


Comité de pilotage

Projet Alimentaire de Territoire



Sommaire

1. Historique de la mission – Convention de partenariat
 2. Avancées des missions
 - a) Le Signe de reconnaissance territorial
 - b) Restauration collective et approvisionnement local
 - c) Le Projet Alimentaire de Territoire - Quid
 3. Signatures officielles « Produits en Pays Midi Quercy »
- 

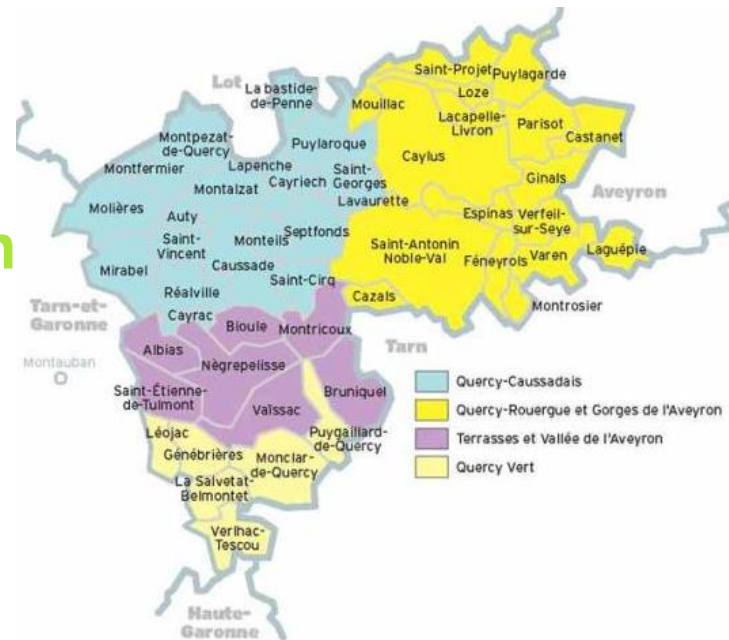
1. Historique de la mission – Conve

- Œuvre depuis sa création en faveur d'un développement économique équitablement réparti sur le territoire et s'appuyant sur les ressources locale
- L'agriculture est un enjeu fort : enjeu nourricier, enjeu économique, enjeu paysager, enjeu social,... → Mise en place de nombreuses actions en faveur de l'agriculture locale (charte à l'installation, charte du Bien vivre ensemble, approvisionnement en produits bio dans la restauration collective,...)



1. Historique de la mission – Conven

- 2007-2008 : expérimentation « Approvisionnement en produits bio » en restauration collective – en partenariat avec BIO82
- 2011 : Diagnostic sur les circuits courts de proximité en PMQ : intérêt marqué de part les liens économiques qu'ils permettent de tisser/consolider sur le territoire
- Fin 2012 : Sélection à l'Appel à projet « Territoire et gouvernance alimentaire » Régional, co financé par l'Etat, la Région et l'Europe
 - ✓ Embauche d'une animatrice
 - ✓ Mise en place d'un comité de suivi du plan d'actions (élus du PMQ, membres du CDD)



1. Historique de la mission – Convention de partenariat

Novembre 2012 : plan d'actions sur 1 an d'ingénierie

Volet « Visibilité »

- Améliorer la visibilité des produits et des producteurs locaux

Volet « Restauration collective »

- Développer la demande en produits locaux via la commande publique

Volet « Outils structurants »

- Etude(s) d'opportunité(s) sur les outils de structuration nécessaire

1. Historique de la mission – Conventio

Ce qui a permis, d'octobre 2012 à Novembre 2013 :

- Création du Signe de Reconnaissance Territorial « Produits en Pays Midi Quercy »
- Enquête partielle sur la restauration collective en Pays Midi Quercy
- Suivi d'un projet d'atelier de découpe (opportunité d'achat d'une boucherie/charcuterie) + suivi du projet de couveuse en maraichage biologique

A noter : de nov 2013 à Aout 2015 → Animation à temps partiel, centrée sur l'animation du Signe de Reconnaissance Territorial + 1^{er} dossier de candidature à l'appel à projet PNA



1. Historique de la mission – Convention de partenariat

Septembre 2015 :

Signature d'une convention de partenariat entre le PETR et l'Association de Développement Rural du Pays Midi Quercy

- Moyens humains : 0,8 ETP sur un an
- Moyens financiers : Coût ingénieurial et frais de structure
- Durée de la convention : Septembre 2015 à Août 2016.

L'ADR en quelques mots :

- Projets d'irrigation > ASA
- Statuts : l'asso. a pour but la **promotion et l'animation d'opérations de développement et de mise en valeur du Pays Midi Quercy**

1. Historique de la mission – Convention de partenariat

Répond à un contexte national favorable

- Lancement du 2^{ème} appel à projet Programme National pour l'Alimentation
- Crise traversée par le monde agricole – recherche de solutions à échelles territoriales
- Approvisionnement local et restauration collective : Projet de loi présenté à l'assemblée nationale

1. Historique de la mission – Convention de partenariat

Animat
Signe
Reconn
Territ

Etud
faisabili
légumer
structur
la

Projet
Alimentaire de
Territoire

2. Avancées des missions

Animation du
Signe de
Reconnaissance
Territorial

- 1/Evaluer la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »
- 2/Poursuivre l'ouverture à de nouvelles familles
- 3/Programmer un/des évènementiel(s)
- 4/Poursuivre la communication

2. Avancées des missions

→ 1/Evaluer la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »

- 3 ans d'animation
- Nécessité de quantifier et qualifier l'efficacité de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »



Principaux enseignements :

- Nombre de signataires stable (24 producteurs – 7 restaurateurs – 3 acteurs associatifs)
- Un intérêt économique et communication avéré mais peu concrétisé
- Nécessité de revoir certains outils de communication et d'être plus présents sur les évènementiels
- Souhait d'évoluer vers une marque collective déposée

2. Avancées des missions

→ 2/Poursuivre l'ouverture à de nouvelles familles

➡ Signature officielle ce jour pour **3 nouvelles familles** :

- Les artisans métiers de bouche
- Les commerces
- Les collectivités locales

➡ Nouvelles signatures

- Acteurs associatifs et culturels
- Producteurs et organismes représentatifs

2. Avancées des missions

→ 3/Programmer un/des évènementiel(s)

**SEMAINE
EUROPÉENNE
DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE
30 MAI - 5 JUIN**

Animation
SRT

2. Avancées des missions

Du 30 mai
au 5 juin

Défi
**“Une semaine
pour les
produits
locaux”**

**Circuit
dégustation**
**Le Maraudeur -
Chez Terrassier**

Assiette
“ Pays Midi Quercy”
Restaurateurs signataires

2. Avancées des missions

Défi
"Une semaine
pour les
produits
locaux"

Qui ?

Tous les consommateurs du Pays Midi Quercy
+
les familles à Energie Positive 2016

Quoi ?

1 repas/jour avec 3 produits locaux pendant 7 jours

Comment ?

Sur inscription
Mise à disposition de recettes
Mise à disposition des « adresses » (où trouver les produits)
Remplir une fiche récapitulative : quels produits? Où les ont-ils achetés

2. Avancées des missions

**Circuit
dégustation
Le Maraudeur –
Chez Terrassier**

10h30-11h45 : Visite de l'exploitation « Le maraudeur », de Mr et Mme Mille, à Saint-Antonin Noble Val

12h30 : Repas pris au restaurant « Chez Terrassier », à Vaïssac

14h30 : Echanges de bonnes pratiques et d'astuces entre les convives, la restauratrice et l'exploitante



2. Avancées des missions

Assiette
“ Pays Midi Quercy”
Restaurateurs signataires

(en cours de validation)

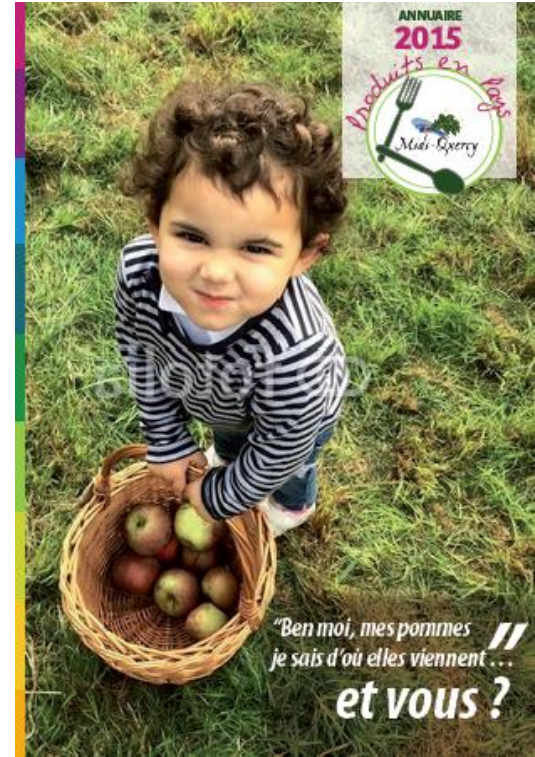
Les restaurateurs signataires s’engageraient à proposer sur le WE, une assiette « Produits en Pays Midi Quercy »

2. Avancées des missions



→ 4/Poursuivre la communication et la mise en réseau

- Rééditer l'édition 2016-2017 du guide des signataires
- Recherche de financement pour améliorer le site Internet dédiée à la démarche
- Outils de communication en projet : stickers, emballages biodégradables,...
- Création de nouveau outils de travail « interne » : outil d'évaluation simple, ...
- Organisation des 2èmes rencontres « Produits en Pays Midi Quercy »



2. Avancées des missions

Etude de
faisabilité d'une
légumerie - outil
structurant pour
la RC

- 1/Compléter l'enquête partielle auprès de la RHD
- 2/Analyse des différents schémas organisationnel sur le territoire national
- 3/Etude d'opportunité d'une légumerie/outil structurant pour la RC

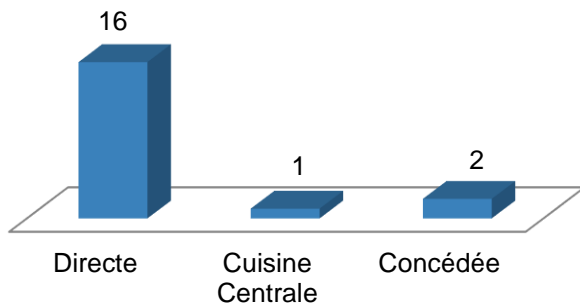
2. Avancées des missions

→ 1/ Compléter l'enquête partielle auprès de la RHD

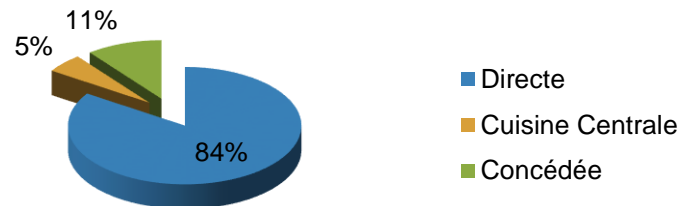
Nombre de cantines scolaires enquêtées : 19 cantines scolaires et 1 lycée

550 000 repas/an soit plus de 2100 repas/jour (période scolaires+PetG vacances)

Mode de gestion de l'établissement

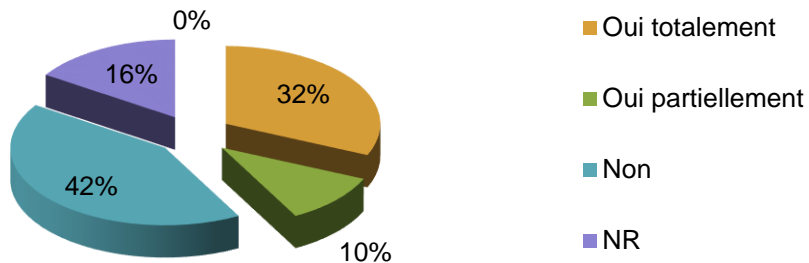


Mode de gestion de la cantine (pour la préparation des repas)



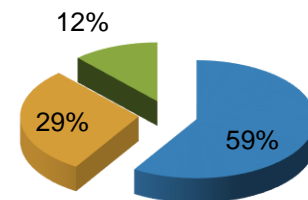
2. Avancées des missions

Inscription dans le cadre des marchés publics

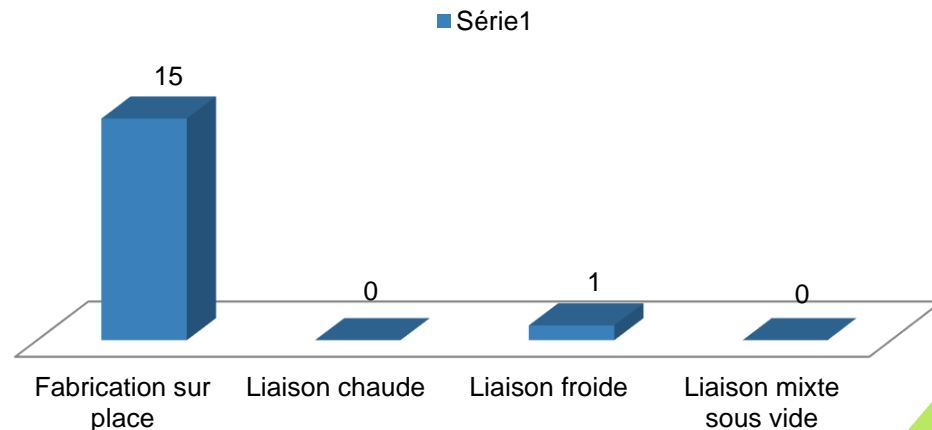


Présence d'équipements adaptés au travail des produits frais

■ Oui ■ Pas suffisants ■ Non



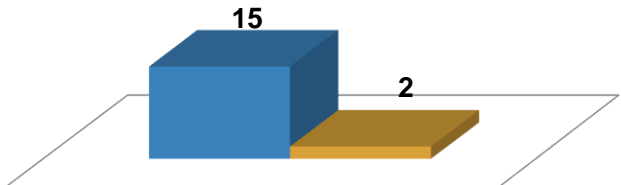
Mode de fonctionnement des cantines



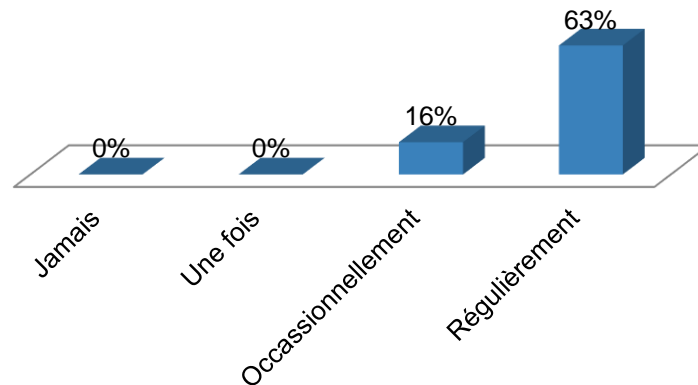
2. Avancées des missions

Utilisation de produits locaux

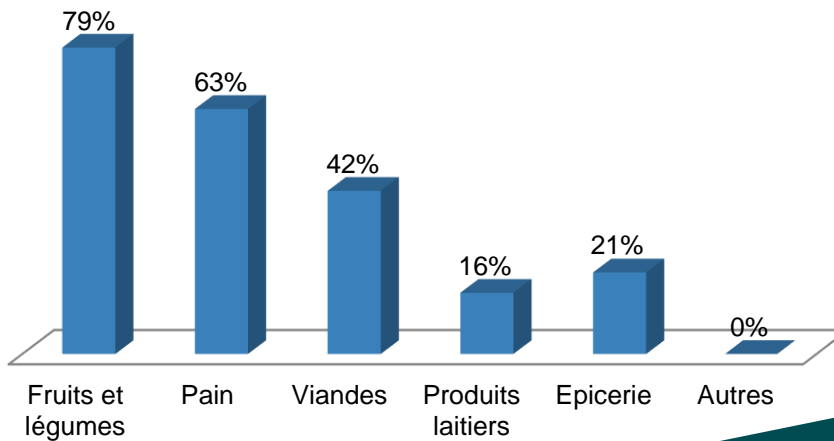
■ Oui ■ Non



Si oui, quelle régularité?

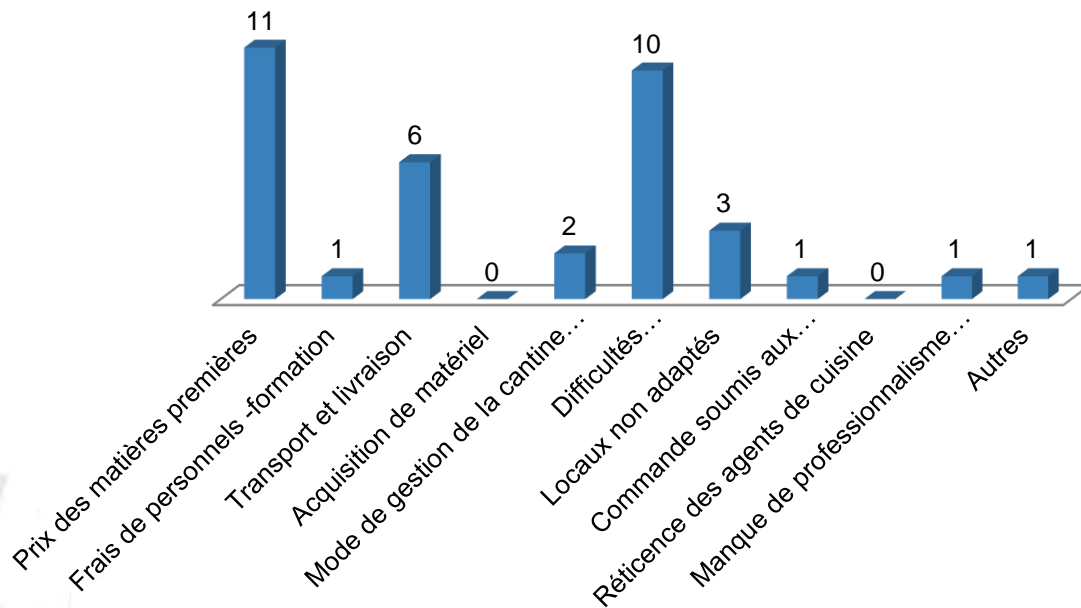


Quelles familles de produits?

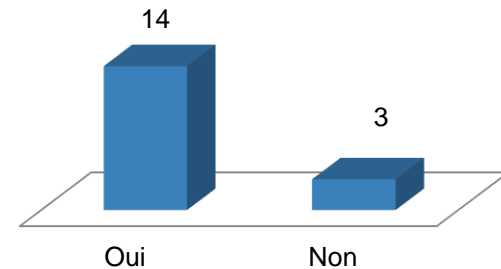


2. Avancées des missions

Estimation des contraintes liées à un approvisionnement local

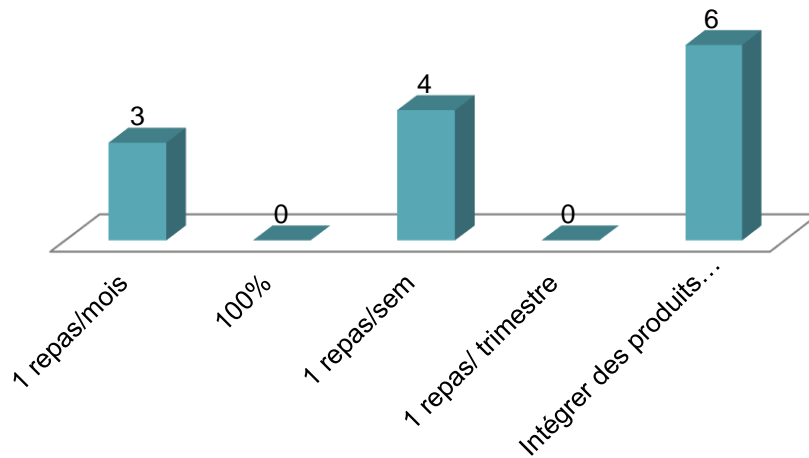


Souhait de poursuivre l'approvisionnement avec les produits locaux



2. Avancées des missions

Fréquence d'approvisionnement en local



2. Avancées des missions

→ 1/ Compléter l'enquête partielle auprès de la RHD

Principaux enseignements :

- Un mode de gestion qui permet le développement d'un approvisionnement local
- Une certaine habitude d'achat local :
 - Sur des familles de produits bien identifiées : fruits et légumes en belle saison
 - Approvisionnement en direct auprès des producteurs et/ou des commerces locaux
- Des freins déjà identifiés
- Une volonté de poursuivre l'approvisionnement local de l'établissement

2. Avancées des missions

→ 2/Analyse des différents schémas organisationnel sur le territoire national

Réunions de travail initiées par le Préfet de Région Midi-Pyrénées => volonté de définir au niveau régional un cahier de référentiel



- Groupe de travail « Aspects juridiques »
- Groupe de travail « Aspects organisationnels »
- Groupe de travail « Prix et Consommateurs »

2. Avancées des missions

→ 2/ Analyse des différents schémas organisationnel sur le territoire national

Différents modes d'organisation - différents degrés de structuration

- ✓ Exemple du Conseil Général du Lot
- ✓ Exemple du Pays Albigeois et Bastides

2. Avancées des missions

→ 2/ Analyse des différents schémas organisationnel sur le territoire national

1. CD46 = Intervient sur la question de la sécurité sanitaire et de l'équilibre alimentaire dans les Collèges du Département => Mise en place d'une Charte de la Restauration Collective
> Intègre Sécurité sanitaire + équilibre alimentaire + qualité des produits
2. Audit = -de 2% des produits sont issus du local, hormis le pain > respect du code des marchés publics et manque de connaissance des produits/producteurs locaux
3. Partenariat avec la Ch d'Agriculture 46 + Association des producteurs bio lotois pour une expérimentation avec 5 collèges = recensement des producteurs/produits intéressés
 4. Les 5 collèges se sont engagés sur 2 à 3 produits sur l'année (fruits/légumes, viandes et produits laitiers)
 5. Audit à la fin de l'expérimentation : petites quantités – ponctuels MAIS retour positif

➡ **Guide de l'achat en restauration collective + rédaction de fiches produits**

2. Avancées des missions

→ 2/ Analyse des différents schémas organisationnel sur le territoire national

1. Partenariat Pays Albigeois et Bastides + Chambre d'agri 81 + Agropoint
2. Diagnostic de l'établissement volontaire = signature d'une charte d'engagement de l'établissement
3. Organisation d'un rencontre/établissement : producteurs locaux + gestionnaires et cuisiniers :
 - Présenter les cuisines, contraintes et atouts
 - Présenter l'offre de produits
4. Signature d'une convention entre l'établissement et le producteur
5. Mise en place en parallèle d'un réseau « Cuisiniers » : ateliers de cuisine/Mise en œuvre d'une recette particulière/échanges de bonnes pratiques

++ : ADEART 81 intervient en soutien logistique

++ : Agropoint intervient avec une diététicienne + opération « Menu tarnais »

2. Avancées des missions

→ 3/Pistes d'actions

- ✓ Travailler à l'identification de l'offre alimentaire locale adaptée à la restauration collective
- ✓ Proposer et mettre en place des ateliers « Cuisine » - élus/cuisiniers/producteurs
- ✓ Accompagner les collectivités locales dans l'adaptation de leurs marchés publics à l'objectif de s'approvisionner localement
- ✓ Visite de terrain pour rencontrer des communes/structures RHD ayant mis en place un approvisionnement local **OU** une légumerie **OU** une plateforme

2. Avancées des missions

Préfiguration d'un Projet Alimentaire de territoire

- 1/ Définition
- 2/ Un exemple pour mieux cerner
- 3/ Principes méthodologiques et 1^{ère} identification des acteurs/actions

Projet
Alimentaire
de Territoire

Projet
Alimentaire

2. Avancées des missions

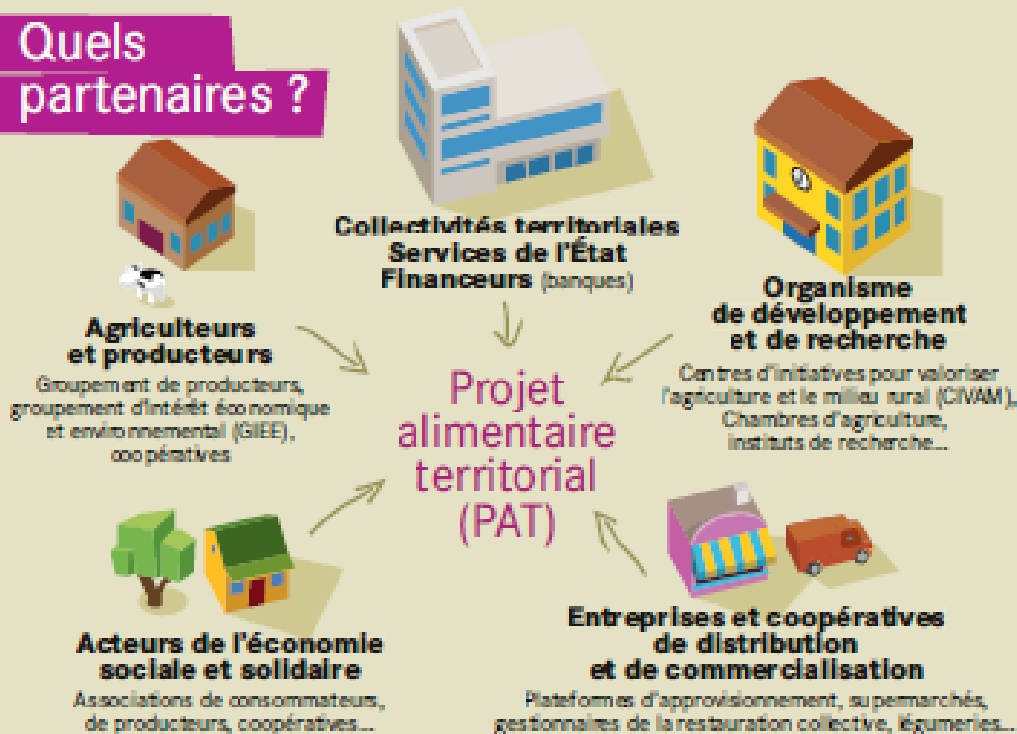
Construire son **Projet Alimentaire de Territoire**

Pour rapprocher **production locale** et **consommation locale**

Prévus dans la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 oct. 2014

- *S'appui sur un diagnostic partagé de l'état des lieux de la production agricole locale et du besoin alimentaire exprimé au niveau du bassin de vie (consommation individuelle et RHD)*
- *En collaboration avec tous les acteurs de l'alimentation*

Quels partenaires ?



Vers un système agricole et alimentaire durable

Une démarche participative, co-construite et fédératrice

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion

Pays Cœur d'Hérault

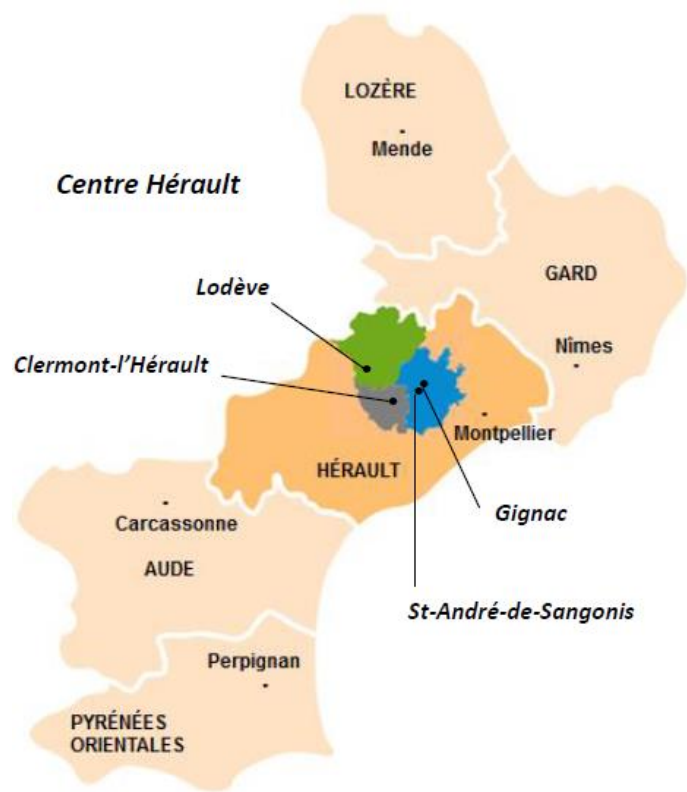
77 communes - 75 541 habitants - superficie 1 300km²

Densité moy : 58 hab/km² avec fortes disparités entre Lodévois rural et Vallée de l'Hérault/Clermontois à influence urbaine

SAU : 38 308ha

2 047 unités agricoles soit 9% de la population

Agriculture très diversifiée



Projet
Alimentaire de
Territoire

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion

-> Inscrit dans la nouvelle Charte de développement du Pays 2014-2025, le Projet Alimentaire résulte de la convergence progressive entre SANTE et Dvp ECONOMIQUE

-> 2 démarches menées en parallèles, incluses et mises en synergie au sein d'une vision plus globale de Projet Alimentaire de Territoire »

→ 1^{er} comité technique en Février 2014



Emergence d'enjeux de santé plus transversaux, qui dépassent la simple nutrition pour se pencher sur l'agriculture et les comportements alimentaires

Projet
Alimentaire de
Territoire

5 axes

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion



5 axes

- > Sensibiliser le public au « Bien manger »
- > Favoriser l'accès des populations précaires à une alimentation de qualité
- > Proposer une restauration collective de qualité
- > Renforcer le lien Offre/Demande
- > Inciter à la diversification agricole et aux synergies autour d'un pôle alimentaire

Santé

Développement
économique



Projet Alimentaire
de Territoire

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion

Développement des circuits de proximité

- Incitation à la diversification agricole
- **Incitation pour les entreprises agro-alimentaires locales à utiliser des produits locaux**
- Promotion des producteurs et savoir-faire locaux (films, publications, portail mon Cœur d'hérault)
- **Mise en relation de l'offre et de la demande via une logistique, des rencontres**

Mise en relation de l'offre et de la demande via une logistique, des rencontres

- Mise en relation de l'offre et de la demande via une logistique, des rencontres
- **Echange de pratiques entre professionnels: création d'un groupe « restauration collective »; mise en synergie des actions des communautés de communes**
- Sensibilisation des élus à l'enjeu d'une restauration collective de qualité : rencontres, ateliers-cuisine,..)
- **Information et formations des professionnels de la restauration collective et des chargés de mission des collectivités**

Santé

Développement
économique



Projet Alimentaire
de Territoire

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion

Amélioration de la santé publique

- **Mission Santé et Animation du Contrat Local de Santé (en lien avec l'ARS)** - Ac sensibilisation du public au « Bien manger »
- **Campagne de communication** sur le Bien manger : affiche et flyers « Manger lo diffusion du magazine « En quête de qualité » produit par la DRAAF, Portail intern
- Opération « Un fruit pour la récré » en lien avec la DRAAF, les collectivités et les
- **Les classes du goût** = formation à l'attention des professionnels directeurs d'i enseignants, en lien avec la DRAAF
- Actions plus ponctuelles d'éveil au goût et d'éducation nutritionnelle pendar structures d'accueil de la petite enfance et dans 3 collèges + lors d'évènemen



Projet
Alimentaire

Santé



Développement
économique

Projet Alimentaire
de Territoire

2. Avancées des missions

→ Des exemples pour mieux appréhender la notion

Compétences et dispositifs mobilisés

Le Pays a développé progressivement ses compétences

- > Observation et études : Observatoire territorial du Pays Cœur d'Hérault
- > Aménagement : SCOT du Cœur d'Hérault
- > Economie : Agence de Développement économique du PC d'H (parcs d'activités; animations des filières économiques et réseaux d'entreprises)
- > Santé : Animation du Contrat Local de Santé
- > Tourisme – Culture et Patrimoine – Environnement = PCET

2. Avancées des missions

→ Des outils méthodologiques

Les différentes
phases

Identifier les acteurs du système alimentaire sur son territoire

En interne, identifier les compétences, les services et les personnes

Positionner les acteurs selon l'échelle territoriale de leurs actions

Réaliser un auto-diagnostic des actions portées

Réfléchir à la gouvernance du projet et ses phases

Impliquer la société civile

2. Avancées des missions

→ Prise en compte du Projet Alimentaire de Territoire – PETR Midi Quercy

Séminaire de Monteils – 9 juillet 2015 Atelier Territoire et Alimentation

- Sensibilisation des enfants scolarisés / Partenariat avec l'Education Nationale / Semaine du goût...
- Profiter d'événements festifs, culturel, sportifs existants pour présenter, consommer les produits locaux en présence des producteurs...
- L'alimentation face au défi du changement climatique : sensibiliser les producteurs et les consommateurs à l'adaptation à ce changement.
- Faire un état des lieux participatifs de la distribution commerciale des produits locaux sur l'ensemble du territoire (outil informatique à prévoir ?)

Sept 2015 : Engagement de la convention entre le PETR et l'Asso de Développement Rural

Fin 2015 : Inscription du Projet Alimentaire de Territoire dans le Projet de Développement Durable de Territoire

Le document fondateur de la stratégie du territoire pour les 5 ans à venir

2. Avancées des missions

Economie

Approvisionnement local RHD
Signe de reconnaissance Territorial



- SCOT
- TEPCV
- PCAET
- TOURISME
- AVS
- Candidature PAH
- PDDT

Santé

Jardin des Gorges de l'Aveyron

Sensibilisation/Environnement

- Actions culturelles *Centre d'Art La cuisine*
- Animation/Sensibilisation *CPIE - Hist.Recyclables - CIVAM Semailles*
- Ateliers cuisine/volet social *CIVAM Semailles*

Social

Coopération

ECOSYAL - De l'idée au projet
Coopération avec la Hongrie

Institutionnels

CCI - CMA - CA - DDT
- DRAAF - ...

Collectivités

PETR - Com de Communes
Communes

Recherche

CISALI - UMR Dynamiques Rurales - Tatabox INRA

2. Avancées des missions

3/ Pistes d'actions

- Partenariat méthodologique et financier – DRAAF LRMP
 - Participer à un réseau de territoires engagés
 - Partenariats envisageables avec labo de recherche (INRA)?
- 1^{ère} étape : Mise en place d'une matinée dédiée : **Ateliers thématiques**
 - Donner une définition à la thématique
 - Repérer les enjeux
 - Identifier les actions déjà existantes / pistes d'actions



Courant Mai 2016

Foncier - Pratiques alimentaires - Approvisionnement local - Activité Agricole durable - Gaspillage alimentaire - ...

Signatures officielles

“Produits en Pays Midi Quercy”



3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Réunir tous les acteurs du territoire autour d'un enjeu :
celui de consommer local

- ➔ Consommer des produits frais, locaux et de saisons
- ➔ Valoriser les produits, les producteurs locaux et ainsi participer au maintien des activités agricoles
- ➔ Améliorer les compétences et les connaissances alimentaires
- ➔ Participer au maintien des savoir-faire
- ➔ Préserver la qualité paysagère du territoire
- ➔ Participer au développement du territoire et favorisant la relocalisation d'une valeur ajoutée directement sur le territoire

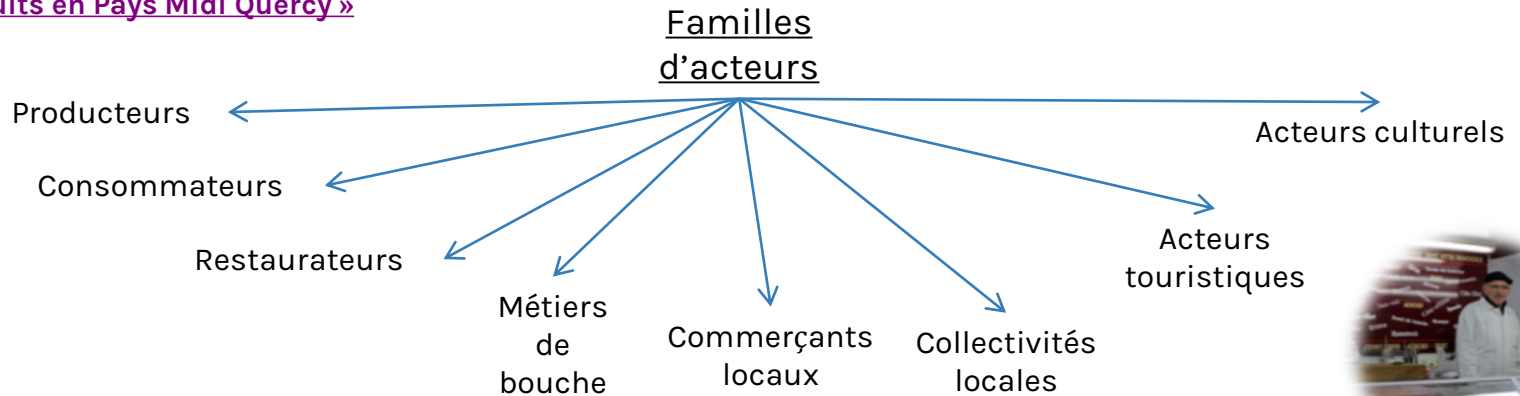




3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Fédérer tout le monde sous une même bannière :

« Produits en Pays Midi Quercy »



Charte d'engagement SPECIFIQUE
À chaque acteur

1. « Je produits local – je transforme local – je commercialise local – j'achète local »
2. Porter ensemble des actions de promotion propices à la découverte de notre richesse gastronomique



3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs





3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Les collectivités locales

Engagement 1 :

Lors de l'organisation de réception amenant à la mise en place d'un buffet/apéritif/repas, s'approvisionner dans la mesure du possible et selon les conditions inhérentes aux marchés publics, auprès des producteurs, artisans « métiers de bouche » et commerçants du Pays Midi Quercy, et notamment les signataires de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy ».

Engagement 2 :

Pour les collectivités et/ou structures publiques en charge d'une Restauration Hors Domicile, engager une réflexion sur l'approvisionnement des produits, sa valorisation auprès des convives ainsi que sur des actions transversales liées notamment à la réduction du gaspillage alimentaire, à la mise en place de projets pédagogiques,...



3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Engagements communs

- Participer autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- Autoriser son inscription dans les outils de communication collectifs réalisés dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- S'engager à fournir systématiquement tout changement d'informations relatives à vos activités auprès du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy (nécessaire à la conception et à l'actualisation des outils de communication)



3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Les collectivités locales

Mairie de NEGREPELISSE

Mairie de MONTROSIER

Mairie de SAINT-VINCENT-D-AUTEJAC

Mairie de GENE BRIERES

Mairie de VAISSAC

Mairie d'ESPINAS

Mairie de BIOULE

Mairie de MOLIERES

Mairie d'AUTY

Mairie de CAYLUS

Mairie de MONTRICOUX

Mairie de LAGUEPIE

Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy

Mairie de SAINT-CIRQ

Com de Communes Terrasses et Vallées de l'Aveyron

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Les commerces locaux

Engagement 1 :

S'approvisionner dans la mesure du possible auprès des producteurs et artisans locaux en privilégiant notamment les signataires de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* ».

Engagement 2 :

Identifier et valoriser l'origine des produits locaux et/ou issus de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* » (mise en rayon particulière, proposition de recettes locales avec les produits en vente, identification des producteurs/artisans...)

Engagement 3 :

Développer son rôle de « lien » entre le consommateur, le producteur et l'artisan (Afficher la charte dans le magasin,...) et être prescripteur de la démarche.

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Engagements communs

- Participer autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- Autoriser son inscription dans les outils de communication collectifs réalisés dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- S'engager à fournir systématiquement tout changement d'informations relatives à vos activités auprès du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy (nécessaire à la conception et à l'actualisation des outils de communication)

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Les commerces locaux

Epicerie du village - Verlhac-Tescou

Carrefour Contact - Saint-Etienne de Tulmont

Le Panier du Quercy - Nègrepelisse

Fromagerie Alain et Marie - Caussade



3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Fromagerie Alain et Marie - CAUSSADE



Yaourts - flans -> La p'tite
Ferme de CAUSSADE
(Nicolas Teyssedou)

Huiles de tournesol Bio de
MONTPEZAT

Safran du Quercy de
CAUSSADE (Denise Soulier)

Vin Bio -> Domaine de
Lafage MONTPEZAT

....

Ils font appel en priorité à des producteurs locaux et sélectionnent également auprès d'affineurs un éventail de fromages qui régaleront vos papilles.





3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Le Panier du Quercy - NEGREPELISSE



Miel -> Bee au top (Giani Costanzo)

Huiles de tournesol Bio de MONTPEZAT

Safran du Quercy de CAUSSADE (Denise Soulier)

Vin Bio -> Domaine de Lafage MONTPEZAT

....

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Les artisans métiers de bouche

Engagement 1:

S'approvisionner dans la mesure du possible auprès des producteurs et commerçants locaux en privilégiant notamment les producteurs signataires de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy ».

Engagement 2 :

Identifier et valoriser l'origine des produits locaux et/ou issus de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy » (mise en rayon particulière, proposition de recettes locales avec les produits en vente, identification des producteurs/artisans...)

Engagement 3 :

Développer son rôle de « lien » entre le consommateur, le producteur et le commerce (Afficher la charte dans le magasin,...) et être prescripteur de la démarche.

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs



Engagements communs

- Participer autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- Autoriser son inscription dans les outils de communication collectifs réalisés dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- S'engager à fournir systématiquement tout changement d'informations relatives à vos activités auprès du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy (nécessaire à la conception et à l'actualisation des outils de communication)

3. Bienvenue aux 3 nouvelles familles d'acteurs

Les artisans métiers de bouche

Boulangerie CARMANTRAND - Nègrepelisse et Bioule

Boulangerie CURNILLE - Nègrepelisse

(En projet) Boucherie Costes- Monteils





4. Bienvenue aux nouveaux signataires!

Les acteurs associatifs et culturels

Engagement 1 :

Favoriser notamment dans le cadre des actions culturelles, la prise en compte d'une dimension patrimoniale, alimentaire et culinaire, en lien avec les produits locaux, en privilégiant dans la mesure du possible les signataires de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »

Engagement 2 :

Lors de l'organisation d'évènements amenant à la mise en place d'un apéritif/buffet/repas ou encore d'ateliers, s'approvisionner, dans la mesure du possible auprès des producteurs, artisans métiers de bouche et commerçants du Pays Midi Quercy, en privilégiant notamment les signataires de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy ».

Engagement 3 :

Dans la mesure du possible, associer l'achat local des produits alimentaires à la mise en place d'une démarche plus générale d'éco-responsable* (tri des déchets, choix de la vaisselle,...)

4. Bienvenue aux nouveaux signataires!



Engagements communs

- Participer autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- Autoriser son inscription dans les outils de communication collectifs réalisés dans le cadre de la démarche « *Produits en Pays Midi Quercy* »
- S'engager à fournir systématiquement tout changement d'informations relatives à vos activités auprès du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy (nécessaire à la conception et à l'actualisation des outils de communication)



4. Bienvenue aux nouveaux signataires!

Les acteurs associatifs et culturels

CIVAM Semailles

LeZar't Festival

Le centre d'art La cuisine

Histoires Recyclables

Association de Développement Rural du Pays Midi Quercy

Déjà signataires :

- CPIE Quercy Garonne
- APICQ
- Mosaïque en Val



4. Bienvenue aux nouveaux signataires!

Les producteurs locaux et organismes représentatifs

Engagement 1 :

Commercialiser tout ou partie de sa production sur le territoire du Pays Midi Quercy par le biais des circuits courts (vente à la ferme, vente en paniers, marchés, point de vente collectif, commerçants locaux,...)

Engagement 2 :

Tous les produits vendus doivent être issus de l'exploitation. Dans le cas de dépôt-vente, les produits proposés doivent provenir de producteurs identifiés et adhérents à la charte des producteurs « Produits en Pays Midi Quercy » et être signalés.

Engagement 3 :

Dans le cas d'une vente directe à la ferme, favoriser un accueil dans de bonnes conditions (environnement soigné, parking, signalétique, affichage des périodes et horaires d'ouvertures,...)



4. Bienvenue aux nouveaux signataires!

Les producteurs locaux et organismes représentatifs

Engagement 1 :

Participer à la promotion des producteurs/produits/savoir-faire concernés en s'associant notamment autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy » (balades fermes ouvertes,...)

Engagement 2 :

Dans le cas où la structure/le collectif organise un évènement prévoyant une partie restauration, s'approvisionner dans la mesure du possible auprès des producteurs, commerces, artisans métiers de bouche et traiteurs du Pays Midi Quercy, en privilégiant notamment les signataires de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy ».

Engagement 3 :

Être prescripteur de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy » auprès des acteurs du territoire et du grand public

4. Bienvenue aux nouveaux signataires!



Engagements communs

- Participer autant que possible aux actions collectives initiées dans le cadre de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »
- Autoriser son inscription dans les outils de communication collectifs réalisés dans le cadre de la démarche « Produits en Pays Midi Quercy »
- S'engager à fournir systématiquement tout changement d'informations relatives à vos activités auprès du Pôle d'Equilibre Territorial et Rural Pays Midi Quercy (nécessaire à la conception et à l'actualisation des outils de communication)



4. Bienvenue aux nouveaux signataires!

Les producteurs

Syndicat Coteaux du Quercy



Ferme de Gravette

Notre ferme propose
des poulets en plein air
Jérémie COSTES
La Gravette
82230 VERLHAC TESCOU
Portable : 06 25 77 21 32
costesjeremie2@hotmail.fr

Nous vous proposons des poulets élevés à la ferme en plein air avec des céréales (blé, orge et maïs) produites dans nos champs.
Possibilité de livrer à domicile, lieu de travail ou autre suivant vos disponibilités :
7,50 €/kg livraison comprise
(Une remise sera affectuée suivant la quantité livrée au même point de rendez vous)

Facebook

Jéréemie COSTES – VERLHAC-TESCOU

4. Bienvenue aux nouveaux signataires!



Des outils à disposition :

- Un site Internet
- Une exposition
- Des flyers
- Des affiches
- Un guide de la démarche
- Un catalogue des produits
- Un kit « Réception »

The screenshot shows a website page with a colorful header bar. The main heading is 'PRODUITS EN PAYS MIDI QUERCY'. Below this, there are three sections, each with a green arrow icon:

- Vous dégustez actuellement :*
- Produit par :*
- Producteur à :*

At the bottom right, there is a circular logo identical to the one in the top right, and a small text box that reads: 'PLUS D'INFOS SUR NOTRE SITE: sites.google.com/producteurspaysmidiquercy'. The page also features a navigation menu at the bottom with items like 'Catalogue produits PMQ 2014', 'viandes', 'AUTRES', 'Fruits et légumes', and 'vins-aperitifs (AIC et non A...)'.



Merci de votre attention

Et

Place aux signatures!