'AGEVON en nombre de carcasse. La plupart des restaurateurs ont fonctionné principalement sur réservation.

ORIGINALITÉ

Avoir fait de cette race écossaise une identité du territoire des Vosges du Nord reconnue par ses habitants et la région proche.

PARTENARIAT(S)

Partenaires du réseau « Le paysage a du goût » : restaurants et bouchers du territoire du PNRVN et des villes portes et périphériques

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Valorisation d'une viande à l'écart des races ordinaires : rapport poids carcasse/viande, rapport morceaux à cuisson lente/morceaux à cuisson rapide, temps de maturation de la viande et perte
- Trouver un boucher agréé pour la vente à d'autres professionnels des métiers de la bouche
- Instauration d'un climat de confiance pour : être sûr de vendre toute la viande, d'avoir des prix raisonnables, de respecter les prérogatives pour la valorisation de cette viande (maturation, originalité des recettes...)

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Mise en place de conventions qui fixent notamment, le prix de revente aux restaurateurs (après accord des deux parties), le temps minimum de maturation de la viande, vente/achat par demi-carcasse minimum, la communication par les deux parties.
- Innovation des menus proposés par les restaurateurs pour en faire un met de luxe majoritairement à base de morceaux à cuisson lente.
- Confiance et respect du cahier des charges de la transformation (cf. convention)

Améliorations futures possibles :

Suite à la diminution des surfaces gérées par l'AGEVON, et donc du cheptel, la question de poursuivre cette manifestation s'est posée. Afin de maintenir la dynamique de la clientèle fidélisée, le Parc a décidé de maintenir l'opération le « Paysage a du goût » en ajustant les voies de commercialisation, et en privilégiant les restaurateurs.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- Confiance
- Respect des engagements cités dans les conventions
- Avoir réussi à démarquer la viande de Highland, à en faire « un produit de luxe »

Une association d'éducation à l'environnement dans les Vosges du Nord : Les Piverts.



Créée dans les années 1990 par des objecteurs de conscience du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, l'association d'éducation à l'environnement Les Piverts ont à cœur de partager leurs valeurs à travers 3 volets : l'éducation à l'environnement, la fabrication d'outils d'accompagnement et des études naturalistes. Les Piverts permettent la sensibilisation sur des thématiques tels que le gaspillage alimentaire, l'entretien du patrimoine alimentaire...

AUTEUR(S)

MATTER CATHY

Coordinatrice de l'association
cathy.matter@lespiverts.org
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 1997
Lieu de réalisation: Territoire du Parc naturel régional des Vosges du Nord et alentours

ORGANISME(S)

LES PIVERTS

LOHR - 67290
9 rue de Petersbach
6 Salariés / 200 Bénévoles / 70 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Domaine

Education et formation

Environnement

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Valorisation non alimentaire de produits agricoles

Type d'objectif

Environnementaux Décarbonation, performance énergétique

Pédagogiques Communication auprès des enfants

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Elèves, étudiants

Personnes en situation de handicap

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

ORIGINE ET CONTEXTE

L'association Les Piverts travaille sur les enjeux environnementaux et naturels du territoire mais en parallèle ils ont été sollicités progressivement pour participer à des dispositifs sur l'alimentation de différentes structures.

Ils ont ainsi travaillé sur 3 projets en lien avec l'alimentation :

- Projet gaspillage alimentaire avec le SMICTOM de Saverne suite au label Territoire zéro déchet zéro gaspillage
- Projet verger : déclinaison du dispositif Verger Solidaire d'Alsace (VSA) de la Région au niveau plus local.
- Projet Un fruit pour la récré : Contacté par l'Association Mosellane d'Économie Montagnarde (AMEM) pour permettre un accompagnement pédagogique à ce dispositif national.

Les Piverts permettent la déclinaison de dispositifs nationaux (un fruit pour la récré) ou régionaux (gaspillage alimentaire) à des échelles plus locales.

OBJECTIFS

Pour les Piverts, leur objectif est d'amener leur public à se questionner autour d'enjeux actuels tels que le gaspillage alimentaire, le maintien des paysages alimentaires, l'importance d'une alimentation équilibrée....

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les Piverts disposent d'une méthodologie qu'ils mettent en place sur différents projets :

- Réunion avec tous les gens impliqués afin de recueillir les représentations initiales sur la thématique d'étude
- Le diagnostic (3 à 5 séances) : il s'agit ici de séances avec différents acteurs afin de dialoguer, d'observer et de recueillir les idées et les problèmes autour de la thématique d'étude.
- Les réunions (1 à 2 séances) : ces réunions ont pour objectif de fixer ensemble les objectifs à réaliser
- La mise en œuvre (2 à 5 séances) : réalisation des actions qui permettent d'atteindre les objectifs fixés
- La communication interne et/ou externe (1 séance) : présentation des actions réalisées à travers différents outils de communication
- L'évaluation (1 séance) : retour sur le projet afin de déterminer les nouvelles connaissances, compétences obtenues, les impressions post-projets...

Ainsi sur les 3 projets alimentaires, ils ont pu mettre en place :

- Projet gaspillage alimentaire : arrêt de la mise à disposition en libre-service du pain, réalisation d'un film sur la réalisation des repas, création d'espaces potagers
- Projet verger : faire découvrir les vergers selon 3 approches : sensorielle, à travers les habitants du verger et à travers le cycle de la fleur au fruit
- Projet Un fruit pour la récré : travail autour des problématiques suivantes : qu'est-ce que le goût ? qu'est-ce que les saveurs ? comment donner envie aux enfants de goûter un fruit ?

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Les Piverts ont de bon retour de leurs interventions. A travers l'ensemble de leurs actions, les Piverts ont réussi à se placer comme référence pour l'éducation à l'environnement sur leur territoire. Une de leurs réussites concerne le projet gaspillage alimentaire : des délégués ont réalisés un film présentant l'organisation des repas de la cuisine aux déchets. Ce film est passé au ciné-club de Wingen-sur-Moder en avant-première d'un film sur le maraîchage. Cette projection a permis de mettre en avant le travail réalisé par les élèves.

ORIGINALITÉ

L'association des Piverts est intégrée dans un réseau de 5 structures d'éducation à l'environnement (Maison de l'Eau et de la Rivière, la Grange aux paysages, les Piverts, Ethic Etapes et la Maison de la Nature du Delta de Sauer). Les Piverts permettent la déclinaison de dispositifs nationaux (un fruit pour la récré) ou régionaux (gaspillage alimentaire) à des échelles plus locales.

PARTENARIAT(S)

Pour les 3 projets en lien avec l'alimentation, les Piverts ont travaillé avec des périscolaires, des centres d'accueil pour personnes en situation d'handicap et des établissements scolaires. Leur principal partenaire financier est le commanditaire du dispositif (l'Etat, la Région). Les 4 autres structures d'éducation à l'environnement sont des partenaires techniques, d'échange de pratiques (Maison de l'Eau et de la Rivière, la Grange aux paysages, les Piverts, Ethic Etapes et la Maison de la Nature du Delta de Sauer) ...

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Sur le projet gaspillage alimentaire : la difficulté rencontrée est sur l'implication des différentes parties prenantes.
- Sur le projet un fruit pour la récré : la difficulté rencontrée concerne l'organisation de l'approvisionnement en

fruits : fournir des fruits diversifiés en hiver, gérer les transports...

● Sur le projet verger : la difficulté pour ce projet est le décalage entre le cycle naturel des vergers et le cycle scolaire, cela ne permet pas de suivre une culture avec la même classe. Une autre difficulté est de trouver les vergers disponibles pour recevoir des classes. Certaines communes ne possèdent pas de verger école à leur disposition.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

● Sur le projet verger : Pour trouver des vergers disponibles, les Piverts ont fait appel aux enseignants, aux parents et aux grand parents des élèves. Ils ont ainsi pu organiser des visites dans le verger des grands-parents, de l'agriculteur du coin ce qui rendaient certaines visites encore plus riches en échange.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La fédération des 5 structures d'éducation à l'environnement a permis de rendre Les Piverts encore plus visibles sur leur territoire ainsi que la mutualisation des compétences et connaissances.

Une épicerie sociale intercommunale permettant une alimentation solidaire : « La Fraternelle »



La Fraternelle est une Epicerie Sociale Intercommunale qui a ouvert ses portes en 2010 et qui dépend de la Communauté de Communes du Pays de Niederbronn-les-Bains. En tant qu'épicerie sociale, la Fraternelle permet à ses bénéficiaires d'effectuer des économies sur leurs achats alimentaires et ainsi de les réaffecter dans le règlement d'une dette ou facture.

AUTEUR(S)

MONITOR BELLECONTRE CÉLINE

Conseillère en Economie Sociale et Familiale au Centre Intercommunale d'Action Sociale (CIAS) du Pays de Niederbronn-les-Bains

ciascmb@ccpaysniederbronn.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2010

Lieu de réalisation:
Communauté de communes du Pays de Niederbronn-les-Bains

Budget: 170000

Origine et spécificités du financement : Communauté de Communes du Pays de Niederbronn-les-Bains ; Conseil Départemental ;

ORGANISME(S)

LA FRATERNELLE

Gundershoffen - 67110
13 rue d'Uttenhoffen
2 Salariés / 30 Bénévoles / 425 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Domaine

Economie, finance solidaire

Pauvreté, précarités

Alimentation

Exclusion et isolement

Envergure du programme

Locale

Type d'action

Consommation Alimentation solidaire

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Population précaire

Type d'objectif

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Sociaux Création et renforcement du lien social

ORIGINE ET CONTEXTE

L'initiative est partie du constat d'un manque de structures d'aide alimentaire sur le territoire où les bénéficiaires sont acteurs et deviennent responsables dans leurs démarches. Un travail s'engage alors pour la recherche de locaux, la recherche de partenaires financiers, la recherche de partenaires alimentaires et la

constitution du réseau de bénévoles. En parallèle, de la communication a dû se mener également auprès des travailleurs sociaux et auprès des communes présentes sur le territoire de la communauté de communes. Ainsi ouvre en 2010 la Fraternelle.

OBJECTIFS

L'objectif pour la Fraternelle est de permettre aux bénéficiaires de réaliser des économies dans leurs achats alimentaires et de les réaffecter dans le règlement d'une dette ou facture.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les travailleurs sociaux du territoire complètent un dossier avec un volet budgétaire, un bilan socio-professionnel et une fiche navette où sont indiqués les éléments de la famille, leurs difficultés... La commission d'admission composée d'élus, du Conseil Départemental et d'un travailleur social du Centre Intercommunal d'Action Sociale (CIAS) se réunit une fois par mois pour définir les conditions d'accès à l'épicerie pour les bénéficiaires, de la durée du contrat et l'objectif de l'aide. Un contrat est alors signé par les bénéficiaires dans lequel ils s'engagent à utiliser l'économie réalisée pour le règlement d'une facture spécifique. A la fin du contrat, des justificatifs sont demandés. La durée du contrat varie de 1 à 3 mois avec 1 à 2 passages à l'épicerie par mois. Cette occurrence a été choisie par la Fraternelle car des bénéficiaires viennent de loin pour chercher leurs courses. Ils préfèrent privilégier des paniers bien remplis tous les mois que des petits paniers toutes les semaines et ainsi éviter une facture de carburant élevée. Lors du passage à l'épicerie, les bénéficiaires ne payent que 10% du total de leurs achats. La Fraternelle fonctionne également grâce à un réseau d'enseignes alimentaires partenaires :

- La banque alimentaire : pour les denrées sèches 1 fois par mois et fruits/légumes plus occasionnellement
- Le Super U de Gundershoffen : pour les denrées fraîches
- L'Intermarché à Reichshoffen : pour les denrées fraîches
- Le Gourmet d'Alsace : pour les produits surgelés
- Certains achats complémentaires sont effectués grâce à une enveloppe budgétaire de l'Association Nationale des Epiceries Solidaires (ANDES).

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

En 2017, 159 familles ont bénéficié de la Fraternelle soit 425 personnes différentes. Certaines de ces familles peuvent bénéficier de 2 à 3 contrats sur un an. Ces bénéficiaires sont très divers : des familles monoparentales, des familles nombreuses, des retraités, des jeunes couples... Ces personnes viennent en priorité à cause des motifs suivants : factures d'énergie, dettes locatives, redevances d'ordures ménagères. Sur les 159 familles bénéficiaires, on retrouve des personnes percevant le RSA, des revenus professionnels, des indemnités de pôle emploi. Le public est très hétéroclite. De manière générale, il y a une diminution du nombre de bénéficiaires sur l'année 2017. Cette épicerie sociale a permis la création d'un réel lien social entre les bénéficiaires. Du covoiturage, de l'entraide s'est instauré...

ORIGINALITÉ

La Fraternelle propose de nombreux ateliers complémentaires gratuits pour les bénéficiaires :

- Un atelier sur la gestion budgétaire assuré par 2 bénévoles sous forme de jeux de société. A travers cet atelier les thématiques suivantes sont abordées :
 - o Les différents contrats d'assurance qu'est-ce qui est obligatoire, qu'est ce qui est facultatif ?
 - o Le découvert bancaire qu'est que ça engendre ?
 - o Les crédits revolving qu'est-ce que c'est ? ...
- Jardin pédagogique : plantations, compostage, récupération d'eau de pluie...
- Ateliers cuisine : idées de recette, cuisiner les restes, présence d'une diététicienne de la Route de la Santé
- Ateliers de bricolage
- Ateliers de recherche d'emploi
- Cours de français

PARTENARIAT(S)

La Fraternelle travaille avec de nombreux partenaires :

- Le Conseil Départemental, l'ANDES, la Banque Alimentaire
- La Route de la santé : propose des ateliers avec une diététicienne
- Le relais emploi santé insertion
- La MGEN pour des bilans de santé
- Sport pour tous

- Un réseau d'enseignes alimentaires
- Alsace contre le Cancer pour mettre en place le mois sans tabac
- ...

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

• Suite aux nouvelles normes d'hygiène et de sécurité sanitaire des aliments, les bénévoles et les salariés de la Fraternelle ont dû suivre une formation donnée par la Banque Alimentaire. La mise en place a nécessité une adaptation des procédures déjà en place et une rigueur quotidienne quant à la traçabilité des produits.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Formation des bénévoles réalisée par la Banque Alimentaire

Améliorations futures possibles :

La Fraternelle souhaite augmenter ses stocks en fruits et légumes en nouant un partenariat avec Phoenix qui œuvre en faveur de la réduction des déchets alimentaires

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Le large panel d'activités proposées en complément, la mobilisation des bénéficiaires, l'implication des bénévoles et leurs fidélité (même noyau de bénévoles depuis 2010), les initiatives proposées par les employés...

POUR EN SAVOIR PLUS

ANDES : <https://andes-france.com/>

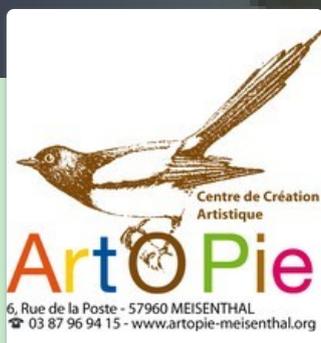
La Roue de la Santé : <http://larouedelasante.fr/>

Phoenix : <http://www.wearephenix.com/>

Le relai emploi santé insertion : <http://resi67.e-monsite.com/>

L'Alsace contre le cancer : <https://www.alsacecontrecancer.com/>

Un groupement d'achat collectif via Artopartage de ARToPIE en dehors des grands groupes agro-industriels



ARToPIE est une association de création artistique qui ouvre dans les années 2015-2016, ARToPARTAGE, un groupement d'achat collectif. Via ce groupement, des consommateurs peuvent s'approvisionner en produits bio éthiquement corrects grâce à la plateforme internet biopartage.

AUTEUR(S)

KIEFFER PHILIPPE
Coordinateur
ARToPIE@gmail.com
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2015-2016
Lieu de réalisation:
Meisenthal

ORGANISME(S)

ARTOPIE
MEISENTHAL - 57960
6 rue de la poste
0 Salariés / 30 Bénévoles /
150 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

01/08/2018

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Sociaux Création et renforcement du lien social

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

Distribution/commercialisation Vente en circuit-court

ORIGINE ET CONTEXTE

La réflexion qui a amené ARToPARTAGE a débuté il y a longtemps, presque 10 ans. En 2005, en parallèle de l'activité artistique menée, ARToPIE organise son premier forum social local. Pendant 11 ans, ARToPIE ouvre ses portes et accueille de nombreux intervenants qui enrichissent leurs réflexions personnelles sur

l'organisation du monde. Ces forums sociaux ont de grands impacts sur la vision du monde des membres d'ARToPIE : comment mieux manger ? comment limiter notre empreinte carbone ? comment soutenir des producteurs ?... Dans les mêmes années (2007-2010), ARToPIE organise des week-ends de réflexions entre membres pour déterminer les lignes directrices de l'association. Les premières envies qui émergent sont d'ouvrir une épicerie, un restaurant ou encore un bar. Dans les années 2015, ils rencontrent Alexis Zaiontchkovsky qui a monté sa coopérative BioLibrePartage en Ardèche permettant l'ouverture de groupes locaux d'achat dans toute la France pour s'approvisionner en produits alimentaires biologiques. Les membres d'ARToPIE ouvrent alors ARToPARTAGE groupe local de Meisenthal

OBJECTIFS

L'objectif d'ARToPARTAGE est de pouvoir s'approvisionner en produits biologiques éthiquement corrects et n'encourageant pas les grands groupes agro-alimentaires.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Tout débute avec la rencontre du gérant de la coopérative BioLibrePartage :

- De nombreux échanges s'opèrent avec lui afin de s'approprier le fonctionnement de biopartage le site internet pour passer les commandes.
- Une rencontre est réalisée
- Ouverture d'ARToPARTAGE sur le site internet de biopartage
- ARToPIE envoie un mail groupé à l'ensemble des personnes en contact avec eux afin d'être le plus grand nombre à commander
- Première commande (dans les années 2015-2016).

Aujourd'hui, les clients s'inscrivent sur le site de biopartage et demandent à rejoindre le groupement d'achat d'ARToPIE. Une fois inscrit, ils peuvent compléter les commandes par cartons (ex : avec 10 sachets de pâtes remplit un carton) afin que le trajet soit rentable. Le remplissage des cartons est visible lorsqu'on se connecte. Une fois les commandes passées, ARToPIE se fait livrer en palettes les cartons et se charge de la répartition ensuite par foyer

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Aujourd'hui, une vingtaine de personnes passe des commandes tous les 2-3 mois via ARToPARTAGE, des membres de l'association mais également des personnes extérieures habitant aux alentours. La création de ce groupement d'achat a permis aux consommateurs de passer d'une démarche individuelle à une démarche collective, de s'ouvrir à des consommateurs soucieux des mêmes réflexions.

ORIGINALITÉ

ARToPARTAGE permet aux habitants locaux de s'approvisionner en produits issus de l'agriculture biologique et éthiquement corrects. En effet, la coopérative BioLibrePartage s'engage à ne proposer que des produits qu'elle a au préalable vérifiés.

PARTENARIAT(S)

Pour monter ARToPARTAGE, le principal partenaire est la coopérative ardéchoise : BioLibrePartage.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Pour les familles, passer par ARToPARTAGE peut représenter une difficulté. En effet, il faut s'habituer à gérer ses stocks lorsqu'on commande seulement tous les 2-3 mois. Cette nouvelle organisation peut repousser des clients potentiels. De même, certains clients ont besoin de voir le produit avant de le commander par internet.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Le souhait d'ARToPIE est d'aller sur des marchés afin d'exposer les produits qu'ils achètent avec ARToPARTAGE. Ils pourraient ainsi rassurer des clients potentiels et expliquer le principe de ce groupement d'achat.

Améliorations futures possibles :

L'idée finale pour ARToPIE est d'ouvrir une épicerie participative. Les membres de l'association estiment qu'à partir de 60 personnes commandant à ARToPARTAGE, cette épicerie pourrait ouvrir régulièrement sans demander trop de temps à chacun et pourrait être rentable également.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'association fonctionne uniquement grâce aux bénévoles. Convaincu chacun personnellement par l'importance de changer son mode d'approvisionnement, ils ont pu mutualiser leurs compétences afin d'ouvrir ARToPARTAGE. Sans cette conviction personnelle et leur implication, ce groupement d'achat n'aurait pas pu voir le jour.

POUR EN SAVOIR PLUS

<http://biopartage.com/>

<http://www.biolibrepartage.fr/>

Un distributeur automatique pour la ferme ADAM permettant de vendre en continu sa production.



En juillet 2016, la ferme ADAM est fière d'annoncer l'ouverture de son distributeur automatique de produits maraichers. Grâce à ce distributeur, la ferme peut vendre à n'importe quelle heure de la journée !

AUTEUR(S)

ADAM PHILIPPE

Double actif agricole

sandra.adam6773@gmail.com

Fiche rédigée par **Adèle**

Gspann

PROGRAMME

Démarrage: 2016

Lieu de réalisation:
Petersbach

Budget: 10000

Origine et spécificités du
financement : Conseil
Régional avec le dispositif
Massif

ORGANISME(S)

FERME ADAM

Petersbach - 67290

19a rue Division Leclerc
2 Salariés

COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Appréciation(s) du comité

Innovant !

Type de structure

Exploitation agricole Exploitation agricole

Entreprises Entreprise

Bénéficiaires

Population rurale

Professionnels

Type d'action

Distribution/commercialisation Vente ambulante/de plein-air

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Environnementaux Dépollution des modes de production agricole (introduction d'alternatives aux intrants chimiques, pesticides, fongicides...)

ORIGINE ET CONTEXTE

La ferme ADAM est une entreprise agricole possédant 9 hectares de cultures maraichère et céréalière, des cochons et des poules. La vente s'effectue notamment par vente directe à la ferme. Or étant double-actif

(ayant deux emplois chacun), durant la journée ils sont souvent absents. C'est ainsi qu'est née l'envie d'installer ce distributeur. Le distributeur ne vend que les produits issus de cette ferme (légumes et œufs), il n'y a pas d'achat revente. Le distributeur se trouve au bord de l'axe principale de Petersbach sous un chalet.

OBJECTIFS

L'objectif pour la ferme ADAM avec l'installation de ce distributeur est de continuer à vendre leurs produits lorsqu'ils sont absents.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

La ferme ADAM a commencé par contacter l'OPABA (l'Organisation Professionnelle de l'Agriculture Biologique en Alsace) pour être guidé dans les démarches à suivre pour recevoir les aides du conseil régional. Ce processus a débuté en novembre 2015 (premier contact avec l'OPABA) et c'est vers la mi-avril 2016 que la ferme ADAM reçoit l'accord pour enclencher les démarches d'achat de la machine. En juin 2016, le distributeur arrive dans la ferme et la vente commence.

Le distributeur comporte 14 casiers et fonctionne de manière autonome. Les clients choisissent leurs produits dans les casiers et payent à la machine le montant de leurs achats. Philippe ADAM est automatiquement prévenu via son smartphone dès lors qu'un casier est vidé. Il peut ainsi suivre à distance la gestion de ces stocks.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

La clientèle est ravie de leurs produits et leurs font d'excellents retours. Grâce au distributeur, ils peuvent acheter des produits frais coupés le matin même. Le pissenlit est le produit qui se vend le plus facilement. La ferme ADAM estime qu'en moyenne il y a 3 à 4 personnes qui passent par jour au distributeur sur un an. L'estimation est compliquée car les ventes dépendent des saisons. En hiver il peut n'y avoir personne pendant plusieurs jours de suite et en été jusqu'à 20 personnes par jour

ORIGINALITÉ

La ferme ADAM est la seule exploitation maraîchère à proposer ce type de vente sur le territoire. Il existe d'autres distributeurs automatiques mais pour le pain uniquement.

PARTENARIAT(S)

OPABA : soutien, partenaire qui a accompagné le projet
Conseil Régional : Financement

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

La grande difficulté pour ce projet est la trésorerie. L'achat d'une telle machine représente dans les 10 000€.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Les aides mettant du temps à arriver, la ferme ADAM a avancé l'achat du distributeur. La main d'œuvre familiale a été très appréciée également et leur a permis de continuer à travailler tout en poursuivant l'activité agricole.

Améliorations futures possibles :

Les envies sont d'augmenter le nombre de casiers de vente ou de s'associer avec un ou plusieurs producteurs pour vendre ensemble soit par un magasin soit par le distributeur. Pour la ferme ADAM, l'idéal serait de permettre un travail à temps complet à la ferme

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Ce qui a permis à la ferme ADAM de s'engager dans ce processus est leur volonté de vendre localement, le plus frais possible leurs légumes. Leur motivation et leur conviction est à l'origine de leur implication financière dans l'achat du distributeur

« Collectif potager d'Ingwiller » ou la possibilité d'acheter directement des produits biologiques de l'exploitation agricole Terre Activ'



Créé en 2014, le Collectif potager d'Ingwiller est une association proposant à ses adhérents des paniers principalement constitués de légumes biologiques de l'entreprise agricole Terre Activ'. Cette association est inscrite dans le réseau national d'Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP).

AUTEUR(S)

**MARCHAL - HUSSER
CORINNE**
Contact de l'association
corinne.husser@orange.fr
Fiche rédigée par **Adèle
Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2014
Lieu de réalisation: Ingwiller

ORGANISME(S)

**COLLECTIF POTAGER
D'INGWILLER**
Wimmenau - 67290
39 rue Principale
/ 28 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/07/2018

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Sociaux Recherche d'une plus grande équité dans les relations

Développement local Création de dynamiques économiques

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

Distribution/commercialisation Création de circuits de proximité (géographique)

ORIGINE ET CONTEXTE

Dans les années 2011, l'entreprise Terre Activ' souhaitait accéder à des terres agricoles afin de pouvoir proposer une vente en paniers de produits maraichers issus de l'agriculture biologique. L'entreprise réussit à trouver du foncier grâce à l'association le SOC de Wimmenau. Une première session d'informations durant l'hiver 2011-2012, s'ouvre afin de faire connaître le souhait d'ouverture d'AMAP.

L'objectif de cette réunion est de constituer un premier groupe de consommateurs qui souhaitent soutenir la production de Terre Activ' en achetant leurs produits. Cette première AMAP a été suivie par l'ouverture de deux autres AMAPs : à Ingwiller en 2014 et à Niederbronn-les-Bains en 2016. Ces 3 AMAPs ont chacune leurs propres structures, leurs propres fonctionnements mais tournent toutes les 3 autour de la même entreprise maraichère Terre Activ'.

OBJECTIFS

L'objectif pour les consommateurs est d'acheter un panier de légumes par semaine avec des produits biologiques, sains, locaux et de soutenir des producteurs.

L'objectif de l'association et du producteur est de permettre une ouverture au monde agricole pour les citoyens ainsi que de promouvoir une alimentation faite par le territoire et pour le territoire.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les consommateurs adhèrent à l'association via un abonnement saisonnier : printemps, été et/ou automne-hiver. En devenant un amapéen, ils s'engagent à assurer des distributions de paniers afin d'effectuer un roulement. Le consommateur est libre de choisir une ou plusieurs saisons et le nombre de paniers qu'il souhaite prendre. Le panier est hebdomadaire, d'une valeur de 15€, il comprend de 6 à 9 produits en moyenne et est distribué tous les vendredis sur les lieux de l'entreprise agricole pour l'AMAP d'Ingwiller.

Un panier de fruits est également disponible provenant de l'entreprise Terre Activ' principalement et complément chez d'autres producteurs locaux au besoin. D'autres producteurs travaillent en partenariat avec l'AMAP pour permettre une plus large gamme de produits : de la viande bovine depuis 3-4 ans, de la viande ovine depuis 2 ans, il y a eu un essai avec du fromage de chèvres également, des œufs. Terre Activ' rédige également un petit billet racontant sa semaine dans les cultures, proposant des recettes, la prochaine date du bilan afin de voir les améliorations possibles...

Un panier d'échange a également été mis en place afin de permettre aux consommateurs d'échanger leurs produits selon leurs convenances et d'avoir une souplesse sur la composition des paniers. Cela sert également d'indicateurs pour le maraicher afin de voir quels produits sont les plus demandés et lesquels il peut arrêter de produire.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Pour l'entreprise maraichère :

- Un soutien fort pour son exploitation. En cas de besoin d'un coup de main, elle peut compter sur les amapéens pour l'aider.

- La vente en panier correspond pour Terre Activ' 75% de son chiffre d'affaire : 2 ha de légumes, des vergers et des prairies temporaires pour un total de 4,5 ha sur 3 sites pour 50 paniers

Pour les amapéens :

- Garantie des produits bio et locaux
- Soutien aux producteurs
- Ouverture au monde agricole

ORIGINALITÉ

Cette association permet de mettre en lien ce que le territoire est capable de produire en terme d'alimentation avec des consommateurs soucieux de manger localement et de qualité. Un bilan de fin de saison est proposé pour savoir quels produits ont été appréciés, quels produits diminuer...

PARTENARIAT(S)

Les 3 AMAP forment un réseau autour de Terre Activ' : Collectifs potagers de Wimmenau, d'Ingwiller et de Niederbronn-les-Bains. Il y a deux associations distinctes : l'AMAP de Niederbronn-les-Bains et celles d'Ingwiller et Wimmenau qui ont récemment fusionné.

Pour les AMAP de Niederbronn-les-Bains et Wimmenau, la mairie a mis à disposition un lieu de distribution avec de la lumière disponible, un parking facile d'accès et un lieu protégé en cas de mauvais temps.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Le producteur est à l'origine de ces associations. Dans la plupart des cas, c'est l'inverse que l'on rencontre : des citoyens qui se mobilisent afin de créer un partenariat avec un producteur. Cette configuration a engendré quelques difficultés au démarrage pour trouver un réseau de consommateurs prêts à s'engager.
- Dissocier institutionnellement l'AMAP et l'entreprise Terre Activ' : il n'est pas toujours évident de faire comprendre aux consommateurs qu'il s'agit de deux structures différentes. Par exemple, cela arrive que les consommateurs s'engageant sur une saison rédigent le chèque au nom de Terre Activ' au lieu de l'association.
- En été, les jardins des particuliers font de la concurrence directe au panier (moins de consommateurs prennent des paniers)

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Aujourd'hui, la dissociation entre les deux est claire grâce aux dialogues et aux échanges pour faire connaître l'AMAP en dehors de Terre Activ'.
- Pour permettre une souplesse aux consommateurs, l'année a été découpée en 3 saisons afin de permettre aux consommateurs qui le souhaitent de prendre des paniers seulement en hiver (le potager privé en été étant suffisant pour leur alimentation).
- L'AMAP aimerait voir prochainement un article sur son association dans le journal local.
- Création et distribution de flyers

Améliorations futures possibles :

Le souhait est d'arriver à 80 paniers en cumulant les 3 sites ainsi que de diversifier l'offre dans les paniers (œufs, pain...).

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'engagement fort de Terre Activ' dans cette démarche a permis aux 3 AMAPs de voir le jour. Aujourd'hui, la participation des adhérents au bon fonctionnement de l'association et à la distribution des paniers est essentielle.

De plus pour permettre le bon déroulement d'une AMAP un noyau fort de consommateurs doit s'investir dans ce projet

POUR EN SAVOIR PLUS

Flyers

<https://www.lesoc.eu/>

Lier bien-être et alimentation : La Graine « GRoupement Alternatif d'INitiatives Ecolos » vous ouvre les portes de son restaurant !



GRAINE fondé il y a 35 ans est une association se revendiquant comme « Groupe Alternatif d'Initiatives Ecolos ». Elle propose de nombreuses activités autour du bien-être : bien-être et relaxation, bien-être et alimentation... Dès le début, la GRAINE ouvre un restaurant avec aide à l'insertion professionnelle.

✍ AUTEUR(S)

HEMONET GUY
Communication
associationgraine@gmail.com
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

📅 PROGRAMME

Démarrage: Dans les années 80
Lieu de réalisation: Haguenau
Budget: 200000
Origine et spécificités du financement : essaye d'être le plus indépendant possible. Ils ont sollicité la ville et le conseil général 3 fois en 30 ans pour des rénovations.

📍 ORGANISME(S)

LA GRAINE
Haguenau - 67500
7 Rue du Rempart
9 Salariés / 250 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Domaine

Santé, Bien-être

Culture, sport et loisirs

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Sociaux Création et renforcement du lien social

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population urbaine

Type d'action

Consommation Restauration responsable

L'engagement de GRAINE est la qualité de vie. Or la qualité de vie via l'alimentation est un des piliers du bien-être, c'est cet engagement qui est à l'origine du restaurant. GRAINE souhaite proposer un lieu alternatif en Alsace du Nord où la convivialité, le bien-être, l'échange prônent.

OBJECTIFS

L'objectif du restaurant était de faire tourner les autres actions de l'association grâce aux bénéfices tirés du restaurant tout en proposant des menus abordables financièrement et de permettre une insertion professionnelle.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le restaurant sert environ 40 couverts tous les midis avec un plat du jour à 8,50€. Ils ne proposent pas de carte des menus, seulement deux menus : un végétarien et un avec viande. L'approvisionnement en légumes et fruits s'effectue chez des producteurs locaux : bio, raisonnés ou conventionnels. L'appoint (céréales, huiles, viande...) s'effectue dans des petites surfaces locales. Un de leurs objectifs est également d'être à zéro déchets d'où le fait de n'avoir que deux plats à proposer. Les restes sont insérés dans le potage du lendemain. Il s'agit d'une cuisine simple et de qualité dans un esprit de « pension de famille », « cantine ». La pièce à manger est constituée de grandes tables qui incitent les clients à manger côte à côte et à parler ensemble. Au départ, l'espace de cuisine était fait de bric et de broc, chaque bénévole ramenait des ustensiles de chez lui. Elle a été ensuite réaménagée dans les années 2008-2009 avec le soutien financier de la ville d'Haguenau. Pour le fonctionnement du restaurant, GRAINE a engagé 2 cuisiniers en CDI et 3 en contrats aidés en insertion professionnelle.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Au fil des années, GRAINE possède une clientèle très fidèle qui vient quasiment tous les midis chez eux. Ce restaurant est devenu leur lieu de restauration pour le midi grâce à ses prix abordables. Le profil type est à 60-70% une femme qui n'habite pas la ville mais qui y travaille à temps-partiel. En cumulant ses offres (stage de sophrologie, cours de chakras, la radiesthésie, des conférences sur le bien-être, la pleine conscience... mais aussi de la danse, de la peinture, de la poterie, de la couture...) GRAINE est dans un bâtiment occupé à 110% (toujours du monde en présence, véritable fourmilière).

ORIGINALITÉ

La GRAINE étant présente depuis plus de 30 ans, elle est devenue un lieu incontournable pour la clientèle. L'association ne correspond pas seulement à un engagement associatif, mais également politique. Son apport alternatif, en recherche permanente d'initiatives écologiques et solidaires, son énergie positive en fait un lieu original.

PARTENARIAT(S)

- Partenaires : Ville d'Haguenau, Région Grand-Est, Département du Bas-Rhin, Communauté d'Agglomération d'Haguenau, Office de tourisme...
- Mais aussi le monde associatif avec qui ils travaillent : le monde médical, la caisse primaire d'assurance maladie, le centre du sommeil, des professeurs pour les cours qu'ils proposent...
- Partenaires pour l'insertion : mission locale, pôle emploi, le conseil départemental...
- Pour le restaurant : chaque cours se suit par un repas avec les membres au restaurant. Cela constitue une importante clientèle également.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- La concurrence et l'emplacement géographique : le restaurant est situé au premier étage du bâtiment et n'est que très peu visible de l'extérieur. De même, il ne possède pas de terrasse pouvant accueillir la clientèle en extérieur les jours de beau temps.
- Le restaurant a de plus en plus de mal à être rentable dû à différents facteurs : la diminution de l'accessibilité aux contrats aidés, la volonté des prix bas...
- Une difficulté se fait aussi sentir sur leur fonctionnement. Existant depuis plus de 30 ans, une routine s'est installée.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- La cheffe cuisinière partant à la retraite, cela représente une opportunité pour l'association de recruter une personne motivée et qui souhaite apporter de nouvelles idées. De même, le prochain cuisinier devra rechercher plus de performance économique.
- Pour permettre l'équilibre financier du restaurant, GRAINE compense avec les autres activités de l'association.

Améliorations futures possibles :

Le bâtiment étant déjà occupé à longueur de journée, les projets futurs sont limités.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'engagement et l'implication de chacun des bénévoles a permis à la GRAINE d'exister. Chacun croyait en ce lieu alternatif porteur d'idées « écolos ». C'est cette motivation qui leur a permis de s'investir autant dans ce projet.

MarchéBus: promouvoir l'accessibilité des produits bio du territoire de l'Alsace du Nord auprès de l'ensemble des habitants



Le MarchéBus est un bus de ville "à la retraite", aménagé en "point de vente collectif qui bouge" mis au point en 2016. Ce bus propose l'essentiel des produits bio et locaux disponibles sur le territoire de l'Alsace du Nord aux habitants de ce territoire sous la forme d'un rendez-vous paysan hebdomadaire.

AUTEUR(S)

STARCK DANIEL
président
daniel_starck@orange.fr
Fiche rédigée par **Adèle Gspan**

PROGRAMME

Démarrage: 25 février 2016
Lieu de réalisation: Alsace du Nord
Budget: 120000
Origine et spécificités du financement : Fonds FSE, Agence de l'eau, Région Alsace, Adeptan...

ORGANISME(S)

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS BIO D'ALSACE DU NORD
Oberhoffen sur Moder - 67240
ZA du Heidfeld
2 Salariés / 8 Bénévoles / 8 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

12/12/2016

Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale Agriculteurs

Type d'action

Distribution/commercialisation Vente ambulante/de plein-air

📍 Localisation

France Grand Est Bas Rhin

Domaine

Environnement Participation, gouvernance
Agriculture Alimentation
Aménagement, développement local

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Producteur

Type d'objectif

Sociaux Amélioration de la santé par une alimentation saine

Développement local Création de dynamiques économiques

Développement local Synergie entre les acteurs du territoire

ORIGINE ET CONTEXTE

Une enquête de 2013, coordonnée par l'Opaba et financée par l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse sur le développement de la commercialisation de produits bio en Alsace du Nord montrait que les clients potentiels recherchaient une offre globale, à proximité (moins de 15 km), accessible en terme de prix et en terme d'horaires de vente. Dans un territoire rural plutôt peu densément peuplé et où les consommateurs réguliers de produits bio/locaux ne représentent qu'une partie très restreinte de la population, créer un magasin de producteurs tous les 30 km n'était pas envisageable. L'idée de proposer un "point de vente collectif qui bouge" est alors apparue, et c'est le format du bus de ville qui a semblé le plus opportun ! C'est devenu le MarchéBus, projet porté par une association de 8 producteurs bio, créée pour l'occasion, dont la ferme Rikedel (Delphine Bécan, récemment reconvertie au maraîchage bio à Riedseltz).

OBJECTIFS

Le programme vise à rendre accessibles les produits bio du territoire à l'ensemble de ses habitants, sous une forme innovante, attrayante et pratique.

L'autre objectif est de fédérer les producteurs bio du secteur, de faciliter les échanges entre eux (matériels, pratiques...), de dégager des synergies et finalement de susciter des conversions.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Autour de l'enquête: beaucoup de réunions, rencontres entre producteurs, collectivités, organismes, etc.
- Création de l'association des producteurs bio d'Alsace du Nord (7 fermes engagées, 8 membres fondateurs dont 2 femmes - 4 maraîcher(e)s, 1 arboricultrice, 2 paysans-boulangers). *
- Acquisition d'un bus de ville et transformation/aménagement en magasin, conception de l'habillage extérieur, logos, communication, recherche de financement, recrutement des chauffeurs/vendeurs, contact des fournisseurs autres que les porteurs du projet
- Lancement du MarchéBus le 25 février 2016 à Oberhoffen/Moder. Le bus se positionne chaque jour, pendant 2 à 3 heures, dans des lieux de vie ou de passage des consommateurs potentiels : au cœur des villages le matin, à proximité des entreprises l'après-midi et sur les trajets travail-domicile en fin de journée. Ce n'est plus le client qui va de ferme en ferme: il lui suffit de s'arrêter près du bus, de faire ses achats et de repartir.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le MarchéBus est lancé, la communication autour de ce lancement a bien fonctionné; c'est donc un premier résultat exceptionnel. Curieux au début, les clients sont un peu moins nombreux, mais leurs paniers augmentent suivant l'offre des produits disponibles (le début de saison agricole a été plus que difficile). Ce projet est encore en phase d'expérimentation : il faut valider des choix matériels (aménagement du magasin), l'organisation (commande, livraison...), la relation producteurs-salariés, l'offre de produits, les tournées (lieux, horaires...), etc.

ORIGINALITÉ

Le MarchéBus semble être une réponse opportune à la configuration du territoire (tant du côté des producteurs que du côté des consommateurs). Son originalité et son design dynamique en font un véritable vecteur de communication, un trait d'union entre producteurs et consommateurs, habitant sur le territoire.

L'enjeu fondamental de cette action est de contribuer concrètement à l'idée "un territoire nourrit ses habitants" qui rassemble à elle seule l'essentiel des enjeux qui se posent à nous aujourd'hui.

PARTENARIAT(S)

- L'OPABA (Organisation Professionnelle de l'Agriculture Biologique en Alsace);
 - La CRESS (Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire) a été d'un grand soutien pour l'obtention d'une aide du fond FSE (micro-projets innovants).
- Alsace Active a facilité l'obtention d'un prêt bancaire (garantie) et a accordé une avance de trésorerie;
- LAERM (Agence de l'Eau Rhin-Meuse) et la Région Alsace ont contribué au financement des investissements.
- Le partenariat le plus important est celui noué avec l'ADEAN (Association de Développement de l'Alsace du Nord) : outre une aide pour l'embauche des 2 salariés (fond de revitalisation), l'idée est de travailler ensemble sur le développement de l'agriculture et de l'alimentation de qualité sur le territoire.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

La plus grande difficulté a été et est encore la disponibilité des producteurs pour s'engager dans un tel projet et en assurer/assumer le suivi et le développement.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

La patience et la persévérance ont été deux solutions adoptées pour répondre aux difficultés de disponibilité des producteurs.

Améliorations futures possibles :

- Avec l'expérience et le développement souhaité de cette démarche, le fonctionnement "quotidien" devrait pouvoir être assuré par les salariés.
- L'association des producteurs bio d'Alsace du Nord a vocation à se transformer en SCIC afin d'intégrer les consommateurs et les collectivités.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

- L'adéquation entre une demande, un besoin et une offre.
- La cohésion du groupe de producteurs qui portent le projet.
- Faire durer suffisamment longtemps cette initiative pour qu'elle devienne viable économiquement, de manière autonome.

Idées de sujet(s) de recherche fondamentale ou appliquée :

Évaluer l'impact économique et social qu'entraînerait une véritable relocalisation de la production alimentaire (et de sa transformation, artisanale de préférence) au niveau d'un territoire. Mais c'est vraiment sur cette problématique agriculture/alimentation/santé/paysage que peut se construire une nouvelle vision de l'avenir.

Une création de circuit de proximité entre France et Allemagne dans les Vosges du Nord : « Les Marchés Paysans Transfrontaliers »



Depuis 1999, le Parc naturel régional des Vosges du Nord et le Biosphärenreservat Pfälzerwald organisent tous les ans des marchés paysans dans chacun des deux pays (France et Allemagne). Rassemblant une quarantaine de producteurs, ces marchés sont devenus des manifestations phares dans la Réserve de Biosphère Transfrontalière !

AUTEUR(S)

GUILLET AGATHE

Chargée de mission circuits de proximité

a.guillet@parc-vosges-nord.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 1999

Lieu de réalisation: Territoire de la Réserve de Biosphère Transfrontalière

Budget: 10000

Origine et spécificités du financement : Producteurs

ORGANISME(S)

RÉSERVE DE BIOSPHERE TRANSFRONTALIÈRE

La Petite Pierre -

21 rue du château

41 Salariés



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Population rurale

Agriculteurs

Type d'action

Distribution/commercialisation Vente en circuit-court

Localisation

France

Allemagne

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Agriculture

Alimentation

Envergure du programme

Internationale

Locale

Type d'acteur

Services d'accompagnement

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

Culturels Valorisation du patrimoine alimentaire

Culturels Valorisation du patrimoine technique (savoir-faire)

La Réserve de Biosphère Transfrontalière est un territoire appartenant au programme « MAB » (Man and Biosphere) de l'UNESCO dont les missions sont de promouvoir un mode de développement basé sur la valorisation des ressources locales et la participation citoyenne. C'est ainsi que les deux parcs, allemand et français, ont décidé de mutualiser leurs compétences afin de mettre en place des « Marchés Paysans Transfrontaliers » rapprochant producteurs et consommateurs sur un même territoire. Le premier marché eu lieu en 1999.

OBJECTIFS

Les Marchés Paysans Transfrontaliers ont trois objectifs :

- Mettre en valeur le territoire et les paysages de la Réserve de Biosphère Transfrontalière par la mise en réseau de produits locaux et de qualité
- Mettre en réseau des producteurs, véritables ambassadeurs de ce territoire ainsi que les consommateurs pour faire connaître les savoir-faire locaux à travers une démarche de qualité
- Assurer une plus-value économique aux producteurs en valorisant leurs produits par la vente directe.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Par an, de 4 à 7 marchés sont organisés dans des communes situées dans chacun des deux pays. Un groupe de travail s'est monté comprenant 2 à 3 producteurs représentant les participants et 2 élus représentant le parc. L'objectif de ce groupe de travail est de s'occuper du choix des producteurs rejoignant les marchés, le choix des communes (via un appel à candidature) désirant accueillir les marchés et de réfléchir aux améliorations possibles pour le bon fonctionnement des marchés. Les producteurs et/ou transformateurs participants doivent garantir : d'être à l'origine des produits mis à la commercialisation (pas de revendeurs) et d'avoir le siège de leur exploitation dans le territoire de la Biosphère. Une cotisation leur est demandée afin de financer la communication nécessaire. La commune accueillant un marché s'engage à assurer l'approvisionnement suffisant en eau et électricité (présence d'un électricien obligatoire le temps de l'installation des stands). La répartition des stands est assurée par les parcs ainsi que la communication (article de presse, flyers, Beach Flags, média, radio...).

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

En 2018, 7 marchés ont été organisés dans 5 communes allemandes et 2 françaises. Existants depuis 19 ans, les Marchés Paysans Transfrontaliers sont devenus un des événements phares de la collaboration transfrontalière. Une quarantaine de producteurs sont présents à chaque marché permettant d'avoir le plus large panel de produits locaux : légumes, fruits et produits dérivés ; miel et produits de la ruche ; viandes, charcuteries et plats cuisinés ; fromages et produits laitiers ; poissons ; pains céréales, pâtisseries ; boissons, vins et alcools ; autres productions et artisanat. Pour les producteurs, les Marchés Paysans Transfrontaliers sont d'excellentes vitrines pour monter leur travail et assurent une bonne partie de leur vente.

ORIGINALITÉ

En 1999, ces marchés ont été de véritables manifestations originales sur ce territoire. A l'époque, il n'existait peu de grand rassemblement producteurs-consommateurs comme celui-là. Aujourd'hui ces événements sont devenus incontournables pour les fidèles (producteurs et consommateurs).

PARTENARIAT(S)

Partenaires techniques : Biosphärenreservat Pfälzerwald (s'occupe des inscriptions, de la gestion financière et de l'organisation des marchés côté allemand) et les communes accueillant les marchés (assure la fourniture l'eau et l'électricité).

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- La co-organisation de ces manifestations par deux homologues éloignés (1 allemand et 1 français) peut être source de difficulté : deux langues différentes, une grande distance compliquant les réunions...
- La cotisation des producteurs est annuelle. Cependant parfois, il arrive que des producteurs soient absents le jour j demandant une adaptation de l'organisation spatiale au dernier moment par le chargé de mission présent.
- En 1999, ces marchés étaient innovants, seulement aujourd'hui de nombreuses structures proposent le même

type d'évènements. En tant que territoire d'expérimentation le parc doit réfléchir aux améliorations possibles pour se différencier des autres marchés

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Afin d'assurer le suivi de ces marchés, les deux homologues se sont engagés à se réunir de vive-voix au moins une fois par an.
- Pour fidéliser la clientèle, certaines communes reçoivent des marchés tous les ans.

Améliorations futures possibles :

Un projet évoqué pour améliorer ces marchés serait de mettre en place un stand d'éducation, de sensibilisation à destination du grand public afin de leur présenter le territoire de la Réserve de la Biosphère Transfrontalière, les différentes actions menées dans chacun des deux parcs...

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La définition d'un cahier des charges strict est nécessaire afin de limiter les différentes interprétations possibles, d'avoir un cadre commun et de garantir le bon fonctionnement de ces manifestations. La bonne connaissance de son territoire est gage de réussite également

La vie en vert : un lieu d'accueil Ethic Etape tourné sur l'environnement avec une restauration majoritairement local



éthic étapes

LA VIE EN VERT
NEUWILLER-LÈS-SAVERNE



Le gîte Ethic Etape La vie en vert s'est engagé avec son chef cuisinier dans l'approvisionnement local pour la restauration. Aujourd'hui il propose des repas avec environ 70% de ses produits provenant des fermes des villages voisins.

AUTEUR(S)

CARDINE SOLENNE

Animatrice Nature /
Coordinatrice Pédagogique
animation@lavieenvert.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 1997

Lieu de réalisation:
Neuwiller-lès-Saverne

ORGANISME(S)

ETHIC ETAPE LA VIE EN VERT

Neuwiller-lès-Saverne -
67330

19 rue du Cerf

10 Salariés / 40 Bénévoles

COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

01/08/2018

Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Entreprises Restaurant, traiteur

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Universel

Type d'action

Consommation Restauration responsable

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Logement

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

Développement local Création de dynamiques économiques

ORIGINE ET CONTEXTE

Ethic Etape est un label national pour les gîtes qui développent un tourisme dans un esprit eco-durable. Pour La vie en vert le label est détenu par les EUL (association de la jeunesse protestante). Ethic Etape La vie en vert est

un gîte accueillant classes vertes, familles, des groupes adultes et qui est engagé dans une réflexion pour limiter au maximum leur empreinte écologique et ils portent une attention particulière à favoriser une alimentation locale. Le lieu est labellisé depuis 1997 mais l'association EUL existe depuis plus de 75 ans.

OBJECTIFS

Le chef cuisinier estime avoir 70% de ces produits alimentaires qui proviennent de producteurs locaux. L'objectif est de faire le maximum avec les fermes des alentours, d'être le plus local possible.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les actions mises en œuvre passent par des partenariats avec des producteurs du coin pour garantir un approvisionnement local :

- Le fromage vient de la ferme d'Herrenstein (2km du centre)
- Les yaourts et fromage bio viennent de la Ferme de Tiergarten (5 km)
- La viande du boucher de Bouxwiller (7km)
- Et les fruits et légumes de ponoma et les nos fruits de Bouxwiller
- Le Pain de Bouxwiller
- La Farine de Dossenheim-sur-Zinsel (5 km)
- Le Café moulu en Alsace

Pour le reste le chef cuisinier est obligé de passer par de grandes distributions comme la confiture, qui est trop chère localement ou les céréales, etc. A chaque fois, il les contacte directement soit par téléphone soit en allant à leur rencontre. Cependant le chef cuisinier n'est là que depuis 1 an et demi. Il a repris les partenariats existants et en développe de nouveaux. Avec les producteurs locaux, ils discutent des prix, de la livraison : la plupart des fournisseurs viennent livrer le centre d'accueil de classes vertes.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le repas revient à 2€ par personne environ (selon le repas proposé, selon l'entrée...). Le budget consacré à cet approvisionnement n'est pas supérieur à celui que le chef cuisinier aurait en passant par les grandes surfaces. Cette démarche a permis au chef cuisinier d'apprendre beaucoup de choses sur les légumes, les fruits, leur conservation, d'apprendre à cuisiner avec des légumes frais (surtout pour les entrées). Il a appris de nouvelles façons de cuire les légumes et en ressort un bilan très positif. Ethic Etape est fier de pouvoir dire que de nombreux produits alimentaires viennent de la ferme du coin. Cette démarche a permis aussi de jouer sur l'économie locale : certains clients séjournant au centre, s'arrêtent dans les fermes pour repartir avec des produits.

ORIGINALITÉ

Echanges de bons procédés entre les producteurs locaux et le centre : chaque partie se fait de la publicité. Le prix attractif du repas proposé par le centre est aussi un apport original de la démarche. Manger local n'est pas forcément synonyme de manger cher.

PARTENARIAT(S)

Les partenariats développés concernent principalement les producteurs avec qui le cuisinier travaille. Aucun autre type de partenariats du point de vue financier.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Ethic étape La vie en vert est constituée d'une nouvelle équipe. La directrice est là depuis 2 ans, le chef cuisinier 1 an et demi et l'animatrice nature depuis mars 2018. Il leur faut ainsi une période d'adaptation, le temps de se réapproprier le « bébé » avant d'envisager de nouveaux projets. Pour s'approvisionner localement et pour rentrer dans une démarche durable, le chef cuisinier ne propose plus de viande pour les repas du soir, seulement du végétarien (ce qui lui permet aussi de rentrer dans ces frais).

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Il faut prendre le temps de reprendre contact avec les anciens partenaires.

Améliorations futures possibles :

Dans un futur proche, le chef cuisinier avec sa directrice recherchent un moyen pour s'approvisionner en jus d'orange local ou au moins de transformation locale. Et dans un avenir plus lointain, l'animatrice nature aimerait organiser des visites dans les fermes partenaires avec les groupes qu'ils accueillent

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La clientèle est très satisfaite de la nourriture et se régale. Pour transposer cette démarche, il faut avoir le sens du relationnel et ne pas hésiter à rentrer en contact avec les producteurs locaux.

Un lieu unique mêlant arboriculture, apiculture et meunerie : le Moulin d'Eschviller accueille petits et grands !



Le moulin d'Eschviller est un site historique naturel exceptionnel invitant les scolaires comme le grand public à redécouvrir la nature, leur environnement... À travers des ruches, une scierie, un verger, une boutique et le moulin, petits et grands se questionnent sur le lien entre l'homme et la nature.

AUTEUR(S)

VOGEL SANDRINE

Responsable du site
moulin.eschviller@musees-
vosges-nord.org

Fiche rédigée par **Adèle
GSPANN**

PROGRAMME

Démarrage: Depuis plus de
15 ans

Lieu de réalisation:
Volmunster

Origine et spécificités du
financement : Communauté
de Communes du Pays de
Bitche

ORGANISME(S)

MOULIN D'ESCHVILLER

Volmunster - 57720

Moulin d'Eschviller

3 Salariés



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

14/10/2019

Domaine

Environnement

Culture, sport et loisirs

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Valorisation non alimentaire de produits agricoles

Type d'objectif

Environnementaux Décarbonation, performance
énergétique

Culturels Valorisation du patrimoine technique (savoir-
faire)

Culturels Entretien du patrimoine naturel

Pédagogiques Communication auprès des enfants

Localisation

France

Grand Est

Moselle

Type de structure

Établissement public Etablissement public

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Enfants de moins de 5 ans

Elèves, étudiants

Universel

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

ORIGINE ET CONTEXTE

Lorsque l'association des Amis du Moulin est arrivée il y a plus de 25 ans sur le site, le moulin était complètement en ruines. Avec la Communauté de Communes du Pays de Bitche et le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, ils ont reconstruit le moulin. Dès le début du projet, les Amis du Moulin souhaitent ouvrir le moulin au public et plus spécialement aux groupes scolaires.

OBJECTIFS

L'objectif du Moulin d'Eschviller est de permettre aux grands comme aux petits de découvrir en s'amusant le lien entre l'homme et la nature autour de différents supports : des ruches, un verger, une scierie, un moulin

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les Amis du Moulin ont ouvert dès leur arrivée les portes du moulin au grand public avant de proposer des animations pour le scolaire. Au fur et à mesure des années les ateliers ont été étoffés et ont abordé différentes thématiques. Le moulin travaille avec 4 associations de bénévoles qui animent les ateliers : l'association Européenne de Développement Apicole et Écologique (AEDAE), l'association des Amis du Moulin, l'association des Arboriculteurs pour les vergers et une quatrième en charge des animations équestres.

Aujourd'hui le moulin propose un grand panel d'activités :

Avec le rucher école :

Atelier « Petit Apiculteur » : du cycle 1 à 3, environ 2h, 50 enfants, à partir de mi-avril

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

En 2016, le moulin accueilli environ 3 000 élèves.

En 2017, c'est 10 000 visiteurs dont 6 000 scolaires qui sont venus.

En 2018, ils estiment plus de 8 000 enfants !

Les enseignants leur font d'excellents retours sur la qualité des ateliers. Ces ateliers sont ouverts pour le moment à la grande majorité à un public scolaire notamment maternelle et primaire. Le moulin souhaite développer l'accueil des collèges. Le public accueilli au moulin s'étend jusqu'à la frontière luxembourgeoise, Nancy, Dabo, Strasbourg. L'accueil du grand public s'effectue uniquement sur réservation et avec une visite guidée pendant laquelle les vannes et les meules du moulin sont actionnées.

ORIGINALITÉ

L'originalité du moulin est de proposer une offre très étoffée. Chaque atelier est rattaché à une partie du programme scolaire permettant aux enseignants de faire un lien. Le moulin essaye également au maximum de s'inscrire dans les dynamiques du territoire pour travailler avec différentes structures telles que le Parc naturel régional des Vosges du Nord.

PARTENARIAT(S)

Partenaires assurant les animations des ateliers, s'occupant du lieu, de la formation adulte : l'AEDAE, l'association des amis du moulin, l'association des arboriculteurs et l'association pour les chevaux.

Partenaire touristique et logistique : PNR des Vosges du Nord

Financier : Communautés de Communes du Pays de Bitche

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

De nombreux ateliers sont à l'extérieur. Ainsi le moulin est tributaire de la météo et ne peut ouvrir les ruches qu'au printemps par exemple. Les ateliers ne peuvent pas être proposés tout au long de l'année.

Le site est vaste et les différents bâtiments sont éloignés les uns des autres. Cela peut poser des difficultés du point de vue logistique car ce n'est pas possible d'ouvrir tous les bâtiments en même temps par exemple.

Les animations fonctionnent principalement grâce aux bénévoles des différentes associations. Par exemple pour les ateliers apiculture, 5 bénévoles doivent être présents en même temps. Il faut alors 5 bénévoles tous les jours pendant deux mois ! Certains bénévoles sont encore actifs, d'autres sont retraités et les associations

manquent de renouvellement. Pour l'instant les associations arrivent à satisfaire la demande mais cette dernière ne cesse d'augmenter...

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Pour faire face à la demande grandissante, la Communauté de Communes du Pays de Bitche a pu engager un médiateur supplémentaire.

Améliorations futures possibles :

Un restaurant est également présent sur les lieux avec lequel le moulin souhaite travailler pour développer des ateliers culinaires, des repas autour du miel, des dîners insolites dans la scierie...

Dans un avenir proche, des travaux sont également prévus. L'idée est d'aménager un hôtel au-dessus du restaurant, de rendre plus visible l'accueil du moulin et d'aménager des accès aux poussettes et aux fauteuils roulant

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La réussite du moulin repose sur une offre étoffée, en lien avec les programmes scolaires sur un site naturel exceptionnel. Le moulin a travaillé avec le conseil pédagogique de la circonscription pour étoffer dans ce sens les ateliers. Un grand travail de communication a été réalisé avec l'édition d'un livret pédagogique qu'ils ont imprimés en 1 000 exemplaires version papiers envoyés directement dans les écoles.

Nature'lich : un espace d'expérimentation agricole et sociale dans les Vosges du Nord



Créée en septembre 2016 à l'initiative de Christophe BRUDER, Nature'Lich est une association où chaque membre est libre de venir expérimenter des cultures en agriculture biologique, en agroécologie, en biodynamie... Plus que des simples jardins partagés, Nature'lich souhaite développer un projet collectif ouvert au grand public.

AUTEUR(S)

BRUDER CHRISTOPHE
Fondateur de l'association
asso@naturelich.fr
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: Septembre 2016
Lieu de réalisation:
Betschdorf

ORGANISME(S)

NATURE'LICH
Betschdorf - 67600
12 rue Woglers
/ 15 Bénévoles / 20 Adhérents



COMITÉ DE LECTURE

 Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Appréciation(s) du comité

Innovant !

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population rurale

Type d'action

Production agricole Agroécologie

 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Participation, gouvernance

Agriculture

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

Environnementaux Maintien et amélioration de la biodiversité

Environnementaux Préservation de la qualité / fertilité des sols

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

ORIGINE ET CONTEXTE

A son ancien poste d'informaticien, Christophe BRUDER avait de plus en plus de mal à trouver sa place professionnellement parlant. Il s'est peu à peu renseigné sur les enjeux auxquels l'environnement, l'alimentation se confrontent. En créant Nature'lich, Christophe BRUDER a pu répondre à ces nombreuses interrogations. L'alimentation est la première brique pour lui afin de mettre en place un cercle vertueux sur le bien vivre, le bien-être général. N'ayant quasiment aucune connaissances agricoles à l'origine, l'idée était d'expérimenter collectivement.

OBJECTIFS

L'objectif à long terme de Nature'lich est de permettre de recentraliser la nourriture ainsi que de rassembler les gens autour d'un même projet.

Les objectifs à court terme pour Nature'lich sont :

- De monter en compétence. En effet, rassemblant un public d'origine diverses, il leurs faut acquérir des compétences en agriculture, en apiculture, en arboriculture... afin de continuer à développer leur lieu.
- D'être de plus en plus nombreux afin de mettre en place de plus en plus de projets divers et variés.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Nature'lich est avant tout un espace d'expérimentation agricole et sociale où chacun est libre de venir se tester en agriculture naturelle (agroécologie, permaculture, biodynamie...). Sur une surface de 30 ares loués à des privés, les membres de l'association ont l'espace nécessaire pour expérimenter tout type d'agriculture. L'idée est que chacun n'ait pas un carré de terre pour faire sa propre culture mais d'expérimenter collectivement des techniques culturales, des associations d'espèces... les récoltes sont communes, une restauration avec leurs produits est proposée, chacun peut racheter le reste ensuite à prix libre.
- Tous les premiers samedis du mois, Nature'lich ouvre ses portes pour une matinée de méditation, une après-midi visite guidée du jardin et une soirée festive autour de bons produits locaux dans un chapiteau à prix libre. Parallèlement à cela, l'association propose également des ateliers pouailler, semis...
- Nature'lich accueille également des groupes scolaires de primaire (CP/CE1) principalement. L'idée est de les sensibiliser sur les cultures, les semis (en serre ou direct dans la terre) les plantations, les besoins des plantes, la construction d'abris à hérissons, de nichoirs, d'épouvantails...

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Environ 4-5 personnes viennent régulièrement sur ce lieu pour passer du temps à jardiner et à faire vivre l'association. Nature'lich accueil tout type de bénévoles : des familles, des couples sans enfants, des personnes seules, de 22 ans à 70 ans, des salariés, des sans-emplois, des retraités...

L'école de Betschdorf vient 1 fois par mois en belle saison pour effectuer des ateliers paillages, plantations, culture...

Le lien associatif mis en place avec Nature'lich et d'autres associations locales notamment avec les Amis du verger pour l'arboriculture : ateliers de taille, de plantations...

ORIGINALITÉ

Nature'lich est un véritable lieu d'expérimentation où chacun peut s'essayer au maraichage. Véritable marmite d'initiatives, de nombreux projets ne demandent qu'à voir le jour !

PARTENARIAT(S)

- La mairie de Betschdorf qui a très bien accueilli cette initiative, et qui a permis de faire un relais via des bulletins communaux
- Pôle Emploi a participé financièrement à une formation en maraichage biologique pour Christophe BRUDER durant l'été 2016 à la ferme de sainte Marthe en région Centre. Formation qui lui a permis de réfléchir sur son projet.
- Les amis du verger pour le côté arboriculture

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Peu de récoltes encore car beaucoup d'erreurs ont été commises, mais ce sont les aléas de l'expérimentation !
- Communication qui prend beaucoup de temps encore : 2 ans que l'association existe et seulement 15

adhérents.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- De continuer à expérimenter tout en continuant de s'informer sur les techniques culturales.
- Participer à des événements locaux comme le salon « Santé-vous bien » à Schweighouse-sur-Moder, le festival de « Outre-Festival » à Wissembourg, le salon « Nature et bien-être » pas les Amis du verger à Betschdorf

Améliorations futures possibles :

Nature'lich ne manque pas d'idées pour se développer : faire un rucher récole, construire un four à pain, monter un conservatoire des semences, jouer sur les interactions avec la mare, faire des conférences sur le zéro déchet...

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Il ne faut pas se décourager et avoir peur de se lancer dans ce genre de projet. La formation suivie par Christophe BRUDER a été un véritable tremplin pour se lancer. En commençant par de petites surfaces c'est déjà un bon début.

POUR EN SAVOIR PLUS

<https://www.facebook.com/lesamisduverger67/>

<http://www.formationsbio.com/agriculture-bio-et-filieres>

« La Ruche qui dit Oui » s'installe à Saverne



« La ruche qui dit oui » est un réseau national de communautés d'achat direct aux producteurs locaux. Aujourd'hui sur le territoire national, il existe plus de 800 ruches. Le 8 mars 2018, une nouvelle ruche s'ouvre à Saverne.

AUTEUR(S)

KLEIN THOMAS
Responsable de Ruche
info.procosp@gmail.com
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: Mars 2018
Lieu de réalisation: Saverne

ORGANISME(S)

LA RUCHE QUI DIT OUI
Saverne - 67700
Gare SNCF
1 Salariés / 288 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

27/07/2018

Appréciation(s) du comité

Expérience récente, en attente de résultats

Type de structure

Coopérative Coopérative

Bénéficiaires

Population urbaine

Agriculteurs

Type d'action

Distribution/commercialisation Création de circuits de proximité (géographique)

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Alimentation

Envergure du programme

Nationale

Type d'acteur

Services d'accompagnement

Type d'objectif

Sociaux Création et renforcement du lien social

ORIGINE ET CONTEXTE

Depuis 2 ans et demi, Thomas KLEIN livre 22 ruches des produits fromagers et laitiers de la ferme WILL. C'est ainsi qu'est née l'envie, en tant qu'entrepreneur d'en ouvrir une avec sa propre société. Le choix s'est vite porté sur Saverne, en ville plutôt qu'en campagne où les potagers des foyers représentent une concurrence.

OBJECTIFS

L'objectif des ruches est de rapprocher consommateurs et producteurs en supprimant les intermédiaires.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le fonctionnement de la ruche :

- Les consommateurs se rendent sur le site internet où ils s'inscrivent à la ruche de leur choix. Sur la plateforme internet, ils sélectionnent les produits qu'ils souhaitent commander et règlent la commande en ligne. La gamme de choix est très large : fruits, légumes, produits laitiers, viandes, charcuteries, pain, sucreries, produits ménagers, produits du corps... Ils diffèrent d'une ruche à une autre, selon les producteurs partenaires.
- Chaque producteur prépare ses commandes et les livrent le jeudi soir directement sur le lieu de distribution.
- Le responsable de ruche ainsi qu'un producteur tiennent la permanence et reçoivent les clients pour leur donner leurs produits commandés.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Aujourd'hui, la ruche de Saverne dénombre 288 membres inscrits avec une quinzaine de commandes régulières. Dans la charte des producteurs, la distance maximale autorisée entre l'entreprise agricole et le lieu de la ruche est de 250km. En moyenne pour Saverne, la distance est de 50 à 55 km. Grâce à ses 27-28 fournisseurs, la ruche qui dit oui de Saverne propose une large gamme de produits alimentaires : légumes, fruits, viandes bovines, ovines et autres, lait, yaourt, produits d'épicerie, produits de ménage, pain, pâtisserie...

Pour les producteurs : la ruche mère s'occupant du rayonnement national de la Ruche qui dit oui, les producteurs bénéficient d'une publicité forte. En vendant grâce à la ruche, 80% des bénéfices de la vente de leurs produits leur est retourné. Sur le 20% prélevés, 10% sont pour le fonctionnement de la ruche mère (s'occupe du rayonnement de l'entreprise, de la plateforme numérique, du système de paiement...) et l'autre moitié concerne le responsable de ruche qui passe en moyenne 10h par semaine à recenser les produits, assurer la distribution, la logistique des transports...

ORIGINALITÉ

La ruche qui dit oui est un système de distribution ayant fait ses preuves avec plus de 800 ruches ouvertes en France. Grâce à ces ruches, les consommateurs peuvent se fournir en produits locaux et découvrir les producteurs près de chez eux.

PARTENARIAT(S)

Partenariats avec les 27-28 producteurs livrant leurs produits à la ruche.

Partenariat logistique : SNCF avec la mise à disposition des quais, d'outils de communication (flyers, roll-up, écrans télévisés des gares)

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Dans la création de la ruche, la principale difficulté rencontrée a été de trouver un lieu pour la distribution. Le responsable de ruche n'étant pas de Saverne, il a dû chercher une autre solution. Le partenariat avec la SNCF a demandé de nouveaux documents administratifs à remplir tels que la définition d'un plan de prévention sécurité.
- La ruche mère invite des producteurs lointains également pour certaines ventes comme des oranges d'Espagne, du poisson de Bretagne. Cela peut nuire à l'image du « local » de la ruche, et engendre des complications dans la livraison.
- Trouver un local pour la distribution. Les bénéfices obtenus en tant que responsable de ruche ne permettent pas de louer un local pour 1 soir par semaine, ainsi il a fallu trouver une autre solution.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Pour remplir les conditions de la SNCF, le responsable de ruche a dû compléter de nouveaux papiers administratifs.
- Durant le début de l'année 2017, la ruche mère annonce un partenariat avec SNCF pour ouvrir des ruches dans les grandes gares de France. Or Saverne n'en étant pas une, un an d'échange de courriers, de papiers à remplir, d'autorisations à avoir a dû être nécessaire pour accepter la gare de Saverne comme lieu de distribution.

Améliorations futures possibles :

L'avenir de la ruche est d'augmenter la clientèle. En effet, une quinzaine de livraisons est insuffisant pour que les livraisons soient rentables. La stratégie adoptée est d'aller distribuer des flyers dans les entreprises de Saverne telles que KUHN, La Licorne.

Dans un avenir plus proche l'idée est de proposer un « apéroruche » pour permettre aux producteurs de faire goûter leurs produits et créer plus de lien entre producteurs et consommateurs.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

La persévérance du responsable de ruche a été le facteur clé pour l'ouverture de cette ruche ! Un an de démarche a dû être nécessaire avant l'autorisation d'ouverture.

POUR EN SAVOIR PLUS

<http://fermewill.fr/>

Lier bien-être et alimentation : La Graine « GRoupement Alternatif d'INitiatives Ecolos » vous ouvre les portes de son restaurant !



GRAINE fondé il y a 35 ans est une association se revendiquant comme « Groupe Alternatif d'Initiatives Ecolos ». Elle propose de nombreuses activités autour du bien-être : bien-être et relaxation, bien-être et alimentation... Dès le début, la GRAINE ouvre un restaurant avec aide à l'insertion professionnelle.

AUTEUR(S)

HEMONET GUY
Communication
associationgraine@gmail.com
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: Dans les années 80
Lieu de réalisation: Haguenau
Budget: 200000
Origine et spécificités du financement : essaye d'être le plus indépendant possible. Ils ont sollicité la ville et le conseil général 3 fois en 30 ans pour des rénovations.

ORGANISME(S)

LA GRAINE
Haguenau - 67500
7 Rue du Rempart
9 Salariés / 250 Adherents



COMITÉ DE LECTURE

📅 Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Domaine

Santé, Bien-être

Culture, sport et loisirs

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Sociaux Création et renforcement du lien social

📍 Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Population urbaine

Type d'action

Consommation Restauration responsable

L'engagement de GRAINE est la qualité de vie. Or la qualité de vie via l'alimentation est un des piliers du bien-être, c'est cet engagement qui est à l'origine du restaurant. GRAINE souhaite proposer un lieu alternatif en Alsace du Nord où la convivialité, le bien-être, l'échange prônent.

OBJECTIFS

L'objectif du restaurant était de faire tourner les autres actions de l'association grâce aux bénéfices tirés du restaurant tout en proposant des menus abordables financièrement et de permettre une insertion professionnelle.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le restaurant sert environ 40 couverts tous les midis avec un plat du jour à 8,50€. Ils ne proposent pas de carte des menus, seulement deux menus : un végétarien et un avec viande. L'approvisionnement en légumes et fruits s'effectue chez des producteurs locaux : bio, raisonnés ou conventionnels. L'appoint (céréales, huiles, viande...) s'effectue dans des petites surfaces locales. Un de leurs objectifs est également d'être à zéro déchets d'où le fait de n'avoir que deux plats à proposer. Les restes sont insérés dans le potage du lendemain. Il s'agit d'une cuisine simple et de qualité dans un esprit de « pension de famille », « cantine ». La pièce à manger est constituée de grandes tables qui incitent les clients à manger côte à côte et à parler ensemble. Au départ, l'espace de cuisine était fait de bric et de broc, chaque bénévole ramenait des ustensiles de chez lui. Elle a été ensuite réaménagée dans les années 2008-2009 avec le soutien financier de la ville d'Haguenau. Pour le fonctionnement du restaurant, GRAINE a engagé 2 cuisiniers en CDI et 3 en contrats aidés en insertion professionnelle.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Au fil des années, GRAINE possède une clientèle très fidèle qui vient quasiment tous les midis chez eux. Ce restaurant est devenu leur lieu de restauration pour le midi grâce à ses prix abordables. Le profil type est à 60-70% une femme qui n'habite pas la ville mais qui y travaille à temps-partiel. En cumulant ses offres (stage de sophrologie, cours de chakras, la radiesthésie, des conférences sur le bien-être, la pleine conscience... mais aussi de la danse, de la peinture, de la poterie, de la couture...) GRAINE est dans un bâtiment occupé à 110% (toujours du monde en présence, véritable fourmilière).

ORIGINALITÉ

La GRAINE étant présente depuis plus de 30 ans, elle est devenue un lieu incontournable pour la clientèle. L'association ne correspond pas seulement à un engagement associatif, mais également politique. Son apport alternatif, en recherche permanente d'initiatives écologiques et solidaires, son énergie positive en fait un lieu original.

PARTENARIAT(S)

- Partenaires : Ville d'Haguenau, Région Grand-Est, Département du Bas-Rhin, Communauté d'Agglomération d'Haguenau, Office de tourisme...
- Mais aussi le monde associatif avec qui ils travaillent : le monde médical, la caisse primaire d'assurance maladie, le centre du sommeil, des professeurs pour les cours qu'ils proposent...
- Partenaires pour l'insertion : mission locale, pôle emploi, le conseil départemental...
- Pour le restaurant : chaque cours se suit par un repas avec les membres au restaurant. Cela constitue une importante clientèle également.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- La concurrence et l'emplacement géographique : le restaurant est situé au premier étage du bâtiment et n'est que très peu visible de l'extérieur. De même, il ne possède pas de terrasse pouvant accueillir la clientèle en extérieur les jours de beau temps.
- Le restaurant a de plus en plus de mal à être rentable dû à différents facteurs : la diminution de l'accessibilité aux contrats aidés, la volonté des prix bas...
- Une difficulté se fait aussi sentir sur leur fonctionnement. Existant depuis plus de 30 ans, une routine s'est installée.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- La cheffe cuisinière partant à la retraite, cela représente une opportunité pour l'association de recruter une personne motivée et qui souhaite apporter de nouvelles idées. De même, le prochain cuisinier devra rechercher plus de performance économique.
- Pour permettre l'équilibre financier du restaurant, GRAINE compense avec les autres activités de l'association.

Améliorations futures possibles :

Le bâtiment étant déjà occupé à longueur de journée, les projets futurs sont limités.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'engagement et l'implication de chacun des bénévoles a permis à la GRAINE d'exister. Chacun croyait en ce lieu alternatif porteur d'idées « écolos ». C'est cette motivation qui leur a permis de s'investir autant dans ce projet.

Un projet à l'interface entre l'insertion socio-professionnelle et la mise en place d'un réseau de villes comestibles : le projet KreaVert



Kreavert est un programme européen d'une durée de 3 ans pour développer l'intégration sociale transfrontalière tout en créant un réseau de 5 villes européennes comestibles. Le Centre Communal d'Action Sociale de Sarreguemines est l'une des structures partenaires de ce projet. Avec des chantiers d'insertion, la ville développe des espaces nourriciers libre-service dans l'espace public ainsi qu'un jardin de partage pour un public en situation de précarité.

AUTEUR(S)

RAYMOND VALÉRIE

Chargée de projet KreaVert
raymond.valerie@mairie-sarreguemines.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2018

Lieu de réalisation:
Sarreguemines (Fr), Esch-sur-Alzette (Lux.), Burbach (All.), Haccourt (Belg.) et Andernach (All)

Budget: 2000000000

Origine et spécificités du financement : financement FEDER dans le cadre du programme Interreg VA (Europe) pour la Grande Région transfrontalière (à 60%)

ORGANISME(S)

CCAS DE SARREGUEMINES

Sarreguemines - 57200
5 rue de la Paix
44 Salariés



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

13/08/2018

Appréciation(s) du comité

Expérience récente, en attente de résultats

Type de structure

Entreprises Entreprise

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Population précaire

Population urbaine

Type d'objectif

Localisation

France

Grand Est

Moselle

Domaine

Emploi et insertion

Participation, gouvernance

Pauvreté, précarités

Envergure du programme

Internationale

Type d'action

Production agricole Agriculture urbaine

Sociaux Aide et insertion (personnes handicapées/chômeurs...)

Sociaux Création et renforcement du lien social

Culturels Valorisation du patrimoine alimentaire

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

ORIGINE ET CONTEXTE

Ce programme vise à améliorer les conditions de vie grâce à l'insertion socio-professionnelle de personnes en difficultés par la mise en place de cultures potagères en ville qui respectent la biodiversité et la gestion écologique des espaces publics. Les villes partenaires de KreaVert sont :

- CIGL Esch à Esch-sur Alzette (Luxembourg)
- Zentrum für Bildung un Beruf à Burbach (Allemagne) : chef de file du projet
- Cynorhodon à Haccourt (Belgique)
- Perspektive à Andernach (Allemagne)
- Centre Communal d'Action sociale à Sarreguemines (France)

OBJECTIFS

KreaVert a pour objectif de développer un réseau de villes comestibles en mêlant insertion professionnelle et cultures potagères. Plus particulièrement, la ville de Sarreguemines souhaite encourager le développement de la végétalisation du domaine public en s'appuyant sur une démarche participative et une implication des habitants, des associations, des conseils de quartiers afin de :

- Favoriser la nature et la biodiversité en ville
- Participer à l'embellissement et à l'amélioration de notre cadre de vie
- Renforcer les corridors écologiques et la trame verte
- Changer le regard sur la ville
- Créer du lien social, favoriser les échanges avec les autres
- Contribuer à des cheminements agréables et ainsi favoriser les déplacements doux

ACTIONS MISES EN OEUVRE

A Sarreguemines, ce projet recouvre :

- Un jardin de partage : un jardin à vocation sociale entretenu par les agents du chantier d'insertion et quelques bénévoles
- Des espaces nourriciers dans l'espace public destinés aux habitants de la ville, entretenus en collaboration par le service des espaces verts et les agents du chantier d'insertion. Des actions sont mises en œuvre pour développer l'appropriation par les riverains de ces espaces.
- Un projet sur une maison en bois corné.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Ce programme a permis d'améliorer l'insertion professionnelle et de développer les cultures potagères en ville pour tous.

ORIGINALITÉ

Pour les travailleurs en insertion professionnelle, ce programme leur a apporté une nouvelle mobilité transfrontalière, des échanges de cultures, la découverte d'une nouvelle langue lors des échanges avec les partenaires... Mais également une réappropriation de leur ville, ils sont fiers de voir leurs espaces nourriciers dans toute la ville, de communiquer avec les riverains, de présenter leur travail...

PARTENARIAT(S)

Partenaire financier : l'Union Européenne

Partenaires : Alzette, Burbach, Haccourt, Andernach

Partenaires méthodologiques : la communauté d'agglomération de Sarreguemines Confluences ainsi que la ville de Sarreguemines

Partenaires locaux comme des associations d'arboricultures pour la taille des fruitiers au jardin du partage, EMMAUS, Udaf, maisons de quartier...

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Les difficultés rencontrées sont les suivantes :

- Le jardin du partage est ouvert au public pour l'entretien des cultures. Cependant comme la production est réservée aux personnes en difficultés et il n'est pas évident de mobiliser les citoyens autour de ce jardin alors qu'ils n'en verront pas les fruits.
- Les habitants de la ville s'approprient lentement les espaces nourriciers mais des dégradations (mégots, déjections canines, arrachage...) existent.
- Les habitants locaux n'osent pas se servir librement dans les espaces nourriciers. Ce n'est pas encore une habitude entrée dans les mœurs.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Le CCAS souhaite mettre en place des outils de communication destinés au grand public afin de leur expliquer l'utilité de ces lieux, leur fonctionnement, mettre en place des interdictions aux chiens, aux mégots ...

Pour acquérir les compétences maraichères, cela s'effectuera grâce aux échanges avec les autres partenaires (via des stages notamment).

Améliorations futures possibles :

Développer un réseau de villes comestibles.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Le partenariat entre chaque partenaire est gage de réussite dans ce programme. De nombreux échanges sont en cours et seront perpétués au-delà des 3 ans de KreaVert.

POUR EN SAVOIR PLUS

CIGL Esch : <https://www.uless.lu/fr/membres/cigl-esch-sur-alzette-asbl>

Zentrum für Bildung un Beruf : <http://www.zbb-saar.de/>

Cynorhodon : <https://www.cynorhodon.be/>

Perspektive : <https://www.perspektive-andernach.de/>

Un territoire labellisé "Territoire zéro déchet zéro gaspillage" dans les Vosges du Nord tenu par le Syndicat mixte pour la collecte et le traitement



Fin 2015, le SMICTOM (Syndicat mixte pour la collecte et le traitement des ordures ménagères) de Saverne a été labellisé « Territoire zéro déchet zéro gaspillage » avec plusieurs partenaires. Il s'agit d'un label national porté par l'ADEME et attribué aux territoires pionniers en matière de prévention, de réutilisation et de recyclage des déchets. Le SMICTOM propose différentes actions sur la prévention des déchets ménagers et industriels, le gaspillage alimentaire, le tri et la réduction des biodéchets.

AUTEUR(S)

VETTER CHLOÉ

Chargée de mission zéro déchet zéro gaspillage
c.vetter@smictomdesaverne.fr
Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2015
Lieu de réalisation: 75 communes sur Hanau-La Petite Pierre et Saverne-Marmoutier
Origine et spécificités du financement : Financement par l'ADEME

ORGANISME(S)

SMICTOM DE SAVERNE
SAVERNE - 67700
10 rue du Zornhoff
13 Salariés



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

30/07/2018

Domaine

Environnement

Alimentation

Aménagement, développement local

Envergure du programme

Locale

Type d'action

Valorisation non alimentaire Valorisation des déchets

Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Bénéficiaires

Universel

Type d'objectif

Environnementaux Réduction/traitement des déchets, économie circulaire

Pédagogiques Sensibilisation des consommateurs

ORIGINE ET CONTEXTE

Le label "Territoire Zéro déchet Zéro Gaspillage" est attribué par le ministère de l'Environnement et financé par l'ADEME pour une durée de 3 ans. Le territoire du SMICTOM a été labellisé en 2015 en partenariat avec le SMITOM de Haguenau-Saverne, la Grange aux paysages, et la Maison de l'emploi de Saverne. Le SMICTOM de Saverne représente 75 communes avec 63 000 habitants. La thématique de la prévention des déchets a débuté

en 2011 au SMICTOM de Saverne avec un premier programme de prévention. Cela fait donc 7 ans que le SMICTOM est engagé dans la prévention des déchets. Ils travaillent également sur la question des biodéchets depuis de nombreuses années.

OBJECTIFS

L'objectif est d'accompagner, faire de la prévention, sensibiliser le grand public sur la gestion des biodéchets. Pour cela, le SMICTOM travaille sur différents volets d'actions : prévention des déchets des ménages, gaspillage alimentaire, tri à la source des biodéchets et réduction des biodéchets.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Voici quelques exemples d'actions en lien avec le thème de l'alimentation et mises en œuvre par le SMICTOM dans le cadre du label :

● Volet prévention des déchets des ménages :

- Formations relais zéro déchet destinées au grand public
- Organisation d'une journée zéro déchet avec la Ville de Saverne.

● Volet gaspillage alimentaire :

- En collaboration avec les Piverts et la Grange aux paysages, le SMICTOM mène des actions dans des collèges. La Grange a réalisé en 2016 dans le collège de Bouxwiller des pesées, des ateliers de sensibilisation aux classes de 6ème et de l'accompagnement plus important des classes SEGPA avec l'organisation d'animations de repas pour l'ensemble des collégiens. Les Piverts ont mené une action au collège de Wingen-sur-Moder. Ils ont élaboré un diagnostic partagé avec le conseil de la vie collégienne, ils sont intervenus dans les différentes classes, ont préparé des animations de repas, organisé deux ateliers sur la cuisine des plantes sauvages et effectué des pesées à la cantine.
- Action jardinage au naturel pour les entreprises.

● Volet tri à la source des biodéchets :

- Collecte expérimentale de biodéchets dans 16 communes. Collecte prévue sur une durée de 1 an avec la mise en place de points d'apport volontaire, la distribution de bioseaux et la vente de composteurs en bois subventionnés par le SMITOM de Haguenau-Saverne.

● Volet réduction des biodéchets :

- Formation « relais jardin au naturel » sur 5 demi-journées
- Actions de broyage au sein des déchèteries d'Ingwiller et Marmoutier
- Sensibilisation au compostage en porte-à-porte et proposition de formations. Le SMICTOM a rédigé une commande de composteurs « exemplaire » en collaboration avec un chargé de mission de la Maison de l'emploi de Saverne pour. Cela leur a permis d'acquérir des composteurs réalisés par des entreprises locales avec du bois local non traité. Il existe deux formats de composteurs : petits (320 l) et des grands (637 l). Les petits composteurs sont construits par l'APH des Vosges du nord (association participant à la l'intégration des personnes en situation de handicap) et les grands sont construits par MACHET (entreprise d'insertion).

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Grâce à l'action de la Grange aux paysages au collège de Bouxwiller, une diminution de 14% du poids des sacs a été obtenue sur trois pesées réalisées lors de repas identiques. À l'occasion de l'opération de porte-à-porte réalisée dans le cadre du démarrage de la collecte de biodéchets, le SMICTOM a recueilli les coordonnées de 350 personnes intéressées par une formation d'initiation au compostage.

Retour positif des collèges sur la participation au gaspillage alimentaire, des personnes formées sur les différents volets.

ORIGINALITÉ

En s'efforçant de travailler avec la plupart des acteurs du territoire, le SMICTOM est devenue une structure très en lien avec son territoire. Sa démarche consiste à inciter le plus grand nombre à participer à la réduction des biodéchets.

Le Smictom s'efforce de travailler avec l'ensemble des acteurs du territoire, mais aussi avec les citoyens, intéressés par la thématique du zéro déchet (création d'un réseau en cours) pour qu'ils deviennent des Relais auprès du grand public.

PARTENARIAT(S)

Partenariats pour les financements : ADEME

Partenariats pour l'élaboration des actions : la Grange aux paysages, la Maison de l'emploi, le SMITOM de Haguenau-Saverne

Partenariats pour la réalisation des actions : la Grange aux paysages, les Piverts
Pour chaque volet d'actions, le SMICTOM de Saverne a su entrer en contact avec d'autres structures présentes sur le territoire.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Action sur le gaspillage alimentaire : Les Piverts n'ont pas réussi à obtenir des résultats de pesées pour l'année 2016.

Le SMICTOM a prévu une réunion avec le Conseil départemental du Bas-Rhin pour s'informer sur les actions qu'il mène déjà dans les collèges et réfléchir à une meilleure articulation de leurs actions respectives. Au départ, les actions du Smictom étaient envisagées comme un premier pas des établissements, en vue de leur intégration postérieure à l'action Mangeons sain jetons moins du Département, pour un véritable changement en profondeur de leurs pratiques.

- Action sur la réduction des biodéchets La Maison de l'emploi de Saverne vient de fermer en raison d'une baisse des dotations de l'Etat.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Action sur le gaspillage alimentaire : Nécessité de réunir les acteurs de cette action (Département, Grange aux paysages, Piverts, SMITOM) afin de redéfinir les actions et de parler de l'avenir de la démarche « Mangeons sains, jetons moins ». L'idée est de coordonner au mieux les actions de chaque structure.

Améliorations futures possibles :

- Action sur le gaspillage alimentaire : les actions au sein des collèges sont plus du ressort du Département, il se pourrait que le SMICTOM envisage de se concentrer sur d'autres cibles.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Création de différents réseaux : citoyens relais pour jardiner au naturel et sur la thématique du zéro déchet, partenariats créés pour la mise en place de certaines actions

Certains de ces projets ont permis au SMICTOM de travailler sur une nouvelle échelle de leur territoire.

POUR EN SAVOIR PLUS

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/territoires-zero-dechet-zero-gaspillage>

<https://www.smictomdesaverne.fr/>

« Vergers Solidaires d'Alsace » et « Hanau Vergers Traditionnels » : dispositifs d'une com-com pour l'entretien de vergers dans nos campagnes



Vergers Solidaires d'Alsace (VSA) et Hanau Vergers Traditionnels (HVT) sont 2 dispositifs tri-annuels menés l'un après l'autre de 2010 à 2015 et initiés par l'ancienne communauté de communes de Hanau. Trois ans après la fin de ce dispositif, la nouvelle communauté de communes Hanau-La Petite Pierre souhaite renouveler cette initiative.

AUTEUR(S)

LOVICHY MARIE-ANGE

Chargée de mission paysage et biodiversité

ma.lovichi@hanau-lapetitepierre.alsace

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2010

Lieu de réalisation: territoire de la communauté de communes de Hanau

Budget: 60000

Origine et spécificités du financement : Communauté de communes Hanau, département du Bas-Rhin et la région Grand Est

ORGANISME(S)

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE HANAU-LA PETITE PIERRE

BOUXWILLER - 67330

10 Route d'Obermodern



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

27/07/2018

Appréciation(s) du comité

Source d'inspiration !

Type de structure

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Établissement public Etablissement public

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Domaine

Environnement

Culture, sport et loisirs

Alimentation

Envergure du programme

Locale

Type d'objectif

Environnementaux Maintien et amélioration de la biodiversité

Environnementaux Préservation de la qualité / fertilité des sols

Culturels Entretien du patrimoine naturel

Pédagogiques Communication auprès des enfants

ORIGINE ET CONTEXTE

Dès lors que des projets d'urbanisme s'installent dans les communes, les ceintures vertes des villages sont les premières à partir. De plus, ces ceintures étaient auparavant des sources de financement et d'approvisionnement pour les habitants, or aujourd'hui les vergers n'ont plus cette fonction. Un savoir-faire autour de leur entretien s'est perdu au fil des années. De nombreux vergers ont disparu suite à ces deux facteurs. De ce fait, les associations arboricoles ont questionné leurs élus pour réimplanter des vergers et pour entretenir ceux déjà existants sur le territoire. Ainsi sont nés les deux programmes Vergers Solidaires d'Alsace (VSA) et Hanau Vergers Traditionnels (HVT).

OBJECTIFS

Entretien et replanter des vergers dans les communes du territoire de la communauté de communes du pays de Hanau afin de reverdir les ceintures des villages.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Vergers Solidaires d'Alsace (VSA) et Hanau Vergers Traditionnels (HVT) sont deux programmes ayant eu lieu l'un à la suite de l'autre : VSA de 2010 à 2012 et HVT de 2013 à 2015.

Lorsque la communauté de communes a décidé de débiter le programme VSA, elle a relayé l'information sous forme d'affiches dans l'ensemble des communes de son territoire. Ce dispositif a pris la forme d'un appel à subventions pour les propriétaires publics ou privés de vergers afin d'ouvrir un chantier tenu par les associations arboricoles. Le chantier pouvait concerner soit de l'entretien de vergers soit de la réimplantation d'arbres sur les parcelles des propriétaires répondant à l'appel à subventions. Le propriétaire payait 20% et la communauté de communes subventionnait les 80% du restant.

Sur certains chantiers, les habitants de la commune étaient conviés à participer ainsi que des classes scolaires. L'idée à travers ces chantiers participatifs était de sensibiliser les habitants sur les enjeux des vergers.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Vergers Solidaires d'Alsace (2010-2012) :

- 1 100 arbres taillés
- 4 000 arbres plantés
- 70m linéaire de haies plantées
- 300 enfants sensibilisés, 36 animations en milieu scolaire
- Arbres plantés (de l'espèce la plus plantée à la moins plantée) : pomme, quetsche, mirabelle, poire et coings, cerisier, noyer et abricotiers

Hanau Vergers Traditionnels (2013-2015) :

- 750 arbres taillés
- 36 animations en milieu scolaire
- 300 enfants sensibilisés

Au total : 1 850 arbres taillés, 4 000 arbres plantés, 600 enfants sensibilisés

ORIGINALITÉ

Ce programme a permis de sensibiliser les habitants des communes mais également les élus sur l'entretien des paysages du territoire et sur le monde des vergers, leur écosystème, leurs services écosystémiques.

PARTENARIAT(S)

Partenaires techniques : l'association des producteurs de fruits Ingwiller et environs, l'association des producteurs de fruits de Bouxwiller, l'association "La pommeraie" de Shalkendorf et les pépinières

Partenaires financiers : la région Grand Est, le département Bas-Rhin

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

Le fonctionnement de ce programme repose sur le partenariat entre la communauté de communes du pays de Hanau et les associations arboricoles. Cependant ces dernières fonctionnent grâce à un réseau de bénévoles qui interviennent sur les chantiers volontairement. Ces bénévoles étaient chargés des plantations, de l'entretien

des parcelles. Cela peut représenter une difficulté, en effet le bénévolat n'est pas obligatoirement inscrit dans la durée

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

Dans le nouveau programme que la communauté de communes Hanau-La Petite Pierre va mettre en place, l'idée serait d'indemniser les associations pour leur travail afin de pérenniser leurs actions dans le temps.

Améliorations futures possibles :

Pour le nouveau programme, la fusion récente de la communauté de communes va permettre à de nouveaux propriétaires privés ou publics d'accéder à ce programme. De même, l'envie est d'associer le milieu scolaire et le milieu des vergers plus fortement, pour sensibiliser les générations futures.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

L'implication et le dynamisme des associations du territoire a permis le succès de ces deux premiers programmes. Une forte communication lors de l'ouverture des dispositifs a également été nécessaire.

POUR EN SAVOIR PLUS

Affiche du dispositif VSA

Association des producteurs de fruits de Bouxwiller : <http://association-arboricole-bouxwiller.blogspot.com/p/blog-page.html>

Ecole maternelle Le petit verger de Gundershoffen ou la démonstration qu'il n'y a pas d'âge pour s'intéresser au contenu de nos assiettes !



Le petit verger est une école maternelle labellisée E3D (Etablissement en Démarche de Développement Durable) en 2017 et proposant une sensibilisation autour de l'alimentation pour les enfants. Entre potager, semis, gestion du compost, cuisine, goûter, cette école montre que dès le plus jeune âge les enfants peuvent être sensibilisés à ces thématiques.

AUTEUR(S)

MARTIN THIERRY

Directeur de l'école maternelle

thierry.martin@ac-strasbourg.fr

Fiche rédigée par **Adèle Gspann**

PROGRAMME

Démarrage: 2013-2014

Lieu de réalisation:
Gundershoffen

ORGANISME(S)

ECOLE MATERNELLE LE PETIT VERGER

Gundershoffen - 67110
5, rue des Tuiles

COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche

27/07/2018

Domaine

Environnement

Agriculture

Alimentation

Education et formation

Envergure du programme

Locale

Type d'acteur

Acteurs de la consommation

Type d'objectif

Environnementaux Décarbonation, performance énergétique

Pédagogiques Communication auprès des enfants

Localisation

France

Grand Est

Bas Rhin

Type de structure

Établissement public Etablissement public

Collectivité territoriale, État Collectivité territoriale, Etat

Association, collectif, ONG Association, collectif, ONG

Bénéficiaires

Enfants de moins de 5 ans

Type d'action

Valorisation non alimentaire Pédagogie / sensibilisation

ORIGINE ET CONTEXTE

Il y a 4-5 ans, l'école a été réaménagée permettant la mise en place d'espaces verts. Ainsi, ce fut l'occasion de s'intéresser au jardinage et au potager avec les enfants. Le directeur de formation biologiste avait à cœur de profiter de cet espace afin de permettre aux élèves de s'intéresser à leur environnement immédiat.

OBJECTIFS

L'objectif de l'école est de donner aux enfants l'envie de jardiner, de leur montrer que tous les aliments verts ne sont pas mauvais et de leur fournir une culture générale naturaliste. A travers cette sensibilisation, ils espèrent toucher les parents également.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

- L'école possède différents bacs potagers (environ pour une surface de 12m²). Les enfants participent lors d'ateliers : ils sèment, récoltent, préparent les semis... Le potager de printemps a permis de planter des produits consommables rapidement tels que le radis, les petit-pois, les haricots, les plantes aromatiques... Et ils préparent dès maintenant les plantations de l'automne. A chaque récolte, les élèves goutent les produits crus.
- L'école possède une cuisine dans ses locaux où ils cuisinent les produits récoltés. En automne, ils préparent une grande soupe avec cucurbitacées, carottes, pommes de terre...
- L'école a souhaité maintenir le goûter fournis par les parents. Chaque jour le goûter est en fonction d'une thématique : le plaisir du lundi, le laitage le mardi, les fruits le jeudi et le sandwich (pas forcément avec de la charcuterie) le vendredi. Avec le maintien de ce goûter, cela représente une occasion de travailler sur les catégories d'aliments et de retrouver le sens du mot « goûter » : découverte de nouvelles saveurs.
- Chaque printemps, l'école organise un marché où ils vendent aux parents l'ensemble des semis préparés.

RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Le marché du printemps est le symbole de leur réussite. En 2018, l'école et les enfants ont vendu 300 plants permettant de récoltés environ 300€. Cet argent est ensuite réinvesti dans différents projets pour continuer à les développer. Les enfants sont acteurs de ce marché. C'est devenu un rendez-vous annuel attendu avec impatience par les petits et les grands !

ORIGINALITÉ

L'école compte 83 enfants répartis en 4 classes différentes de petites, moyennes et grandes sections. Les enfants ont entre 3 et 5 ans, mais ce jeune âge ne représente pas un frein pour l'équipe de l'école dans leurs objectifs de sensibilisation. Différentes thématiques sont abordées : les besoins de la plante, les besoins pour la germination, pour la croissance, de la fleur au fruit...

PARTENARIAT(S)

L'école travail en collaboration avec la commune et les ouvriers communaux qui participent à certains chantiers de l'école.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés pendant la mise en œuvre :

- Une difficulté rencontrée concerne le public auquel ces actions s'adressent. En effet à cet âge il n'est pas toujours évident de leur faire découvrir de nouveaux aliments, de nouvelles saveurs.
- Pour se lancer dans ces projets, il faut également être capable d'investir financièrement.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- L'esprit de groupe aide à passer le cap. Un premier enfant se lance et les autres le suivent.
- Le marché de printemps a été créé pour permettre ces investissements.

Améliorations futures possibles :

Les envies futures sont l'achat d'arbres fruitiers pour sécuriser une zone dangereuse pour les enfants.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou un essaimage :

Cette réussite se doit à l'investissement du directeur ainsi que celle de son équipe. Pour transposer cette action, un grand espace vert dans l'école est nécessaire

POUR EN SAVOIR PLUS

https://www.ac-strasbourg.fr/fileadmin/pedagogie/edd/Label_E3D/Fiches_pdf/1_GT_Proposition_communique_de_presse_E3D.pdf

Fiches issues de travaux réalisés dans le cadre d'un projet lauréat du PNA 2018 - 2020 piloté par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, en partenariat avec RESOLIS



Contacts :
alimentation@resolis.org

