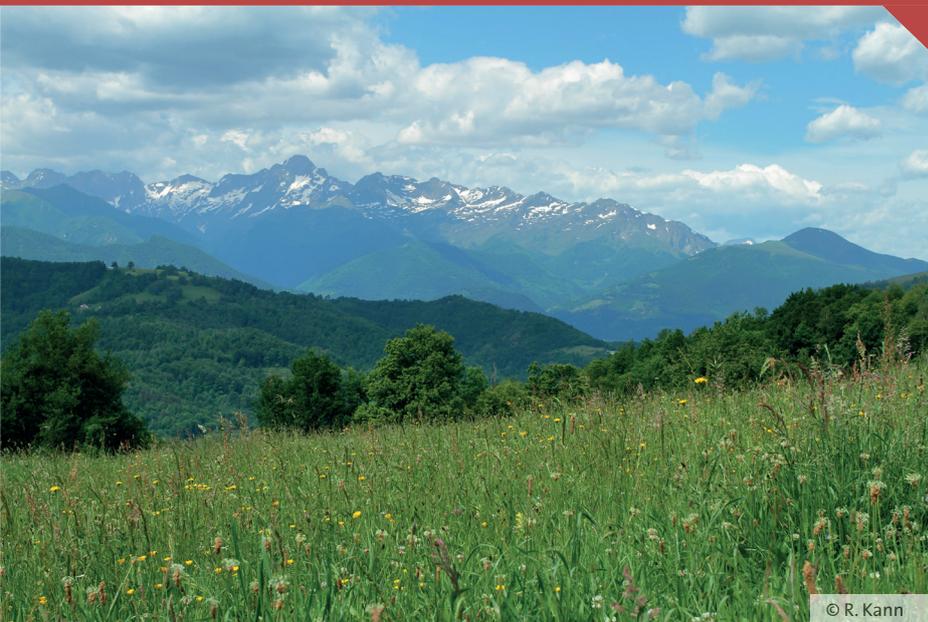


“ Elaborer un PAT pour consolider des réseaux d'acteurs et une animation locale déjà dynamiques



© R. Kann

CARACTÉRISTIQUES

- Date de création du PNR : 2009
- Superficie du PNR : 246 500 hectares
- Nombre de communes : 138
- Population : 46 592
- Département concerné : Ariège
- Région : Occitanie
- Type de territoire : massif des Pyrénées



➤ INTRODUCTION

Le Parc Pyrénées Ariégeoises se caractérise par une production assez diversifiée, plutôt centrée sur la production animale avec des élevages bovins et ovins (viande et lait), caprin, et de la volaille. On trouve également des productions apicoles et de petits fruits.

Côté demande, une partie des consommateurs est sensibilisée aux thématiques de l'alimentation et de la production agricole, ce qui motive l'offre en produits locaux de qualité. Le Parc promeut la marque Valeurs Parc afin de valoriser les productions locales et respectueuses de l'environnement. À ce jour, 51 producteurs portent la marque sur différentes gammes.

En 2017, le Parc a répondu à un appel à projet PNA pour créer un PAT. Si la demande n'aboutit pas, elle lui a permis d'obtenir des financements de la DRAAF Occitanie pour construire ses premiers projets.

En 2018-2019, le Parc dépose un nouveau dossier de création de PAT. Dans le cadre de l'appel à projet, le Parc souhaite former un comité de pilotage réunissant les principaux acteurs de l'alimentation

sur le territoire et construire un premier diagnostic alimentaire du Parc. Pour lui, constituer un PAT renforcerait la cohérence des projets et initiatives déjà présentes sur le territoire. Cette action est financée par l'ADEME, la DRAAF Occitanie et la Région Occitanie.

Les objectifs du projet de PAT sont les suivants :

- Valoriser les ressources locales dans la production tout en respectant l'environnement (pollution de l'eau et de l'air notamment) en augmentant la part de production biologique
- Maintenir les emplois agricoles et l'ancrage territorial de la production, notamment grâce à la marque Valeurs Parc
- Encourager les circuits courts en accompagnant les différents maillons de la chaîne alimentaire afin de renforcer l'autonomie du Parc
- Favoriser l'accès à une alimentation de qualité pour tous, et sensibiliser sur l'alimentation tout en favorisant le lien social avec les agriculteurs



© PNRPA

➤ ACTIONS

Le parc est très actif sur le sujet de la transition alimentaire et mène de multiples actions transversales sur le sujet, avec :

- La gestion Programme agro environnemental et climatique (PAEC) en 2011
- le concours national des prairies fleuries depuis 2016
- l'ouverture paysagère des espaces en friches avec le concours de la population et les MAEC sur les zones humides. La population participe sur la définition des ouvertures paysagères, leur réalisation et la réflexion sur l'installation agricole
- une action de sensibilisation dans un lycée hôtelier
- la mise en place volontariste du Plan Climat-Air-Energie Territorial entre 2016 et 2020 pour réduire les émissions de GES liées à l'agriculture

Depuis 2017 et la première candidature à l'appel à projet du PNA, le Parc développe :

- le « Défi famille à alimentation positive », qui fut initié dans le cadre du premier appel à projet comprend toujours actuellement 32 familles accompagnées pour augmenter de 20% leur consommation de produits biologiques sans augmenter leur budget.
- le développement du Gourmet Bag dans 35 restaurants volontaires pour réduire le gaspillage alimentaire avec des contenants en fibre de

coco, recyclables et compostables

- la mise en valeur de la marque Valeurs Parc : Organisation de repas et pique-nique avec les produits de la marque pour sensibiliser les élèves en Bac professionnel cuisine et la clientèle du restaurant d'application
- Animations avec des soirées ciné-débat sur le thème de l'alimentation locale et biologique

Avec la création d'un PAT en 2020, le Parc met en oeuvre une série d'actions concrètes, financées par l'ADEME, la DRAAF et la Région Occitanie telles que

- Identifier les initiatives sur le territoire et les valoriser avec la mise en place d'un marché aux initiatives de l'alimentation locale et durable (ateliers et tables rondes). Il s'agit également d'étendre la toile alimentaire du Parc en ciblant ses flux. Jusqu'à présent, 82% des producteurs de la marque Valeurs Parc ont répondu favorablement.
- Accompagner des collectivités territoriales dans le développement d'une offre de commercialisation de produits locaux en circuits-courts.
- Renouveler le défi " Famille à alimentation positive", continuer les actions d'éducation alimentaire
- Accompagner 5 communes dans la mobilisation foncière pour promouvoir l'installation agricole
- Créer une plateforme de mise en relation producteurs-consommateurs sur internet
- Promouvoir les liens avec l'Espagne et la région d'Andorre avec les transferts d'expérience

⊙ **ACTEURS**

Le Parc travaille à développer une relation efficace avec les acteurs de l'alimentation sur le territoire. La marque Valeurs Parc, est utilisée comme un support de communication et de regroupement des agriculteurs autour de valeurs communes. La création du PAT et la réalisation des actions devra permettre d'intensifier le réseau des acteurs.

⊙ **ANALYSE**

Le Parc est très actif sur les animations et l'information sur les différentes thématiques de l'alimentation durable, aussi bien auprès des producteurs que des consommateurs.

La stratégie détaillée pour la mise en place du PAT est ambitieuse et bien détaillée, ce qui révèle une réelle volonté d'action, de manière transversale. L'enjeu de la réussite de la création du PAT repose sur la mobilisation des acteurs, le rassemblement des financements nécessaire au déroulement des actions prévues ainsi que la gestion du temps afin de parvenir à travailler sur tous les projets. Le Parc veut utiliser le PAT afin de renforcer les dynamiques transitionnelles en cours, en dessinant une stratégie transversale de long terme.

▶ **PETIT PLUS**

Le Défi Famille à alimentation positive (FAAP), animé par le PNR avec le CIVAM bio 09, en partenariat avec les centres sociaux des CAF de Saint-Girons et Foix, permet d'accompagner une trentaine de foyers pour les aider à augmenter de 20% leur consommation de produits bio et locaux sans augmenter leur budget. Des ateliers sont proposés durant 6 mois (ateliers diététique, cuisine, visites de fermes en bio, de marchés et biocoop) ainsi qu'un suivi des achats alimentaires. Cette action a donné lieu à un pré-projet de recherche financé par la fondation Carasso, mené par l'INRA et le CIVAM bio09, le projet Goutzy. Ce pré-projet a permis de monter un projet de recherche, qui sera également financé, le Hmm Lab : transition agri-alimentaire, démocratie alimentaire, pragmatisme et hédonisme sont les mots-clés de cette recherche.