

## Carte action 2.2-1

**« Développer les coopérations à l'échelle des différents maillons au service des filières alimentaires locales de proximité via la mutualisation des outils et la mise en place de solutions innovantes »**

### Remarques portant sur le descriptif de l'action

- ❖ Concernant les outils de transformation, pour les participants le rôle du PAT est de rassembler les acteurs, créer un lieu d'échange.
- ❖ Le chantier d'insertion maraichage de la ville d'Abbeville produits des légumes qui sont ensuite orientés vers l'épicerie sociale et solidaire de la ville. Un projet de conserverie attendant est en cours ; à l'avenir cette conserverie pourrait avoir un rôle d'outil de transformation et peut être proposer de la prestation de service pour les producteurs souhaitant transformer une partie de leur production
- ❖ Concernant la logistique, les participants se sont accordés sur la complexité de la question. D'une part le lien avec les clients est essentiel pour la vente en circuits courts mais de l'autre côté, la logistique est très chronophage pour les producteurs.
- ❖ Pour les AMAP du territoire, la logistique semble efficace, car les producteurs se déplacent pour livrer 50 paniers.
- ❖ Un lieu de stockage mutualisé et géré par un chantier d'insertion serait pertinent et permettrait de soulager les producteurs → quid du portage, du lieu et des financements associés ?
- ❖ Concernant les modes de distributions innovants, les participants demandent à avoir un retour de l'expérience mise en place au restaurant le Saltimbanque à Eaucourt sur Somme, au sujet des casiers connectés et réfrigérés My Colis Box, par l'entreprise Decayeux.

### Remarques portant sur le public cible

### Remarques portant sur le niveau de priorité

### Remarques portant sur le ou les porteur(s)

### Remarques portant sur les acteurs impliqués

### Remarques portant sur le budget / les sources de financement

## Carte action 2.2-2

### « Développer la vente des produits du territoire en circuit court »

#### Remarques portant sur le descriptif de l'action

- ❖ Un nouveau titre pour cette action est proposé : « Mener une étude d'opportunité concernant la création d'une structure de vente collective des producteurs terre et mer locaux »
- ❖ Le portage d'une telle structure peut être soutenu par un collectif de producteurs (SAS) ou une coopérative
- ❖ Le Drive fermier est une solution intermédiaire, mais celui d'Abbeville a fermé en septembre 2022 faute de commandes
- ❖ Il existe des exemples de chantiers d'insertion qui ont développé des points de vente collectifs avec d'autres producteurs locaux ( est cité l'exemple « [Les Anges Gardins](#) » dans le Pas-de-Calais à Vieille - Eglise)

#### Remarques portant sur le public cible

#### Remarques portant sur le niveau de priorité

#### Remarques portant sur le ou les porteur(s)

#### Remarques portant sur les acteurs impliqués

#### Remarques portant sur le budget / les sources de financement

## Carte action 2.1-1

« Réaliser un état des lieux de la production et de la distribution sous SIQO, sous labels et HVE2 sur le territoire »

### Remarques portant sur le descriptif de l'action

- ❖ L'intérêt de cette enquête serait surtout d'estimer de manière quantitative la production sur le territoire afin de pouvoir rapprocher l'offre et la demande

### Remarques portant sur le public cible

### Remarques portant sur le niveau de priorité

### Remarques portant sur le ou les porteur(s)

### Remarques portant sur les acteurs impliqués

### Remarques portant sur le budget / les sources de financement

## Carte action 2.1-2

«Évaluer la sensibilité des agriculteurs du territoire aux SIQO et aux labels (notamment HVE2) »

### Remarques portant sur le descriptif de l'action

- ❖ Les participants insistent sur l'importance de véhiculer le message de manière positive, et de bien expliquer les intérêts des SIQO et labels. Pour cela, il est proposé :
  - des témoignages d'agriculteurs engagés dans des labels
  - des témoignages d'acheteurs satisfaits de la qualité des produits sous labels
  - des témoignages de gestionnaires de restauration collective (publique et privée), sur la gestion de la place des produits de qualité dans leur approvisionnement et la rédaction de leurs marchés publics, au regard des exigences de la loi EGalim 2, sur les produits de qualité et durables dans les assiettes

### Remarques portant sur le public cible

### Remarques portant sur le niveau de priorité

### Remarques portant sur le ou les porteur(s)

### Remarques portant sur les acteurs impliqués

### Remarques portant sur le budget / les sources de financement

### Carte action 2.1-3

«Favoriser l'interconnaissance entre acheteurs de la restauration collective et les producteurs sous SIQO »

#### Remarques portant sur le descriptif de l'action

- ❖ Pour les participants, le rôle du PAT est :
  - d'identifier les acheteurs
  - De réaliser un état des lieux de la restauration collective
- ❖ Pour favoriser l'interconnaissance entre les acheteurs et les producteurs, le meilleur moyen semble être les visites d'exploitations agricoles

#### Remarques portant sur le public cible

#### Remarques portant sur le niveau de priorité

#### Remarques portant sur le ou les porteur(s)

#### Remarques portant sur les acteurs impliqués

#### Remarques portant sur le budget / les sources de financement