

QUEL PROJET ALIMENTAIRE POUR ANGERS LOIRE MÉTROPOLE ?

FEUILLE DE ROUTE 2030

Version
détaillée



Ce document présente un état des lieux de la démarche en octobre 2020. Une nouvelle version de la feuille de route, enrichie des contributions citoyennes des Assises de la transition écologique, sera soumise à la délibération du conseil communautaire d'Angers Loire Métropole en 2021.



LA MISE EN PLACE DU PROJET ALIMENTAIRE D'ANGERS LOIRE MÉTROPOLE

Qu'est-ce qu'un Projet Alimentaire de Territoire (ou PAT) ?

C'est un outil stratégique et opérationnel visant à répondre aux enjeux du territoire autour de l'alimentation.

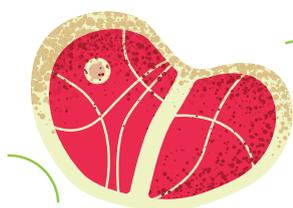
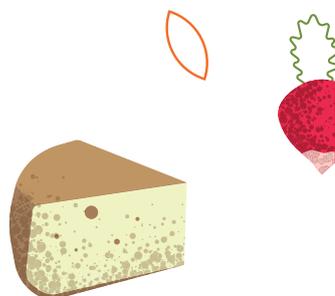
Il peut par exemple structurer l'économie agricole, faire évoluer le système alimentaire territorial, soutenir les filières et la consommation de produits de qualité, locaux et durables...

Il rassemble autour de la table tous les acteurs d'un territoire donné intéressés par l'alimentation : agriculteurs et producteurs, acteurs de l'économie sociale et solidaire, acteurs de la recherche-développement, entreprises de distribution-commercialisation, collectivités territoriales, services de l'État, organismes financeurs, associations, etc.

Les champs d'actions des projets alimentaires territoriaux sont communément regroupés selon 6 thématiques qui illustrent la transversalité de tels projets :



Schéma des 6 thématiques abordées dans les projets alimentaires selon le Réseau National des Projets Alimentaires.



De 2017 à 2019 : d'un projet agricole à un projet alimentaire, il n'y a qu'un pas

La Communauté Urbaine d'Angers Loire Métropole et la Chambre d'Agriculture des Pays de la Loire cultivent un partenariat de longue date, notamment au travers du Projet Agricole, dont le premier programme d'action date de 2009. Lors de son renouvellement en 2017, la question de l'alimentation au sein des territoires étant en pleine émergence la décision fut prise de créer un projet à part entière sur ce sujet.

Un travail de préfiguration en interne et auprès des partenaires fut lancé. **En octobre 2018, Angers Loire Métropole est lauréat d'un appel à projet régional visant à soutenir l'émergence des projets alimentaires.** Cet appel à projet est financé par la Région des Pays de la Loire, par la DRAAF et l'ADEME. Les fonds alloués ont permis de commanditer une **assistance à maîtrise d'ouvrage** auprès d'un groupement de deux bureaux d'étude dans le but d'aider au lancement du projet, conduire un diagnostic sur le territoire, et faciliter la mobilisation des acteurs.

Une enquête alimentaire de mars à juin 2019

Angers Loire Métropole a souhaité consolider son diagnostic territorial en interrogeant les pratiques et habitudes alimentaires de ses habitants et a sollicité l'AURA (Agence d'Urbanisme de la Région Angevine) pour réaliser une enquête afin d'avoir une connaissance plus précise autour des questions suivantes :

- Quel budget y est consacré ?
- Quels lieux sont privilégiés pour l'achat des produits alimentaires ?
- À quelle fréquence les différents produits sont-ils consommés ?
- Quel rapport à la qualité alimentaire ont les habitants du territoire ?
Quel rapport avec l'économie agricole locale ?
- Quelles attentes ?

L'enquête a été menée via Internet (en s'appuyant sur le logiciel Limesurvey). Angers Loire Métropole, avec l'appui des communes, a mené une campagne de communication importante entre mars et juin 2019 afin d'informer un maximum de personnes de l'existence de cette enquête. Le questionnaire proposé aux habitants de plus de 18 ans était composé de 84 questions au maximum (moins pour certaines personnes en fonction de leurs profils : seule ou non, avec ou sans potager chez eux, etc.)

Les informations issues des **3 879 personnes ayant répondu au questionnaire**, viendront nourrir les orientations du PAT et aider la co-construction d'un système alimentaire plus durable sur le territoire.



Second semestre 2019 : un processus multi-acteurs pour une stratégie partagée

Dès septembre 2019, un comité mêlant une quarantaine de personnes, (élus et techniciens, représentants de différentes structures), est chargé de piloter le projet. Il est coprésidé par Angers Loire Métropole et la Chambre d'agriculture des Pays de la Loire. Il rassemble des représentants de multiples services publics (Aménagement du territoire, Environnement, Santé, Espaces verts, Services sociaux, Communication, Communes...), des représentants de la profession agricole, les financeurs, et des partenaires clés (Marché d'Intérêt National, Cuisine Centrale, Agence d'urbanisme, Parc Naturel Régional...). Entre septembre et décembre 2019, ce comité de pilotage élargi s'est réuni trois fois.



Présentation d'une proposition d'architecture de la feuille de route aux membres du comité de pilotage le 7 novembre 2019 matin.

Entre chaque comité de pilotage, les résultats sont retravaillés par l'équipe projet et les bureaux d'étude. La concertation avec les acteurs est poursuivie soit de façon bilatérale, soit grâce à des petits ateliers. L'équipe projet a aussi organisé une table ronde, le 7 novembre 2019, qui a réuni une soixantaine de personnes issues du comité de pilotage mais aussi d'acteurs socio-professionnels qui n'avaient pas encore été sollicités. Ont été invité des représentants de structures ou de profession, et non des individus. Les participants ont été répartis en six ateliers et se sont prononcés sur la pertinence des actions proposées par les bureaux d'étude.



Table ronde du 7 novembre 2019 après-midi, organisée autour de 6 ateliers.



2020, et au-delà : des actions opérationnelles et prioritaires en instance de lancement et une poursuite de la concertation au travers des Assises de la Transition Écologique

L'année 2020 a été consacrée à la poursuite de la mobilisation des acteurs, au travers de quatre groupes de travail chargés de l'écriture des actions prioritaires. L'objectif était de passer d'une stratégie co-construite collectivement, à des opérations à lancer dès la fin d'année 2020.

Ainsi, il a été identifié :

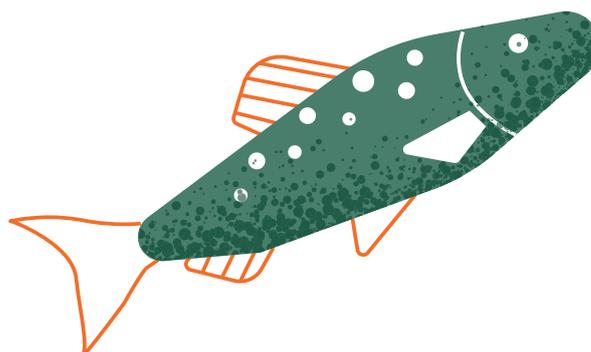
- Dix opérations dont le lancement était réalisable avant la fin de l'année ;
- Une quarantaine d'opérations à réaliser en 2021.

Les opérations retenues pour un lancement rapide sont des actions de sensibilisation, des études d'opportunités, comme l'identification des exploitants agricoles proches de la retraite dès 2020, l'étude de la répartition spatiale de l'offre alimentaire locale ou des stratégies d'approvisionnement des entreprises agro-alimentaires en 2021.

Avec la perspective des Assises de la Transition Écologique, la question alimentaire est de nouveau ouverte à la concertation avec la thématique « Se nourrir ».

La finalité et les ambitions du projet, validées collégialement, posent le cadre de la concertation. Les Assises sont l'occasion de présenter le projet, de vérifier son adéquation avec les besoins du territoire, de mobiliser les habitants et de permettre l'émergence d'initiatives citoyennes. **C'est pour cette raison que vous avez ce document non-maquetté entre les mains, il représente une base de travail et d'échanges.**

À l'issue de cette large concertation, il sera proposé de délibérer sur une feuille de route comprenant les propositions complémentaires, structurantes et pertinentes.



CONTENU DE LA FEUILLE DE ROUTE 2030

Une finalité partagée :

Discutée lors du premier comité de pilotage et validée lors du second, la finalité du projet décrit une volonté partagée par tous : « **Développer et promouvoir une alimentation saine et locale, par tous et pour tous** ».

Une ambition politique porteuse :

Le Président d'Angers Loire Métropole a donné l'ambition politique du projet : « **Faire de notre projet alimentaire territorial un modèle et un élément moteur de la transition écologique** ».

Au cours des échanges plusieurs points de vigilance ont été émis et seront à garder à l'esprit tout au long du projet :



Trois grandes ambitions chiffrées à l'horizon 2030 :

Pour l'assiette des habitants : au moins 50% d'alimentation durable dans les assiettes en 2030 (produits bio, locaux, frais, de saison, assiette moins carnée mais avec de la viande de meilleure qualité...) avec 20% de l'assiette en bio ;

Pour l'autonomie alimentaire du territoire : doubler l'autonomie alimentaire du territoire d'ici 2030 en atteignant 13% d'autonomie (nous sommes aujourd'hui à 6,5% selon l'étude Utopies) ;

Pour les exploitations agricoles sous signe de qualité environnementale : doubler la surface de ces exploitations (agriculture biologique, haute valeur environnementale, mesures agro-environnementales et climatiques), soit 40% d'ici 2030 contre 20% estimé aujourd'hui



Guide de lecture de la feuille de route

La feuille de route présente dans un premier temps la finalité et les ambitions du projet, qui fixent un cap global et partagé. Viennent ensuite 5 orientations comportant chacune plusieurs objectifs. Dans chaque objectif plusieurs actions sont numérotées, et des indicateurs de résultats attendus ont été fiés. Certaines actions sont mises en avant grâce à une couleur et une taille différentes.

Ce sont les actions qui ont été retenues les plus pertinentes et structurantes par les ateliers du 7 novembre et seront travaillées en priorité. La présentation des éléments s'organise comme-suit :

1 Titre de l'orientation

11 Titre de l'Objectif	
<p>⇒ Résultat attendu chiffré et daté autant que possible</p> <p><u>Repère</u> : mise en perspective grâce à une donnée nationale ou de l'état des lieux du territoire</p>	<p>111 Action prioritaire (retenue pertinente et structurante)</p> <p>112 Action à mener lorsque ce sera possible</p> <p>113+ Nouvelle idée d'action soumise lors des ateliers du 7 novembre</p>

Exemple avec des éléments de l'orientation 1

Orientation 1 :

Objectif 11.	
<p>⇒ Atteindre 50% d'installations nettes en 2025</p> <p><u>Repère</u> : aujourd'hui, ¼ du foncier agricole part pour des installations nettes sur ALM.</p>	<p><i>114. Repérage et planification des cédants en amont</i></p> <p>111. Pépinières d'installation</p> <p>115+ Action nouvelle - intégrer l'enjeu du bâti et de l'habitation dans l'installation</p>

Glossaire

Produits sains (santé - environnement) : aliments issus de l'agriculture biologique, des signes officiels de la qualité et de l'origine, certifiés haute valeur environnementale, de saison, frais et peu transformés.

Produit local : produit provenant du territoire d'ALM ou d'un rayon de 100 km autour du territoire d'ALM (produit brut comme produit transformé). Le local renvoie à une proximité géographique.

Circuit-court : le circuit court fait référence à un nombre maximum (1 en l'occurrence) d'intermédiaire pour qualifier un circuit de distribution de « court ».

Taux d'installations net : il s'agit du ratio entre les débuts d'activité et les départs à la retraite des exploitants. S'il est compris entre 0 et 1 (ou entre 0 et 100%), il y a plus de départs à la retraite que d'installations de nouveaux exploitants, et le nombre total d'exploitants du territoire diminue.

AB : agriculture biologique

ALDEV : Angers Loire Développement

ALM : Angers Loire Métropole

BVA : Basses vallées angevines

CA : chiffre d'affaire

CCAS : Centre communal d'action sociale

CCI : Chambre de commerce et d'industrie

CIAP : Coopérative d'installation agricole paysanne

DGCCRF : direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes

DIA : déclaration d'intention d'aliéner

EAT : économie alimentaire territoriale

FEADER : Fonds européen d'aide au développement rural

GMS : grandes et moyennes surfaces

HVE : haute valeur environnementale

IAA : industrie agro-alimentaire

MAEC : mesure agro-environnementale et climatique

MIN : Marché d'intérêt national

OP : organisation professionnelle

PCAET : Plan climat, air, énergie territorial

PEAN : périmètre de protection d'espaces agricoles et naturels périurbains

PPP : partenariat public privé

RHD : restauration hors domicile

ZAP : zone agricole protégée

Orientation 1 : Préserver, développer et valoriser une agriculture durable et résiliente avec une offre de produits de qualité tournée vers le territoire

Résultats attendus et repères	Actions
Objectif 11. Dynamiser et soutenir les installations agricoles de taille intermédiaire tournées vers la vente directe et les circuits de proximité.	
<p>⇒ Doubler les installations/créations de taille moyenne. <u>Repère</u> : 30% du foncier agricole a connu un mouvement ces 12 dernières années, une fois sur quatre pour l'agrandissement et une fois sur deux pour des transferts en concentrations sociétaires.</p> <p>⇒ Atteindre 75% d'installations aidées en agriculture biologique. <u>Repère</u> : aujourd'hui, la moitié des installations aidées sont en AB.</p> <p>⇒ Atteindre 75% des installations en vente directe ou circuit long de proximité <u>Repère</u> : 20% des exploitations sur le territoire d'ALM pratiquent la vente directe. La vente directe représente 2,9% du chiffre d'affaire agricole du territoire.</p> <p>⇒ Remplacer au moins 1 agriculteur sur 2 <u>Repère</u> : aujourd'hui, seulement 25% du foncier agricole part pour des installations nettes sur ALM. 180 exploitants proches de la retraite sont sans repreneur connu.</p>	<p>111. Développer les pépinières d'installation (fermes relais, coopérative d'installation en agriculture paysanne, incubateur Terralab).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soutenir la création de ces espaces tests. <p><i>112. Renforcer l'accompagnement des porteurs de projet non issus du milieu agricole (ou NIMA).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aider l'accès au foncier (par la collectivité, par un outil collectif). - Renforcer l'accompagnement (pré et post installation) et la formation du public NIMA. - Aider les jeunes installés dans leurs débouchés (contrats d'achat avec juste rémunération), faire connaître les débouchés proposés sur le MIN. - Promouvoir les points d'entrée installation et cession et les dispositifs d'aide. - Définir collectivement les projets d'installation à les encourager. - Place des jeunes : rendre attractif les métiers agricoles et former à l'agriculture durable. <p>113. Mettre en place une politique de maîtrise foncière ambitieuse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Achat /préemption du foncier dans des zones "verrouillées" et location à des agriculteurs - Suivi actif des déclarations d'intention d'aliéner (DIA) pour éviter que les terres partent à l'agrandissement ou urbanisation. - Travail étroit sur les vacances, les achats/reventes, et les locations avec la Safer sur ALM <p><i>114. Identifier et accompagner les cédants en amont</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement des cédants sans successeur dès les 50 ans du chef d'exploitation pour orienter la transmission vers des réorientations de productions, et la création d'exploitations agricoles (divisions). Vigilance sur le maintien des surfaces déjà certifiées en AB - Bonus fiscal vers les cédants - Rapprocher l'offre et la demande - Maitriser les agrandissements

	<p>115. Intégrer l'enjeu du bâti et de l'habitation dans l'installation (et dans la transmission ?)</p> <p>116. Créer des régies agricoles municipales à destination de la restauration collective</p>
--	--

Objectif 12. Renforcer et consolider les productions durables et la gestion de l'espace

<p>⇒ Atteindre 50 % de la production de viande bovine des Basses Vallées Angevines (BVA) écoulee dans les circuits locaux</p> <p><u>Repère</u> : c'est le cas pour 15% de la production aujourd'hui – dont 8 services en restauration collective avec Papillotes et compagnie</p> <p>⇒ Doubler les installations herbagères des BVA via les créations d'exploitations</p> <p><u>Repère</u> : ¼ du foncier agricole part pour des installations nettes aujourd'hui sur ALM</p> <p>⇒ Freiner et réduire la consommation des espaces naturels et agricoles</p> <p><u>Repère</u> : dans le PLUi 2020, il est prévu une consommation de 77ha par an en moyenne</p> <p>⇒ Pour un hectare consommé, un hectare compensé de façon exemplaire</p> <p><u>Repère</u> : Au 1^{er} janvier 2019, la compensation agricole collective intervient à partir de 2ha consommés ;</p>	<p>121. Renforcer les filières de valorisation territoriale, notamment le Bœuf des Vallées Angevines</p> <ul style="list-style-type: none"> - Garantir certains critères : maintien emploi agricole, produit sain, local, qualité nutritionnelle et environnementale (bio? Certification Haute Valeur Environnementale ? Autre labélisation?) - Trouver de nouveaux débouchés pour la Marque Bœuf des Vallées Angevine - Renforcer la notoriété de la marque (auprès des professionnels, grand public, restauration collective) - Développer le nombre d'éleveurs engagés dans la démarche <p>122. Encourager les projets alternatifs à valeur d'exemple</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appuyer la formation sur l'agriculture biologique des étudiants - Garantir la cohérence avec des critères pour définir le sain et le durable - Travailler les questions de compensation collective : 1ha consommé, 1ha compensé de façon exemplaire <p>123. Favoriser la préservation du foncier agricole :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ex. ZAP (Zones agricoles protégées) ex- Saint Gemmes et Pont de Cé ; sud Loire – Juigné-sur-Loire / Mûrs-Erigné / Saint-Melaine-sur-Aubance - Ex. PEAN (Périmètre de Protection des Espaces Agricoles et Naturels) à Lyon - Pour un ha consommé => un ha protégé, mais maintenir avant tout une moindre artificialisation - Travailler les questions de compensation collective : 1ha consommé => 1ha compensé de façon exemplaire
--	---

Objectif 13. Renforcer le revenu et la reconnaissance des exploitants en réorientant les stratégies des filières

<p>⇒ Renforcer de 25% le revenu des producteurs du territoire via le développement de la vente directe ou l'inflexion des logiques de filières territoriales</p>	<p>131. Aider le passage à l'agriculture biologique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mener une étude technico-économique des filières biologiques du territoire (lesquelles sont en tension ?) - Financer des études de conversion vers l'agriculture biologique
--	---

<p>⇒ Atteindre 75% d'installations aidées en agriculture biologique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Débattre avec les communes de l'opportunité de l'exonération de la taxe foncière - Penser aussi à la rémunération des aménités positives via la mise en place des Paiements pour Services Environnementaux sur le territoire (lien vers O6) <p>132. Encourager les initiatives collectives</p> <ul style="list-style-type: none"> - Études de faisabilité/opportunité de créer des groupements de producteurs + circuits vente directe - Groupes d'échanges entre agriculteurs <p>133. Mobilisation accrue des aides FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural) à l'investissement/ revenu (dont Basses vallées angevines – O12)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les agriculteurs dans leurs démarches pour obtenir des aides européennes
---	--

Objectif 14. Développer l'Agriculture Biologique et les systèmes de production durables pour préserver et valoriser les ressources naturelles (eau, sol, air, biodiversité...)

<p>⇒ 30% des surfaces en agriculture biologique en 2030 ; <u>Repère</u> : 14% des surfaces en AB en 2030 soit de 4 518 ha, 83 exploitations sur ALM.</p> <p>⇒ 50% de surfaces « agriculture durable »</p> <p>⇒ Maintenir et enrichir les surfaces herbagères des vallées angevines, le réseau bocager. <u>Repère</u> : 4 000 ha engagées en MAEC sur le site des BVA</p> <p>⇒ Tendre à réduire les produits phytosanitaires.</p>	<p><i>141. Porter des actions en faveur du développement de l'Agriculture Bio et de la certification Haute Valeur Environnementale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtenir le label "Territoire Bio Engagé" - Organiser des journées techniques (AB, HVE) pour les professionnels - Sensibiliser les agriculteurs lors du salon professionnel SIVAL - Aider les installations en agriculture biologique : exemple des espaces tests (Proposer des espaces test en Agriculture Biologique) - Soutenir et promouvoir les programmes agroenvironnementaux - Sensibiliser et former sur les bonnes pratiques environnementales - Promouvoir les systèmes de parrainage entre agriculteurs (lien entre agri pour diffuser les systèmes qui marchent) - Assurer les débouchés pour les productions issues des systèmes durables et sains (soutenir la structuration des filières). - Travailler sur l'étiquetage des produits / origine et pratiques. - Reconquérir des terrains en friches et accompagner la transmission d'exploitations (Cf. O1) - Développer une stratégie foncière.
--	---

142. Porter des actions en faveur de la biodiversité – parler davantage de biodiversité

- Valoriser les pratiques agricoles vertueuses locales (auprès du citoyens)
- Développer les notions de services écosystémiques rendus.
- Soutenir les filières locales vertueuses (communiquer sur consommer local comme acte de préservation de la biodiversité et de l'économie locale).

Orientation 2 : Renforcer les stratégies territoriales des organisations économiques

Résultats attendus	Actions
<p>Objectif 21. Renforcer l’approvisionnement local des Industries Agro-Alimentaires (ou IAA) et la construction d’une offre territoriale</p>	
<p>⇒ Accroître de 25% l’approvisionnement local des IAA d’ici 2026</p> <p><u>Repère</u> : une diversité d’outils présents mais assez peu développée au regard de la richesse des productions agricoles locales – avec peu de stratégie intégrant un approvisionnement local.</p> <p>⇒ Organiser une filière d’offre locale dans toutes les grandes IAA d’ici 2026</p> <p><u>Repère</u> : exemple des produits laitiers, majoritairement collectés par des grands groupes en périphérie du département et redistribués indifféremment à l’échelle nationale/internationale.</p> <p>⇒ Accroître de 25% la vente locale des grandes filières d’ici 2026. Cibles : lait, viande, fruits (pommes), légumes</p> <p><u>Repère</u> : exemple de la viande, diversité des unités de transformation mais pas d’abattoir à proximité pour les productions écoulées en vente directe (hors filière bio – comptoir des viande AB) ;</p>	<p><i>211. Au-delà de ce qui est déjà fait, organiser une plateforme de regroupement de production et de transformation de l’offre alimentaire régionale sur le MIN (Marché d’Intérêt National)</i></p> <p>212. Monter un observatoire des IAA et de leurs approvisionnements avec Aldev (Angers Loire Développement)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Étudier les flux du territoire pour savoir ce qui revient des filières longues (cf. aussi O.53) - Étude d’évaluation de la consommation locale via circuits « longs de proximité » (retour indirect vers le territoire) <p>213. Organiser des appels à projets ciblés avec la Région Pays de la Loire / ADEME pour encourager les entreprises à réorienter leurs stratégies</p> <p>214. Organiser des assises politiques des IAA et de leurs engagements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place un label ou une certification liée à l’engagement. Celui-ci serait bilatéral : en échange ALM s’engagerait politiquement pour les filières de production (accès à l’eau, maintien des entreprises, foncier...) <p>215. Organiser les liens / rencontres avec la restauration hors domicile</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faciliter le sourcing en créant des liens avec les collectivités maitres d’ouvrage - Anticiper les besoins pour planifier la production - Promouvoir le travail du produit brut - Faciliter l’interconnaissance entre les différents métiers <p><i>216. renforcer les filières territoriales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Étudier les stratégies des Industries AgroAlimentaires du territoire et identifier les volontaires pour travailler sur une relocalisation accentuée - Faciliter l’accès aux aides, la connaissance des dispositifs

	<p>Point de vigilance : Intéressant si les seuils exigés par la loi sont dépassés</p> <p>Point de vigilance : des critères existent déjà (fonds européens pour les OP) avec des rubriques sur l'environnement pour les investissements, veiller à ne pas se faire concurrence entre les secteurs d'activité</p>
<p>Objectif 22. Renforcer les organisations économiques porteuses de stratégies territoriales : production et valorisation locale</p>	
<p>⇒ Accroître de 25% le chiffre d'affaire des organismes soutenus</p> <p>⇒ Accompagner au moins 3 projets innovants porteurs d'une stratégie territoriale par le Marché d'Intérêt National</p> <p><u>Repère</u> : chaque année s'opère en moyenne un renouvellement de 8% des entreprises annuellement sur le MIN.</p>	<p><i>221. Appuyer les initiatives collectives dans le champ de la production/ transformation territoriale</i> (groupement des producteurs, groupements unités de transfo, groupes d'échanges entre agriculteurs (cf. aussi O1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soutenir des groupements de producteurs par des agents de développement ad hoc (ingénierie de projet) - Renforcer les compétences des producteurs pour les réponses aux marchés - Aide au regroupement en association des acteurs /IAA de l'économie alimentaire territoriale (EAT) - Organiser des réunions publiques pour développer les AMAP <p>222. Soutien à l'investissement dans les unités de production et de transformation tournées vers la distribution locale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porter un état des lieux et un diagnostic pour comprendre où cela bloque et quels sont les besoins - Définir un cadre politique et financier pour ces soutiens - Réaliser des investissements structurants par la collectivité ou via des PPP (partenariats publics privés) : conserveries, unités découpe abattage, - Organiser une plateforme de transformation, de l'offre alimentaire régionale sur le MIN - Point de vigilance : besoin de se coordonner avec les outils existants sur le département ou la région, voire le Grand Ouest <p>223. Appuyer les initiatives individuelles dans le champ de la production/ transformation territoriale</p>
<p>Objectif 23. Adapter la politique économique du territoire et des partenaires</p>	
<p>⇒ Contribuer à la construction d'une stratégie économique territoriale qui inclut des critères durables.</p>	<p><i>231. Contribution au projet économique d'ALM au regard des enjeux du PAT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir collectivement des critères de développement durable et les proposer dans la stratégie économique. Identification et prise en

<p>⇒ Accompagner les stratégies de 10 organisations économiques tournées vers le territoire d'ALM (investissement ou ingénierie de projet...)</p> <p>⇒ Mettre en place des outils de connaissance et de soutien des filières territoriales</p>	<p>compte des enjeux de cohérence avec les soutiens « classiques »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser un concours "projets alimentaires innovants", sélectionner et accompagner 10 projets
<p>Objectif 24. Une adaptation des systèmes alimentaires aux enjeux climatiques</p>	
<p>⇒ Réduction de 25% des impacts climatiques alimentaires du territoire</p> <p>⇒ (x)% transports du dernier kilomètre mutualisés, mobilités actives</p> <p><u>Repère</u> : Le MIN lance une étude de mutualisation des livraisons alimentaires en 2020</p> <p>⇒ (x)% des fournisseurs pour les achats publics engagés dans des performances en faveur de la réduction des gaz à effet de serre.</p>	<p>241. Modéliser les impacts territoriaux alimentation locale en lien avec le PCAET (Plan Climat Air Energie Territoire), indicateurs de suivi impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Croiser avec le scénario Afterres 2050 <p><i>242. Optimiser les impacts de la logistique urbaine au travers de la plateforme de logistique du Marché d'Intérêt National</i> : centre de distribution urbain et le développement des déplacements doux</p> <ul style="list-style-type: none"> - inciter aux pratiques des grossistes « double flux » <p>243. Renforcer l'efficacité énergétique de chacun des maillons de la filière</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aider le financement d'un audit / diagnostics énergétiques (ex. diag Cap'2ER). - Prioriser commande publique selon ces critères et certification énergie/ climat, - Demander un plan d'approvisionnement aux fournisseurs - Mise en place d'un appel à projet en ce sens avec le Conseil régional - Valoriser dans le cadre du PAT, les entreprises, de la production à la distribution, engagées dans la réduction de leur empreinte écologique <p>244. Adaptation au changement Climatique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etude sur les filières du territoire et l'impact du changement climatique (étude sur la résilience des systèmes, diffusion de la Recherche et développement – exploitation tests – sensibilisation/formation) - Evolution des pratiques (alimentations des troupeaux - Adaptations variétales - résilience des systèmes) (Cf. O1)

Orientation 3 : Densifier l'offre spatiale et réorienter les flux alimentaires pour favoriser l'accès aux produits locaux et durables

Résultats attendus	Actions
Objectif 31. Organiser une offre dense et équilibrée via les circuits de vente directe et les commerces traditionnels	
<p>⇒ Doubler l'offre des circuits de vente directe d'ici 2026 <u>Repère</u> : 31% des exploitations en ventes directes sur ALM</p> <p>⇒ 1000 points de vente en circuit court et de proximité sur Angers Loire Métropole en 2030</p> <p>⇒ Diversifier l'offre de vente directe <u>Repère</u> : 23% des exploitations maraichères en ventes directe contre 6% des exploitations en viande bovine.</p> <p>⇒ 25% de commerces et restaurants signataires d'une charte alimentation durable en 2026. <u>Repère</u> : X commerce alimentaire, X restaurant, X artisans de bouche sur ALM</p>	<p>311. Développer les points de vente de produits durables et locaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un état des lieux des besoins et des lacunes (géographiques, locaux potentiels...). Objectif : développer des modèles de type "ferme angevine" à différents endroits du territoire (par exemple de la vente par micro-marché éphémère dans du bâti agricole en zone rurale et péri-urbaine) qui devront trouver un équilibre économique sans déstructurer l'existant. - Porter des appels à projet auprès des agriculteurs et porteurs de projets Economie Sociale et Solidaire : aides à l'investissement dans l'immobilier (magasins producteurs), mutualisation points collecte... Intégrer aux priorités du PAT la recherche de financements européens. - Aider au développement de l'offre en ligne pour les acteurs de la vente directe (exemple outils au service de producteurs de pays appui Amap, Ruches, ...) - Travail sur la logistique du dernier km notamment pour la vente directe mais aussi côté producteurs. <p>312. Mobiliser et sensibiliser des commerces et des restaurants traditionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Former et proposer une souscription à une charte « alim territoriale& durable » vers commerces/ restauration/ artisans <p>313. Construire des opérations groupées de dynamisation des centralités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer des aménagements renforcés en cas d'engagement des commerçants sur la charte et vente de produits locaux/durables - Aider (conseil ou investissement) les commerces engagés dans les opérations collectives. - Faciliter la logistique du dernier kilomètre pour les signataires de la charte (cela pourrait s'appeler par exemple « opération ville alimentaire durable ») <p>314. Rendre lisible l'offre de produits locaux et durables auprès des consommateurs (points vente directe et commerces engagés)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir la carte Approximité sur le site internet Angers Loire Métropole (ou ALM) - Proposer une carte des commerces avec une offre locale ... - Revoir le mode d'engagement des Industries Agro-Alimentaires, grossistes et commerces sur Approximité

- Promotion sur l'espace publicitaire ALM (développer la communication en ligne) ;

Objectif 32. Fluidifier la rencontre entre offre et demande

⇒ Un poids structurant de l'offre de producteurs et production locale (département) au sein du MIN (>10% du CA).
Exemple : 6,5% de fruits et légumes provenant du département en 2026 et 15% en 2030

⇒ 20% des opérateurs du MIN renouvelés et tournés vers le local

Repère : environ 8% des opérateurs renouvelés annuellement sur le MIN ;

⇒ Une plateforme numérique « produits locaux » fonctionnelle et dynamique.

Repère : exemple de la plateforme numérique porté par le collectif de producteurs Bio Loire Océan ;

321. Développer encore la plateforme présentant une offre locale majeure au niveau du MIN : regroupement de l'offre des producteurs et des productions locales

- Mettre en place un observatoire des produits locaux sur le principe du calcul déjà réalisé pour les légumes sur le MIN et par extension sur le calcul de l'autonomie alimentaire.
- Mener une étude d'opportunité d'un box producteurs locaux sur le MIN
- Développer la présence des producteurs et des productions locales sur le MIN basé à Angers (renforcer le nombre de producteurs locaux par un soutien à leur organisation en collectif structuré) / redonner un rôle de plateforme au MIN (regrouper davantage les produits locaux au-delà des seuls producteurs ou entreprises de production locale déjà sur MIN).
- Faire de la mise en relation active entre groupes de producteurs et Grandes et Moyennes Surfaces via le MIN
- Faire passer les grands opérateurs publics via la plateforme pour en renforcer l'attractivité.
- Introduire des clauses privilégiant les grossistes et opérateurs centrés sur des stratégies territoriales et durables/ Bio

322. Organiser les acheteurs d'offre locale : grouper les acheteurs de produits locaux = centrale d'achat publique ou d'offre locale (comme pour l'exemple de Rennes)

- Mener un état des lieux et mettre en place une feuille de route de la commande publique en alimentation durable

Commande d'un travail en 2 volets : étude du besoin des acheteurs publics (volumes, types de produits, quelle gamme, organisation du circuits d'approvisionnement nécessaire etc.) puis animation de la mise en relation des acheteurs publics.

Objectif final : mettre en place une plateforme

- Structurer une plateforme virtuelle facilitant la commande publique en alimentation durable.

Point de vigilance : regrouper les achats (massification des marchés publics) risque de défavoriser les producteurs locaux s'ils ne sont pas très organisés et structurés en face.

323. Appuyer la planification et le sourcing alimentaire (producteurs, grossistes, commerces) :

- Proposer une contractualisation, des outils informatiques plateformes virtuelles...
- Développer des catalogues de produits locaux durables (cf. Lorient) via partenariat public privé
- Organiser des rencontres producteurs artisans – mais souvent peu de résultats

	<p>324. soutenir les marchés de plein vents l'artisanat et les transformateurs de proximité, leur développement et y intégrer les nouveaux producteurs, mise en place d'une charte</p> <p>325. appuyer le développement de la logistique urbaine (cf. autre orientation)</p> <p>326. intégrer les projets de halles gourmandes comme moteur du PAT</p>
<p>Objectif 33. Peser sur l'adaptation des stratégies et offres des GMS</p>	
<p>⇒ Accès à une offre locale et biologique de substitution dans toutes les GMS</p>	<p>331. Peser sur l'adaptation des stratégies et offres des GMS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dialogue avec les Grandes et Moyennes Surfaces (ou GMS) en vue des autorisations de rénovation - Le préalable est de tirer un bilan des actions engagées par les partenaires et les communes avec la GMS - Clarifier les actions réalisables, les leviers possibles, utiliser comme entrée la question des emballages, enlèvement des déchets, gestion des invendus <p>NB : une charte commerciale existe mais est restée lettre morte. Comment la faire vivre ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intégrer les marchés de producteurs aux implantations commerciales de la GMS. - Établir une typologie de la GMS et l'intégrer à la question plus large des commerces.

Orientation 4 : Vers une nouvelle culture alimentaire : Accompagner le changement en profondeur des comportements alimentaires des mangeurs et valoriser les produits et savoir-faire locaux et durables

Résultats attendus	Actions
Objectif 41. Accompagner le changement de comportement alimentaire vers une responsabilité environnementale et une qualité sanitaire	
<p>⇒ Accompagner le changement de comportement par une communication claire autour de 5 messages clés.</p> <p>⇒ Intégrer les thématiques alimentaires durables dans chaque événementiel.</p>	<p><i>411. mener des actions d'éducation et sensibilisation des jeunes publics et de leurs parents</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recenser les animations et programmes existants (sensibilisation grand public également) - Organiser un concours dans les écoles primaires avec création d'affiches alimentation durable - Développer des projets pédagogiques pour le primaire et secondaire en appui avec la restauration hors domicile - Organiser des animations au moment de la rentrée des étudiants sur l'alimentation durable du territoire - Agir dans les crèches, sensibiliser dès le plus jeune âge <p>412. Former et sensibiliser les publics professionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agents des établissements publics (scolaire, santé, collectivités...) - Les publics artisans et commerçants (cf. O5) - Les agriculteurs sur les attentes de la population - Communiquer sur les bonnes initiatives des entreprises alimentaires du MIN pour les professionnels et le grand public <p>413. Développer des campagnes de communication et d'affichage vers les habitants : Campagnes grand public : consommation et biodiversité, consommation et eau, consommation et climat, consommation et santé, consommation et économie ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer le marketing territorial alimentaire (vidéos, promotion, événements, s'appuyer sur Food'Angers, à développer sur tout ALM ?) - Orienter les services communication d'ALM sur la pédagogie et culture alimentaire - Selon les problématiques et les cibles, mettre en place des messages fins et ciblés en complément de campagnes générales (lien entre alimentation et le territoire lui-même, des éléments marquants qui nourrissent le consommateur/ habitant, promotion du PAT et engagement sur l'alimentation durable). Utiliser l'outil vidéo. - Structurer un message vers les habitants du territoire en complément de la promotion du territoire vers l'extérieur

	<ul style="list-style-type: none"> - Aider les agriculteurs à valoriser leurs produits via un kit de communication marketé ALM <p><i>414. Organiser des campagnes de sensibilisation : actions évènementielles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner 5 message clés de l'alimentation durable lors d'un atelier citoyen et communiquer largement - Ecrire une charte citoyenne de l'alimentation durable lors d'un atelier citoyen et communiquer largement - Participer à l'Appel à Projet du Contrat Local Santé sur le volet nutrition : financer 5 projets - Participer au printemps Bio : "une alimentation durable et accessible à tous c'est possible" <p>Ateliers, animations, festival cuisine, défis alimentation positive + budget participatif, accueil dans les exploitations agricoles (dont publics précaires ; mixité...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Point de vigilance : le collectif PAT souligne le besoin d'un portage politique fort, - Recenser ce qui existe déjà sur ce volet De nombreux événements existent déjà d'où l'importance d'adopter un regard global pour bien identifier les nouveaux besoins (types de bénéficiaires, de territoires, de vecteurs à investir) et clarifier certains messages clé sur lesquels la sensibilisation pourrait s'organiser pour être plus forte - Mise en réseau, mutualisation des ressources et des moyens pour avoir un effet de masse et une coordination réelle ; - Régularité des événements et ciblage des événements <ul style="list-style-type: none"> o Par publics o Par quartiers o Par types de territoires - milieu rural, périurbain, communes ...
<p>Objectif 42. Accompagner le changement des comportements vers la prise en compte des savoir-faire locaux durables</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Hausse de l'identification des savoir-faire locaux ⇒ Hausse de l'achat ou des souhaits d'achat ⇒ Faire en sorte que ce soit une évolution partagée par les différentes catégories socio-professionnelles 	<p><i>421. Organiser la lisibilité de l'offre territoriale dans les commerces</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser des rencontres professionnelles entre fournisseurs, producteurs, restaurateurs et métiers de bouche - Financer une aide pour la 1ere année de certification bio des professionnels agricoles et artisans - Expertise sur la marque "produit en anjou" pour la mise en valeur des produits locaux et durables

422. Faire connaître et promouvoir localement les savoir-faire, produits locaux (gastronomie, signes de qualité), et le patrimoine agricole et artisan (traditions...)

- Réaliser un état des lieux des besoins et des lacunes dans la promotion de l'offre alimentaire locale et durable
- Mettre en place un outil de communication qui regroupe ce qui existe
- Mettre en place avec les artisans commerçants un label "produit local" et une charte "ici on mange local"
- Commencer par définir ce qu'on entend par "savoir-faire et patrimoine alimentaire local"
- Retravailler cette image de patrimoine pour y intégrer aussi le sain et local plutôt que des produits de telle ou telle filière
- Attention à ne pas traiter ce volet indépendamment de l'objectif du dessus

423. Mise en place d'un "PAT score" : il s'agirait d'attribuer à certains producteurs, restaurateurs, commerces un score montrant qu'ils portent dans leur démarche les exigences du PAT, et qui les rendrait plus visibles pour les habitants.

424. Mise en place d'un « Routard du PAT » : Faire une sorte de « Routard du PAT » avec des appréciations autour de critères normés attribués par un collectif ad-hoc chaque année.

Objectif 43. Réduire significativement les emballages et le gaspillage alimentaire

⇒ Moins 50% d'emballages plastiques à usage unique en 2030 (interdiction en 2040)

⇒ Augmenter de (x)% le nombre de points de vente proposant de l'achat en vrac, sans emballage, ou organisant une consigne

⇒ Moins 25% d'emballages plastiques en RHD et - 25% de gaspillage

431. Sensibiliser le grand public et les professionnels sur l'économie circulaire, le gaspillage et le zéro déchet

- Créer un groupe de réflexion sur le milieu éducatif et l'événementiel
- Mener une étude auprès des gros producteurs de déchets organiques
- Organiser des pesées sortie magasin,
- Développer une appli poids net (sans emballage) / poids brute (avec emballage),
- Proposer les défis zéro déchet
- Etudier l'opportunité du lien entre taxe sur ordures ménagères et réduction des déchets...)
- Apprendre à cuisiner des produits bruts - cours de cuisine (réduction des emballages, réduire le gaspillage alimentaire).

432. Sensibiliser et accompagner la RHD scolaire/commerciale et les entreprises Sensibiliser et accompagner la restauration

⇒ CODEC : - 1% de déchets par an et par habitant

commerciale sur la réduction des déchets et la lutte contre le gaspillage alimentaire avec l'aide des objectifs du CODEC, "master chefs".

- Sensibiliser et accompagner PME-PMI, GMS sur la gestion des stocks (ex : biocoop) et sur la valorisation des invendus (ex Comerso) ;

433. Articuler politique déchets et jardins publics :

développement du compostage, déchets verts via jardins

- Développer les composteurs urbains dans les espaces publics et jardin collectif (test sur Angers en cours).
- Collecter en mode doux (à vélo...) des biodéchets dans les restaurants et commerces d'Angers valorisés en compost.
- Faire connaître les possibilités existantes et l'intérêt du recyclage

434. Recenser les points de vente proposant du vrac ou un système de consigne pour se fixer ensuite un objectif d'augmentation

Orientation 5 : Organiser l'accessibilité sociale à une alimentation durable pour tous

Résultats attendus	Actions
Objectif 51. Intégrer et développer dans les circuits de l'aide alimentaire destinés aux populations les plus fragiles une offre de produits durables et écoresponsable	
<p>⇒ Sortir (X) personnes d'une situation de précarité alimentaire par an (indicateur à construire). <u>Repère</u> : X filets solidaires, X colis-étals, X chèques d'accompagnement personnalisé distribués par an sur ALM.</p> <p>⇒ Des circuits courts d'aide alimentaire fonctionnels sur fruits et légumes, laitages et viande avant 2026. <u>Repère</u> : 31% des exploitations pratiquent la vente directe sur ALM</p> <p>⇒ Doublement du volume de produits frais/ locaux dans l'aide alimentaire ou via des circuits « neutres ».</p> <p>⇒ Zéro « déchet du don » en 2030. <u>Repère</u> : À titre d'exemple, les Banques Alimentaires signalent des taux de rebuts compris entre 8 % en 2016 et 11 % en 2018, qui augmentent donc à mesure que les volumes de dons augmentent eux-mêmes</p>	<p><i>511. Développer le circuit court dans l'aide alimentaire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les bénéficiaires pour mieux connaître leurs besoins - Réaliser un état des lieux des invendus des circuits courts locaux et métiers de bouche - Déployer l'exemple d'une tente antigaspi sur les marchés - Engager une réponse collective de coordination et moyens humains et logistiques de la distribution des invendus alimentaires dans un contexte d'urgence sociale : quelle suite aux filets solidaires ? - Réflexion sur un modèle économiquement viable et valorisant pour les agriculteurs. Sensibilisation des agriculteurs sur les invendus. - Mise en place d'une coordination avec des moyens humains et logistiques. Expérimenter la collecte au champ. - Création d'un outil informatique pour la coordination <p><i>512. Don alimentaire et grand distribution</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Etudier les filières d'approvisionnement des GMS et leur stratégie du don - Etudier la faisabilité d'un atelier de reconditionnement mutualisé - Mesurer l'enjeu des déchets du don alimentaire auprès des associations <p>513. Mettre en place des circuits de distribution neutres et non stigmatisant (Ferme urbaine pour mixité sociale, magasin coopératif...) ; Ateliers cuisine mixtes...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réfléchir à un modèle de circuit de distribution neutre et non stigmatisant (comprenant un équilibre économique)

Objectif 52. Un service de restauration hors domicile (RHD) exemplaire

⇒ 40% en AB et 80 % de produits locaux en 2030 au niveau de Papillotes & Cie

Repère : Papillote & Cie sont à 20% en AB et 50% de local ;

⇒ Etablir une convergence avec le reste de la RHD territoire

Repère : Restauration collective sur ALM sert :

7,26 millions de repas aux scolaires

4 millions de repas en hospitalier

1,1 millions de repas au public fragile...

⇒ 20% en AB et 50% de produits locaux dans la RHD sociale du CCAS

Repère : Aujourd'hui X% en AB et X de produits locaux.

⇒ Encourager la labellisation E3D des établissements (indicateur à construire)

521. Adapter les pratiques vers une alimentation saine et durable dans les établissements de restauration collective

- Lister les pratiques alimentation durable et les diffuser

Proposer des menus en 4 composantes et repenser les équilibres et budgets (réduire les grammages de certains produits et en contrepartie + de produits de qualité/local))

Travailler sur la présentation (forme et taille de l'assiette, couleur de l'assiette) économie de 40% ;

Réduire les protéines animales avec introduction de viande de qualité et mise en valeur des morceaux ;

Réduire l'utilisation des produits ultra-transformés

- Mettre en place des dynamiques internes aux établissements impliquant tout le monde
- Faciliter l'accès à des programmes de formations pour les professionnels

522. Structurer les filières d'approvisionnement locales pour les produits déficitaires

- Recenser les filières d'approvisionnement locales déficitaires
- Recenser les besoins potentiels en outils de transformation, en cohérence avec les territoires voisins.
- Communiquer sur l'offre d'ALM via le site Approximité.fr
- Accompagner les approvisionnements...

523. Favoriser la communication et la collaboration entre établissements de Restauration Hors Domicile et fournisseurs

- Communiquer auprès des fournisseurs de produits locaux (agriculteurs et grossistes) sur les marchés publics locaux
- S'appuyer et organiser des salons professionnels de rencontre entre les fournisseurs et les acheteurs, des réunions de sourcing, à l'échelle du département
- Compléter et organiser un réseau d'échange de bonnes pratiques entre restaurants collectifs (complémentaire du réseau local 49)
- Organiser des rencontres entre restaurants collectifs et commerciaux (s'inspirer de ce qui existe à Nantes)
- Proposer des visites de fermes régulières dédiées aux acheteurs
- Favoriser la collaboration hors appel d'offre entre restaurants collectifs (par exemple pour la logistique, la gestion comptable...).

	<p><i>524. Adapter les appels d'offres des restaurants collectifs</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser des ateliers sur la rédaction des appels d'offre permettant d'intégrer l'alimentation durable - Insérer des critères (environnementaux et territoriaux) du type impacts Gaz à Effet de Serre et transport, production et biodiversité ou climat, accessibilité projets pédagogiques (moins x minutes des écoles) - Développer une stratégie de segmentation des lots en cuisine pour permettre l'entrée de plus petits producteurs et de produits de qualité <p>Point de vigilance sur les marchés groupés : éviter la massification dans les appels d'offre, mais regrouper les petits marchés lorsque c'est nécessaire (par exemple un appel d'offre pour une crèche seule est peu intéressant)</p> <p>525. Prévoir des actions dédiées à la restauration commerciale</p>
--	--

Objectif 53. Promotion du jardin comme levier de l'équilibre alimentaire et du vivre ensemble

<p>⇒ + 25% d'habitants accédant aux jardins potagers des villes d'ALM</p> <p><u>Repère</u> : x jardins familiaux aujourd'hui sur la ville d'Angers</p> <p>⇒ + 50% de la population fragile accédant aux jardins potagers d'Angers Loire Métropole (ALM). X% aujourd'hui sur la ville d'Angers</p> <p><u>Repère</u> : à Angers 60% des ménages ont des revenus modestes. Parmi eux, 32% sont des revenus très modeste.</p> <p>⇒ 80% des habitants d'ALM à – de 500m d'un espace potager</p>	<p><i>531. Rendre visible, de manière dynamique, l'offre, la demande et l'organisation des structures autour des jardins</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un état des lieux de l'offre, de la demande, des besoins en accompagnement et animation - Faire un état des lieux de l'organisation des structures et des besoins de coordination, - Créer un groupe de travail qui rassemble les acteurs - Bâtir une carte des terrains, des jardins et des disponibilités - Communiquer sur l'existant (fonctionnement des jardins familiaux...) <p><i>532. Mettre en place une coordination et un accompagnement au et autour du jardin ambitieux</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place un relais associatif solide pour faire le lien entre offre et demande d'espaces vivriers - Développer les postes d'animation en agriculture urbaine - Développer et promouvoir des ateliers de jardinage et cuisine - Proposer des visites d'exploitations dans le cadre des jardins pour renforcer le lien urbain/rural - Développer d'autres actions à mettre en place suite au diagnostic (action 531)
--	--

533. Développer une offre d'espaces productifs adaptée aux besoins

- Bâtir une carte des terrains, des jardins et des disponibilités
- Conventionner avec les acteurs privés / sociaux pour aménager
- Investir les espaces verts dans les quartiers prioritaires en zones de production Porter des investissements pour aménager de nouveaux espaces productifs



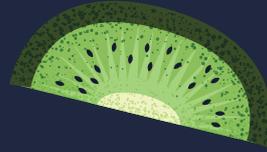
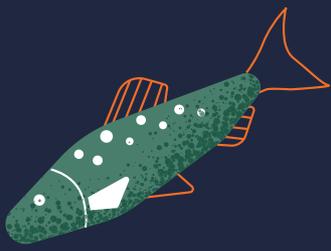
REMERCIEMENTS :

Depuis 2019, une cinquantaine de structures ont été consultées ou ont été parties prenantes à la construction de la présente feuille de route. Nous les remercions pour leur mobilisation. Vous pouvez en retrouver une liste (non exhaustive) ci-dessous :

Les services et les élus de la Chambre d'agriculture des Pays de la Loire, des représentants élus ou agents de plusieurs communes (Angers, Plessis-Grammoire, Mûrs-Erigné, Montreuil-Juigné, Loire-Authion, Beaucozéz, les Ponts-de-Cé...), la Région des Pays de la Loire, la Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt, l'ADEME, des représentants du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine, Pôle In 49, Commerso, En transition, La Société d'Économie Mixte pour l'exploitation du marché d'intérêt national, Angers Loire Développement, le Centre Communal d'Action Sociale d'Angers, Lib' o Jardin, La Chambre de Commerce et d'industrie, Terre de Liens, Fleuron d'Anjou, les Restaurants du Coeur, le Jardin de Cocagne Angevin, le Pôle Métropolitain Loire Angers, l'Union Départementale des CCAS, l'Institut Agro, l'École Supérieure d'Agricultures d'Angers, l'Interbev Pays de la Loire, la CIAP, Fleuron d'Anjou, la Maison Gaborit, la SAFER, la Ligue de Protection des Oiseaux, l'Interprofession Bio, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, l'Agence d'Urbanisme de la Région Angevine, MIAM Nutrition, Manger Bio 44, Biocoop, le CIVAM du Maine-et-Loire, l'association SolidariFood, la FCPE 49, le comptoir des viandes bio, le Leclerc de Saint-Léger-de-Linières, Angers Loire Restauration, le GABB Anjou, Restoria, l'association départementale des parents d'élève de Maine et Loire.

Il faut souligner ici également l'importante contribution citoyenne au projet :

3900 citoyens d'Angers Loire Métropole ont répondu à l'enquête alimentaire entre mars et juin 2019. Cette enquête a permis de recueillir l'expression des pratiques alimentaires et des attentes des habitants, et a contribué à la construction de cette feuille de route.



ANGERS LOIRE MÉTROPOLE

Direction Aménagement et Développement des Territoires
83 rue du mail - BP 80011 - 49020 Angers cedex 02
www.angersloiremetropole.fr

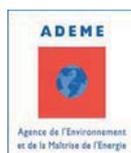


CHAMBRE D'AGRICULTURE DES PAYS DE LA LOIRE

Pôle Territoire et Développement Durable
9 rue André-Brouard - CS 75010 - 49105 Angers cedex 02
www.pays-de-la-loire.chambres-agriculture.fr



Avec le soutien financier de :



Avec le concours de :

