

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
REUNION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 16 DECEMBRE 2025

L'an deux-mille-vingt-cinq, le seize décembre, le Conseil communautaire s'est réuni à vingt heures, dans les locaux du siège de la Communauté de Communes des Vallées de Thônes, sur convocation adressée à tous ses membres, le neuf décembre précédent, par Monsieur Gérard FOURNIER-BIDOZ, Président en exercice.

Conseillers en exercice : 31

Présents : 23

ALEX : Claude CHARBONNIER, Catherine HAUETER

LA BALME-DE-THUY : Pierre BARRUCAND

LE BOUCHET-MONT-CHARVIN : Franck PACCARD

LES CLEFS : Sébastien BRIAND

LA CLUSAZ : Pascale MEROTTO, Didier THEVENET

DINGY-SAINT-CLAIR : Bruno DUMEIGNIL, Catherine MARGUERET

LE GRAND-BORNAND : Jean-Michel DELOCHE, Hélène FAVRE BONVIN, André PERRILLAT-AMEDE

MANIGOD : Stéphane CHAUSSON, Isabelle LOUBET GUELPA

SAINT-JEAN-DE-SIXT : Danièle CARTERON, Didier LATHUILLE

SERRAVAL : Vincent HUDRY-CLERGEON

THÔNES : Grégory BAERT, Claude COLLOMB-PATTON, Chantal PASSET, Graziella POURROY-SOLARI

LES VILLARDS-SUR-THÔNES : Odile DELPECH-SINET, Gérard FOURNIER-BIDOZ

Pouvoirs : 4

Nathalie BULEUX à Sébastien BRIAND, Benjamin DELOCHE à Bruno DUMEIGNIL, Rémi FRADIN à Graziella POURROY-SOLARI, Nelly VERYRAT-DUREBEX à Chantal PASSET

Excusée : 1

Claire BARRIN

Absents : 3

Stéphane BESSON, Alexandre HAMELIN, Philippe ROISINE

Secrétaire de séance : Stéphane CHAUSSON

DEL2025-109 - APPROBATION DU PLAN D'ACTION DU PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL

Rapporteur : Monsieur Sébastien BRIAND

Vu l'arrêté préfectoral n° PREF/DCRL/BCLB- 2019-0061 du 24 octobre 2019 approuvant les statuts de la CCVT ;

Vu la délibération du Conseil communautaire n° 2024-42 du 9 avril 2024 relative au lancement de l'élaboration de la stratégie du Projet Alimentaire Territorial (PAT) et à l'approbation de la demande de subvention au titre de la mesure T01 du FEADER Auvergne-Rhône-Alpes ;

Vu l'avis du Bureau dans sa séance du 8 décembre 2025 ;

Il est rappelé que parmi les nombreux atouts du territoire de la CCVT, le dynamisme de l'activité agricole contribue à faire rayonner le territoire et à le rendre attractif tout au long de l'année. Porteuse de traditions solidement ancrées, l'agriculture contribue également à préserver des savoir-faire précieux (comme la transformation fromagère à la ferme) ainsi que les paysages emblématiques qui font la renommée de nos vallées.

L'activité agricole se caractérise par :

- Une dominante d'élevage, principalement bovin mais également caprin et ovin, pour lequel les prairies d'alpage sont centrales,
- Un savoir-faire ancestral de la transformation fermière laitière valorisée à travers de nombreux AOP/IGP (principalement reblochon, abondance, chevrotin, tomme fermière et raclette).

Depuis les années 2000, quelques projets de diversification émergent (maraichage, apiculture, fromage de brebis, ...) venant compléter le panel de produits locaux.

Consciente de l'importance de son patrimoine agricole et alimentaire, la CCVT s'est engagée depuis 2010 dans divers projets visant à soutenir et promouvoir l'alimentation locale de qualité et les circuits-courts. Elle est notamment dépositaire, depuis 2012, d'une marque territoriale dénommée « Saveurs des Aravis ». Réunissant une soixantaine membres professionnels liés aux métiers de l'alimentation (restaurateurs, agriculteurs, commerçants...), ce réseau a pour objectif de sensibiliser à l'alimentation locale.

Dans un contexte où l'alimentation devient une préoccupation territoriale majeure (volonté de consommer plus localement, maintien de l'agriculture comme activité économique et identité patrimoniale), la CCVT a souhaité poursuivre ses engagements précédents en débutant, en février 2023, l'élaboration d'un Projet Alimentaire Territorial (PAT).

Les PAT sont issus de la *loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014*. Cette démarche reste volontaire et non obligatoire. Ces projets structurants visent à réunir l'ensemble des acteurs (élus, socio-professionnels, citoyens...) afin d'échanger sur la thématique de l'alimentation. L'objectif est de définir des actions concrètes, portées par une diversité d'acteurs, permettant d'améliorer l'accès une alimentation de qualité et plus durable pour la population locale.

L'élaboration du PAT de la CCVT est soutenue par la Région Auvergne-Rhône-Alpes et l'Union Européenne au titre de la mesure T01 issue du dispositif FEADER.

La CCVT a souhaité réaliser l'élaboration du PAT en interne dans l'objectif qu'il soit le plus pragmatique possible. L'appui de la Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc a été sollicité en complément pour la définition des enjeux et des actions.

D'un point de vue méthodologique, la démarche d'élaboration s'articule autour de 4 étapes :

- 1^{ère} étape : réalisation d'un diagnostic partagé de la production et des besoins alimentaires du territoire ;
- 2^{ème} étape : identification des enjeux clefs ;
- 3^{ème} étape : définition des actions, du budget et du calendrier de mise en œuvre ;
- 4^{ème} étape : mise en œuvre des actions et mesures de suivi et d'évaluation de leurs effets sur le système alimentaire du territoire.

Tout au long de sa réalisation, le projet a été suivi et validé par un Comité de pilotage dédié, placé sous la responsabilité d'un élu CCVT. Il a d'abord été présidé par Laurence AUDETTE puis Sébastien BRIAND à partir du COPIL n° 5 du 19 juin 2025.

Cette instance est composée d'acteurs variés apportant une vision globale des différents maillons du système alimentaire local : élus, représentants de la restauration collective et privée, des commerçants, des filières agricoles, de la lutte contre la précarité alimentaire, ...

En premier lieu, un diagnostic partagé a été réalisé en interne (aussi appelé « état des lieux »). Il couvre principalement 2 volets : la production et les besoins alimentaires.

Ce diagnostic permet de dresser un « portrait alimentaire » du territoire le plus objectif possible, dans le but d'être partagé/validé par l'ensemble des acteurs. Il a été approuvé par le COPIL PAT lors de sa séance du 14 novembre 2024.

En se basant sur cette analyse, 4 ateliers de concertation ont été organisés pour débiter la construction du plan d'action visant à donner un cadre stratégique et opérationnel à la démarche PAT. Réunissant de nombreux acteurs du territoire en lien avec la thématique alimentaire, l'objectif était de co-construire des propositions d'actions les plus en adéquation possible avec les besoins du territoire.

Les 4 concertations se sont déroulées de novembre 2024 à avril 2025.

Les élus ont choisi de travailler sur 4 thématiques principales :

- La préservation du foncier agricole et transmission des exploitations,
- La diversification de la production agricole/alimentaire,
- L'amélioration de l'accès à une alimentation diversifiée et de qualité pour la population,
- L'amélioration des approvisionnements locaux et de qualité en restauration hors domicile.

Ces 4 thématiques ont d'abord été déclinés en enjeux, eux-mêmes précisés en actions les plus concrètes et opérationnelles possibles.

Afin d'optimiser la mise en œuvre du plan d'actions, le choix a été fait de développer un nombre restreint d'enjeux et d'actions « prioritaires ». Ainsi, les membres du COPIL ont décidé de retenir 9 enjeux prioritaires et 28 propositions d'actions.

Pour débiter, 12 actions parmi les 28 ont été sélectionnées lors du COPIL n° 5 du 19 juin 2025 pour leur lancement prioritaire dès 2026, avec l'objectif d'obtenir un équilibre entre action à victoires rapides, projets structurants et poursuite de la concertation avec les acteurs du territoire :

- **Préservation du foncier agricole et transmission des exploitations**
 - FT.1.1. Sensibiliser les agriculteurs à la transmission
 - FT.1.4. Sensibiliser les élus aux enjeux de protection du foncier agricole
 - FT.2.1. Mettre en place un Comité Local à l'Installation et Foncier (CLIF)
- **Diversification de la production agricole et alimentaire du territoire**
 - D.1.1 Animer un groupe de travail entre acteurs locaux pour encourager des synergies permettant de développer de nouvelles productions ou nouveaux produits alimentaires
 - D.1.2 Encourager la mutualisation de moyens de production (matériels, lieux, ...) pour favoriser la diversification des productions agricoles et alimentaires
 - D.1.3 Favoriser le développement du maraîchage en mettant à disposition des solutions technico-économiques
- **Amélioration de l'accès à une alimentation diversifiée et de qualité pour la population**
 - AA.1.1 Développer la pratique du don alimentaire
 - AA.1.7. Développer des lieux de vente ou de dépôt de proximité proposant des produits locaux diversifiés
 - AA.3.1. Favoriser et distinguer les producteurs/artisans alimentaires, des revendeurs sur les marchés
- **Amélioration des approvisionnements locaux et de qualité en Restauration Hors Domicile (R.H.D)**
 - R.1.2 Mettre en relation les producteurs et la RHD pour créer des partenariats
 - R.1.5 Mutualiser une logistique de produits locaux à l'échelle du territoire
 - R.2.3 Sensibiliser à l'utilisation des produits bruts et de saison

Une majorité des 12 actions retenues sont sous maîtrise d'ouvrage de la CCVT, avec un pilotage confié à l'animatrice du PAT. Des prestataires seront également mobilisés pour tout ou partie de certaines actions.

Le COPIL du PAT a validé l'ensemble des fiches actions lors de sa séance du 16 octobre 2025.

Le document cadre retraçant l'élaboration et le détail du plan d'action est présenté en annexe.

Une estimation des besoins financiers a été inscrite dans le projet de budget 2026.

Le Projet Alimentaire Territorial ne comporte pas d'échéance prédéfinie, c'est une démarche continue qui a vocation à se déployer durablement sur le territoire, en s'actualisant en fonction des projets et besoins des acteurs locaux. Il sera possible d'ici 3 à 5 ans de revoir le pan d'action pour activer les actions non retenues comme prioritaire.

Il est enfin rappelé que le plan d'action du PAT s'insère pleinement dans le cadre stratégique du Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) de la CCVT, adopté le 15 avril 2025.

Après en avoir délibéré, le Conseil communautaire, à l'unanimité :

- **ADOPTER** le plan d'action du Projet Alimentaire Territorial tel qu'annexée à la présente délibération ;
- **AUTORISER** Monsieur le Président à la signer ainsi que toutes les pièces nécessaires à sa mise en œuvre.

Le Président
Gérard FOURNIER-BIDOZ

Le Secrétaire de séance
Stéphane CHAUSSON



Délibération transmise en Préfecture le 23 décembre 2025
Publiée le 23 décembre 2025

Projet Alimentaire Territorial (PAT)

Communauté de Communes des Vallées de Thônes

Décembre 2025



Avec le soutien financier de :

SOMMAIRE

Introduction

1. Historique des démarches agricoles et alimentaires du territoire
 - 1.1 Première réflexion via le Système Alimentaire Territorial du Bassin Annécien
 - 1.2 Marque territoriale et réseau « Saveurs des Aravis »
2. Mise en place de la démarche « Projet Alimentaire Territorial »
 - 2.1 Méthodologie d'élaboration
 - 2.2 Gouvernance du projet
3. Étape 1 : Le diagnostic partagé
 - 3.1 Méthodologie
 - 3.2 Objectifs de l'état des lieux
 - 3.3 Résultats et analyse
 - 3.4 Rendu et mise en forme du diagnostic
4. Étape 2 : Détermination des enjeux
 - 4.1 Méthodologie des 2 tables-rondes « enjeux »
 - 4.2 Enjeux prioritaires sélectionnés par le COPIL
5. Étape 3 : Définition du plan d'action
 - 5.1 Méthodologie des 2 groupes de travail « actions »
 - 5.2 Méthode de tri des actions utilisées entre les 2 ateliers
 - 5.3 Actions retenues dans le plan d'actions
 - 5.4 Actions prioritaires retenues par le COPIL
 - 5.5 Synthèse des étapes de construction du plan d'action
6. Étape 4 : Mise en œuvre opérationnelle

Annexes

- Annexe 1 : Chronologie des étapes du PAT
- Annexe 2 : Membres du COPIL PAT
- Annexe 3 : Grilles d'analyse du diagnostic
- Annexe 4 : Illustration du « portrait alimentaire » du territoire
- Annexe 5 : Résumé de l'ensemble du plan d'actions validé
- Annexe 6 : Fiches-actions détaillées

Lexique

INTRODUCTION

Le territoire de la Communauté de Communes des Vallées de Thônes (CCVT), situé aux portes d'Annecy et de son lac, s'étire le long du Fier et du Nom jusqu'aux stations du Grand-Bornand et de La Clusaz. Cette montagne habitée et vivante offre un environnement exceptionnel pour la randonnée, le ski, le vélo ou tout simplement la beauté des paysages.

L'agriculture est encore aujourd'hui une activité économique importante qui contribue à faire vivre le territoire et à le rendre attractif toute l'année. Avec des traditions bien ancrées, elle participe aussi à la préservation des savoir-faire (transformation fromagère à la ferme) et des paysages qui font la réputation de nos vallées.

L'activité agricole se caractérise par :

- Une dominante d'élevage, principalement bovin mais également caprin et ovin, pour lequel les prairies d'alpage sont centrales,
- Un savoir-faire ancestral de la transformation fermière laitière valorisée à travers de nombreux AOP/IGP (principalement Reblochon, Abondance, Chevrotin, Tomme fermière et Raclette).

Depuis les années 2000, quelques projets de diversification émergent (maraichage, apiculture, fromage de brebis, ...) venant compléter le panel de produits locaux.

1. HISTORIQUE DES DEMARCHES AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DU TERRITOIRE

1.1. Première réflexion menée grâce au Système Alimentaire Territorial du Bassin Annécien

La CCVT s'est engagée, dès 2015, en partenariat avec les autres EPCI du bassin annécien, dans un projet visant à étudier et améliorer le système alimentaire du territoire. Ce projet, porté par la Chambre d'Agriculture Savoie-Mont-Blanc, visait à faciliter la mise en relation entre les producteurs et les établissements scolaires et de santé, et les métiers de bouche, dans le but de créer des partenariats permettant d'augmenter la part de consommation de produits locaux.

Ce projet a notamment permis :

- d'améliorer la fréquence et la diversité des produits locaux proposés dans les menus de certaines cantines scolaires des Vallées de Thônes via une animation renforcée à destination des responsables (2015-2016),
- d'initier l'émergence d'une plateforme de produits locaux intitulée MIAM (2017-2019), constituée à l'initiative du Groupement d'Intérêt Economique "A PRO DIRECT SAVOIE MONT BLANC", permettant d'approvisionner les professionnels de la restauration hors domicile (2017-2019)¹.

1.2. Marque territoriale et réseau « Saveurs des Aravis »

En parallèle de ces premières réflexions, d'autres initiatives se sont développées sur le territoire : la profession agricole, avec l'appui administratif et financier de la CCVT, s'est mobilisée pour créer un réseau de professionnels et d'acteurs permettant de valoriser le patrimoine culturel et gustatif des Aravis.

En 2012, ce projet se concrétise par la création d'une marque territoriale, déposée par la CCVT.

L'animation de la marque « Saveurs des Aravis » a été déléguée à une association du même nom en janvier 2014.

Dans une période où la valorisation de la production locale (fromages fermiers principalement) représentait une difficulté, ce réseau avait pour objectif de sensibiliser le grand public et les consommateurs aux spécificités locales des Aravis : agriculture de montagne, produits locaux, patrimoine culturel bâti, ...

Le réseau regroupe différents acteurs : agriculteurs, commerçants, restaurateurs, artisans, métiers de bouche... et propose différentes animations sur le territoire :

- Repas locaux dans les cantines scolaires,
- Accompagnement par le grand public des montées en alpage,
- Animations thématiques dans les écoles.

La mise en réseau contribue aussi indirectement au maintien des activités agricoles en favorisant les circuits de proximité (création de partenariats entre les différentes catégories d'acteurs du réseau).

À la suite de difficultés financières, l'association a été dissoute au printemps 2023. Cependant, la CCVT s'est engagée à poursuivre l'animation du réseau d'acteurs locaux ainsi que les actions de sensibilisation.

¹ La plateforme M.I.A.M a cessé son activité en 2019 : surcharge de travail pour le salarié (gestion des commandes et livraisons), et problème de rentabilité lié à un volume de commandes insuffisant pour compenser les trajets les plus éloignés/coûteux.

2. MISE EN PLACE DE LA DEMARCHE « *Projet Alimentaire Territorial* »

Dans un contexte où l'alimentation devient une préoccupation territoriale majeure (volonté de consommer plus localement, maintien de l'agriculture comme activité économique et identité patrimoniale), la CCVT a souhaité poursuivre ses engagements précédents en débutant, en février 2023, l'élaboration d'un Projet Alimentaire Territorial (PAT).

Les PAT sont issus de la *loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014*. Cette démarche reste volontaire et son échelle de réalisation peut être très variable (département, commune, Parc Naturel Régional...).

L'élaboration du PAT de la CCVT est soutenue par la Région Auvergne-Rhône-Alpes et l'Union Européenne au titre de la mesure T01 issue du dispositif FEADER.

2.1. Méthodologie d'élaboration

La CCVT a souhaité réaliser le **projet en interne** dans l'objectif qu'il soit le plus **pragmatique** possible, avec l'appui de la Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc pour la définition des enjeux et des actions. Son échelle de réalisation est le territoire de la Communauté de Communes (12 communes).

D'un point de vue méthodologique, la démarche nécessite, en premier lieu, la réalisation d'un **diagnostic partagé** (aussi appelé « état des lieux »). Il couvre principalement 2 volets : la production et les besoins alimentaires du territoire.

Cet état des lieux vise à déterminer un **cadre stratégique et opérationnel** permettant de décliner des actions suivant les priorités du territoire en termes d'alimentation.

Pour résumer, la démarche comprend 4 étapes (voir figure 1 ci-dessous) :

- **1^{ère} ETAPE** : réalisation d'un diagnostic partagé de la production et des besoins alimentaires du territoire ;
- **2^{ème} ETAPE** : identification des enjeux clefs ;
- **3^{ème} ETAPE** : définition des actions, du budget et du calendrier de mise en œuvre ;
- **4^{ème} ETAPE** : mise en œuvre des actions et mesures de suivi et d'évaluation de leurs effets sur le système alimentaire du territoire.



Figure 1: Etapes du Projet Alimentaire Territorial (PAT) de la CCVT

Une frise chronologique des étapes du projet déjà réalisée est présentée en annexe 1.

Le plan d'actions est co-construit avec l'ensemble des acteurs du territoire en lien avec la thématique alimentaire afin d'aboutir à des actions les plus en adéquation possible avec les besoins du territoire.

2.2. Gouvernance du projet

En préambule du lancement du diagnostic, les élus de la CCVT ont souhaité l'instauration d'un COFIL (novembre 2022).

Tout au long de sa réalisation, le projet a été suivi et validé par le Comité de Pilotage, placé sous la responsabilité d'un élu CCVT. Il a d'abord été présidé par Laurence AUDETTE puis Sébastien BRIAND à partir du COFIL n°5 du 19 juin 2025.

Cette instance est composée d'acteurs variés apportant une vision globale des différents maillons du système alimentaire local.

Il est mobilisé collectivement à chaque phase importante du projet pour validation, et certains membres peuvent être sollicités individuellement pour fournir des informations plus précises.

Ci-après une liste non exhaustive de sa composition (plus de précisions en annexe 2) :

- Élus CCVT délégués de la Commission économie et agriculture,
- Élus référents pour chaque commune,
- Président du COFIL Saveurs des Aravis,
- Membres du COFIL Saveurs des Aravis,
- Chambres consulaires : CASMB, CCI, CMA,
- Représentant(s) de la restauration collective,
- Représentant(s) des restaurateurs,
- Représentant(s) des commerçants,
- Représentant(s) des agriculteurs,
- Représentant(s) des filières agricoles du territoire : AFTALP, UPRF, Comité Agricole du Pays de Thônes,
- Instance luttant contre la précarité alimentaire sur le territoire : le secours populaire,
- Mutuelle Sociale Agricole : pour son lien avec le monde agricole et ses projets de sensibilisation alimentaire,
- Organismes spécialisés dans l'accompagnement agricole (ADABIO, ADDEAR, SAFER, Terre de Liens...) qu'il s'agisse de transmission d'exploitation, de veille foncière, ou d'accompagnements plus techniques,
- Le lycée de Contamine-sur-Arve représentant les projets conduits sur l'alpage-école de Sulens.

Certains acteurs du territoire sont représentés au travers des membres du réseau Saveurs des Aravis (agriculteurs, restaurateurs, commerçants, artisans alimentaires), qui a intégré le COFIL PAT lors de la 2^{ème} réunion (septembre 2023).

3. ETAPE 1 : LE DIAGNOSTIC PARTAGE

3.1. Méthodologie

L'état des lieux a été réalisé en interne par l'animatrice, sur la base :

- de données de terrain : rencontre d'acteurs clefs du territoire, recensement des initiatives locales, questionnaires...,
- de données théoriques : données issues du Recensement Général Agricole (RGA), données INSEE, informations issues des PAT voisins...

La recherche d'informations a été répartie en 6 thématiques (voir figure 2), permettant d'organiser la recherche d'informations et de couvrir le plus de composantes possibles du système alimentaire du territoire. Les initiatives existantes sur le territoire ont aussi été recensées.

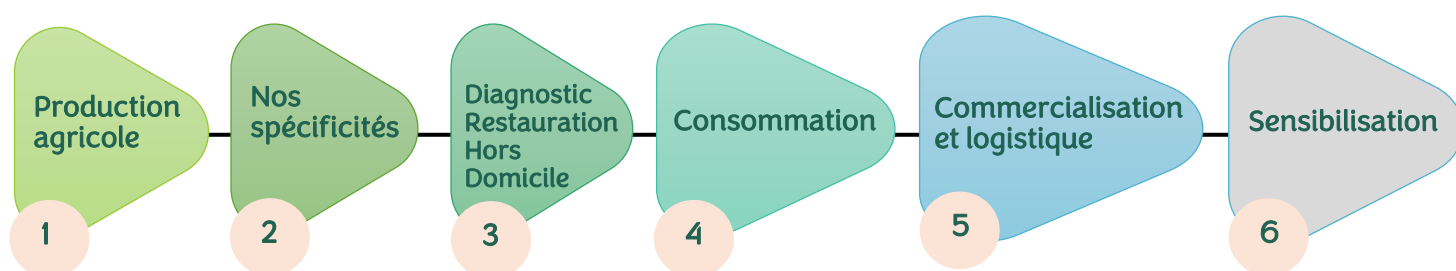


Figure 2 : Plan de l'état des lieux du PAT

3.2 Objectifs de l'état des lieux

Il doit permettre de dresser un « **portrait alimentaire** » du territoire le plus objectif possible, dans le but d'être partagé/validé par l'ensemble des acteurs.

Cette étape a également permis de mobiliser les différents acteurs sur le projet en prenant le temps de leur expliquer individuellement ses modalités, et de recueillir leurs attentes.

3.3 Résultats et analyse du diagnostic

La période de réalisation du diagnostic a duré environ 2 ans, entrecoupée par les missions menées par l'animatrice dans le cadre du réseau Saveurs des Aravis (50% du temps de travail).

Afin de pouvoir passer à l'étape de détermination des enjeux, l'état des lieux a été figé à un instant donné. Néanmoins, afin de pouvoir proposer un projet cohérent, le diagnostic sera actualisé en continu en fonction des évolutions du territoire et des nouveaux projets en cours.

Des grilles d'analyses ont été présentées au COPIL n°3 afin d'être validées (voir annexe 3). Elles constituent une base pour alimenter les réflexions de l'étape 2 : la détermination des enjeux sur lesquels le territoire souhaite s'orienter, et les actions à conduire.

3.4 Rendu et mise en forme du diagnostic

En complément des grilles d'analyses présentées annexe 3, il a été décidé de rendre ce diagnostic accessible au grand public afin qu'il puisse s'approprier les enjeux du projet.

Un document synthétique sous forme de livret est en cours d'élaboration. Il contiendra des informations permettant de comprendre l'identité alimentaire du territoire.

Le centre du livret contiendra une illustration représentant notre « portrait alimentaire ». L'objectif de l'illustration est de comprendre d'un seul coup d'œil les différentes composantes qui influencent l'alimentation locale. Elle sera agrémentée d'informations plus détaillées autour.

L'illustration a été réalisée par Fanny Le Bagousse, avec l'appui de l'animatrice du PAT pour cibler les éléments à mettre en valeur. Le COPIL n°5 du 19 juin 2025 a validé l'illustration présentée annexe 4.

4. ETAPE 2 : DETERMINATION DES ENJEUX

4.1 Méthodologie des 2 tables-rondes « enjeux »

Pour amorcer l'étape 2, des tables-rondes, permettant aux différents acteurs de croiser leur regard, ont été organisées sur 4 thématiques. Ces sujets regroupent les principaux thèmes que le COPIL souhaite travailler. Elles ont été coanimées par la Chambre d'Agriculture Savoie-Mont-Blanc et les services de la CCVT.

➔ Mercredi 20 novembre 2024

Thématiques abordées :

- *Diversification de la production agricole/alimentaire*
- *Amélioration de l'accès à une alimentation diversifiée et de qualité pour la population*

➔ Mardi 3 décembre 2024

Thématiques abordées :

- *Préservation du foncier agricole et transmission des exploitations*
- *Amélioration des approvisionnements locaux et de qualité en restauration hors domicile*

Les participants ont été invités largement : toutes les personnes issues des entretiens du diagnostic, ainsi que les maires et élus référents, membres du COPIL PAT et COPIL Saveurs des Aravis,

Des membres issus du conseil citoyen du PCAET ont été conviés sur la base du volontariat.

En se basant sur des éléments issus du diagnostic mis à disposition selon différents formats, les participants ont fait plusieurs propositions d'enjeux qui ont été retravaillés par les animateurs.



Figure 3 : Illustration de la participation lors des tables-rondes "enjeux" du PAT

4.2 Enjeux prioritaires sélectionnés par le COPIL

Au total, **27 propositions d'enjeux** (voir annexe 5) ont été présentées lors du COPIL n°4 du 20 février 2025. Ces propositions sont issues des tables-rondes n°1 et n°2.

Les membres du COPIL ont sélectionné 2 à 3 enjeux prioritaires pour chacune des 4 thématiques.

Réduire le nombre d'enjeux permet d'approfondir davantage l'opérationnalité lorsqu'ils seront déclinés en actions. En effet, il sera plus facile de détailler un volume restreint d'actions pour les rendre opérationnelles. Les enjeux non retenus seront mis de côté pour être travaillés ultérieurement.

Le COPIL a ainsi validé **9 enjeux prioritaires** :

« PRESERVATION DU FONCIER AGRICOLE ET TRANSMISSION DES EXPLOITATIONS »

- Sensibiliser à la protection du bâti et du foncier, dans un objectif de transmission des exploitations agricoles
- Mettre en place une concertation territoriale, inter-professionnelle, sur les sujets de la transmission et du foncier

« DIVERSIFICATION DE LA PRODUCTION AGRICOLE/ALIMENTAIRE DU TERRITOIRE »

- Accompagner techniquement et économiquement tous les projets de diversification
- Optimiser le foncier pour diversifier la production agricole

« AMELIORATION DE L'ACCES A UNE ALIMENTATION DIVERSIFIEE ET DE QUALITE POUR LA POPULATION LOCALE »

- Permettre l'accès aux produits locaux sur l'ensemble du territoire toute l'année pour les consommateurs
- Faire connaître l'offre de produits locaux du territoire auprès de la population
- Sensibiliser à la consommation des produits locaux

« AMELIORATION DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE POUR LA RESTAURATION HORS DOMICILE (R.H.D) »

- Sensibiliser les professionnels -toutes restaurations confondues- pour les inciter à développer l'utilisation de produits locaux
- Améliorer l'accessibilité des produits locaux auprès des acheteurs professionnels de la R.H.D

5. ÉTAPE 3 : DEFINITION DU PLAN D'ACTION

5.1 Méthodologie des 2 groupes de travail « actions »

L'étape 3 consiste à décliner les 9 enjeux prioritaires (issus de 4 thématiques) en actions les plus opérationnelles possibles.

Pour cela, l'ensemble des acteurs a de nouveau été réunis lors de 2 groupes de travail pour faire émerger des idées d'actions.

➔ Jeudi 13 mars 2025 :

Les participants ont proposé des idées d'actions correspondant aux 9 enjeux. L'atelier leur permet de tourner sur 3 des 4 thématiques suivant leurs affinités et compétences.

➔ Mardi 01 avril 2025 :

Les actions sont retravaillées de manière plus détaillée : les participants mettent à profit leurs compétences pour décrire certains volets opérationnels de l'action au travers d'un modèle de fiche-action. L'atelier leur permet de travailler 2 thèmes sur les 4 à approfondir.

5.2 Méthode de tri des actions utilisée entre les 2 ateliers

Afin de faciliter la mise en œuvre opérationnelle des actions, il a été nécessaire de trier l'ensemble des propositions faites par les participants avant de passer à la rédaction des fiches actions (étape réalisée lors du groupe de travail du 01 avril). Le court délai entre les 2 temps de travail n'a pas permis de solliciter le COPIL, le tri a donc été réalisé par les animateurs.

La méthode choisie pour effectuer cette sélection consiste à placer l'ensemble des propositions d'actions selon 2 axes (voir figure 4 ci-dessous) : l'impact de l'action, et les efforts que demande sa mise en œuvre.

Les actions retenues sont celles à l'impact fort :

- **Les victoires rapides** : elles demandent peu d'efforts
- **Les projets structurants** : souvent complexes à mettre en œuvre mais importantes pour faire évoluer le projet de territoire

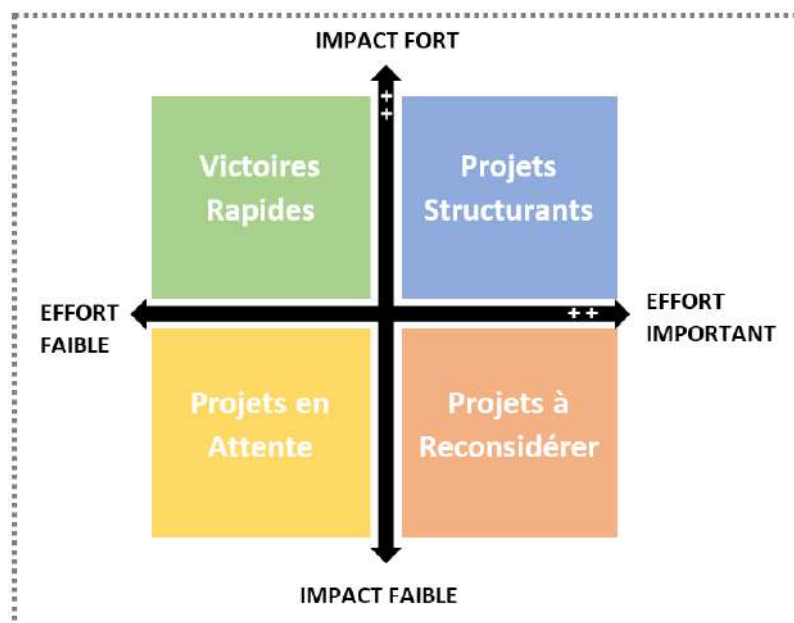


Figure 4 : Présentation du processus de réflexion aidant au tri des actions

5.3 Actions retenues dans le plan d'actions

Parmi les 36 actions proposées par les participants, les animateurs ont sélectionné 28 actions à présenter lors du 2^{ème} groupe de travail du 01 avril (voir annexe 5 pour plus de détails).

Les actions non retenues resteront inscrites dans le plan d'action final, et pourront être remises en travail ultérieurement.

Lors de ce 2^{ème} atelier, chacune des 36 actions s'est vu attribuer un numéro et un sigle permettant de la relier à son thème :

- FT : Foncier, Transmission,
- D : Diversification,
- AA : Accessibilité Alimentaire,
- RHD : Restauration Hors Domicile.

5.4 Actions prioritaires retenues par le COPIL

A l'issue du COPIL n°5 du 19 juin 2025, les membres du COPIL ont sélectionné les premières actions à mettre en œuvre parmi les 28 déjà triées et présentées pour approfondissement au groupe de travail du 1^{er} avril.

En effet, dans un souci de pragmatisme, il sera plus facile de détailler un volume restreint d'actions pour les rendre opérationnelles (identifier un porteur de projet, définir un budget, ...).

Afin d'avoir plus de portée et des actions variées, les membres du COPIL ont veillé à ne pas choisir que des victoires rapides ou des projets structurants dans chacune des 4 thématiques. L'objectif est d'obtenir un équilibre afin que certains projets puissent être mise en œuvre plus rapidement.

Des actions de type concertation ont été identifiées (**surlignées en rouge**) et sont automatiquement gardées pour le plan d'action, afin de permettre de faire avancer les thématiques sans réunir systématiquement le COPIL.

Les 12 actions prioritaires choisies sont détaillées dans des fiches-actions (voir annexe 6) qui pourront être précisées au fur et à mesure de l'avancée de l'action.

Le COPIL s'est accordé à valider certains points non modifiables :

- La description de l'action,
- Ses objectifs opérationnels.

Certaines fiches-actions nécessitent de statuer sur l'outil ou le type d'action que l'on souhaite développer. C'est pourquoi de nombreuses fiches-actions partagent une étape commune : la réalisation d'un diagnostic en lien avec le sujet ou la consultation de certains acteurs clefs du territoire pour confirmer la nature de leur besoin (ex : fiches AA.1.1 ; AA.1.7 ; R.1.5).

Le COPIL a ainsi validé 12 actions prioritaires réparties en 4 thématiques :

« PRESERVATION DU FONCIER AGRICOLE ET TRANSMISSION DES EXPLOITATIONS »

- FT.1.1. Sensibiliser les agriculteurs à la transmission
- FT.1.4. Sensibiliser les élus aux enjeux de protection du foncier agricole
- FT.2.1. Mettre en place un Comité Local à l'Installation et Foncier (CLIF)

« DIVERSIFICATION DE LA PRODUCTION AGRICOLE/ALIMENTAIRE DU TERRITOIRE »

- D.1.1 Animer un groupe de travail entre acteurs locaux pour encourager des synergies permettant de développer de nouvelles productions ou nouveaux produits alimentaires
- D.1.2 Encourager la mutualisation de moyens de production (matériels, lieux, ...) pour favoriser la diversification des productions agricoles et alimentaires
- D.1.3 Favoriser le développement du maraîchage en mettant à disposition des solutions technico-économiques

« AMELIORATION DE L'ACCES A UNE ALIMENTATION DIVERSIFIEE ET DE QUALITE POUR LA POPULATION LOCALE »

- AA.1.1 Développer la pratique du don alimentaire
- AA.1.7. Développer des lieux de vente ou de dépôt de proximité proposant des produits locaux diversifiés
- AA.3.1. Favoriser et distinguer les producteurs/artisans alimentaires, des revendeurs sur les marchés

« AMELIORATION DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS LOCAUX ET DE QUALITE POUR LA RESTAURATION HORS DOMICILE (R.H.D) »

- R.1.2 Mettre en relation les producteurs et la RHD pour créer des partenariats
- R.1.5 Mutualiser une logistique de produits locaux à l'échelle du territoire
- R.2.3 Sensibiliser à l'utilisation des produits bruts et de saison

5.5 Synthèse des étapes de construction du plan d'action

L'ensemble des étapes de construction du plan d'actions comprenant les phases de priorisation et de validation successives est présenté dans le schéma ci-dessous :

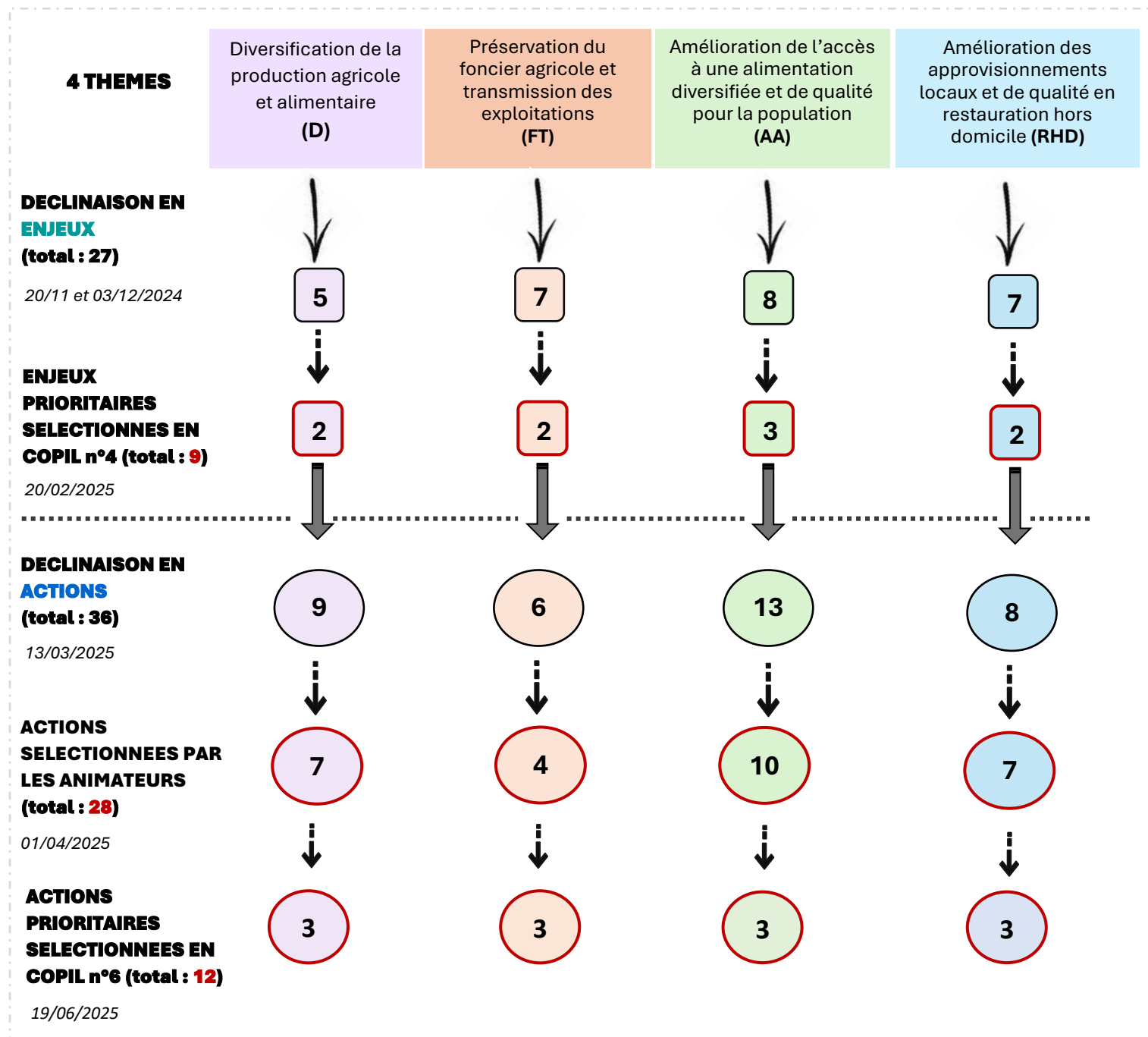


Figure 5 : Schéma des étapes de coconstruction du plan d'action du PAT CCVT

6. *ETAPE 4 : MISE EN ŒUVRE OPERATIONNELLE*

L'ensemble des 12 actions prioritaires (voir [partie 5.4](#)) seront lancées dès 2026.

- ➔ Début des premières étapes de certaines fiches-actions au 1er trimestre 2026 (avant les élections locales) :
 - Mise en route des actions de concertation (D.1.1 ; R.1.2)
 - Diagnostic pour identifier une méthode, un outil à développer (AA.1.1 ; AA.1.7 ; R.1.5)
 - Diagnostic du CLIF (FT.2.1)
- ➔ Début de certaines étapes à partir de 2nd trimestre 2026 (après les élections locales) :
 - Fiche-action FT.1.4 : sensibiliser les élus à la transmission
 - Sensibilisation des élus (D.1.3), acculturation au maraîchage de montagne, visite de sites...

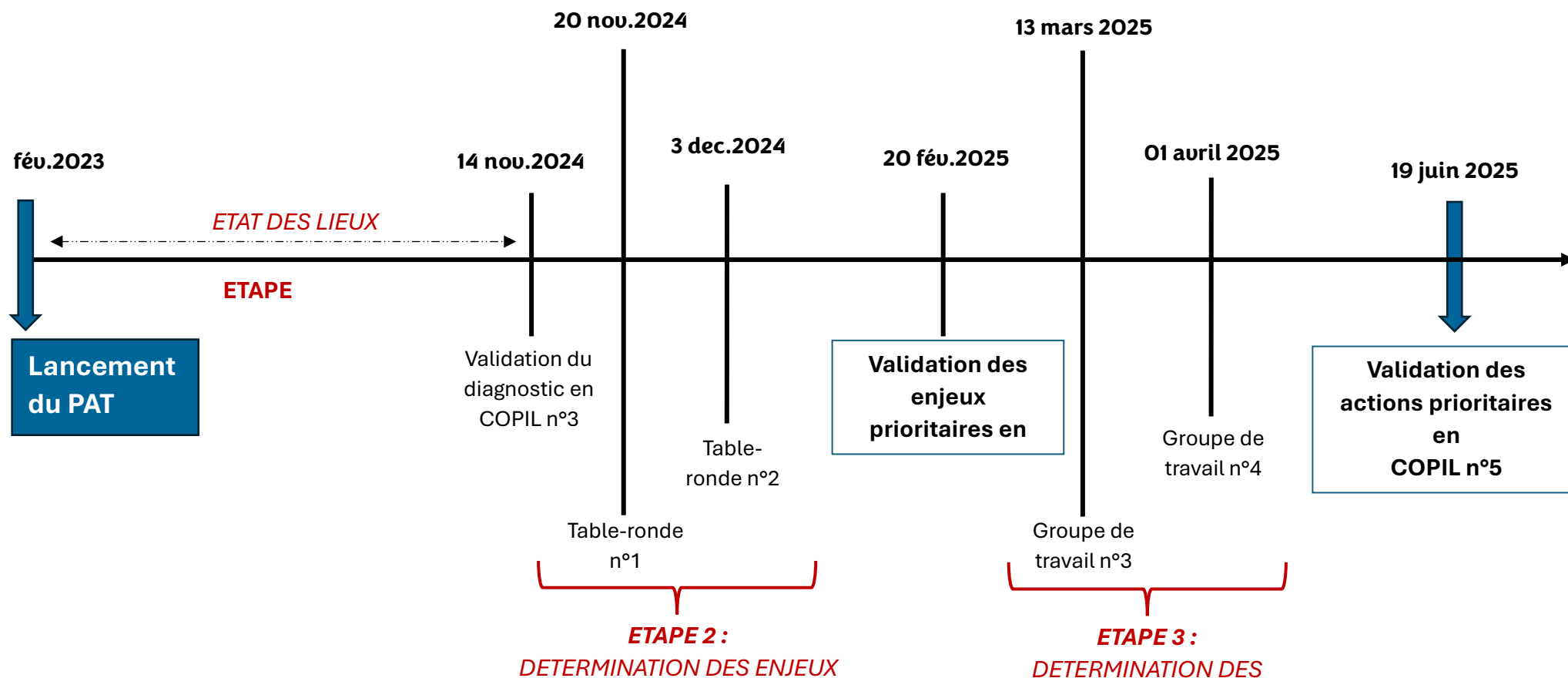
Une majorité d'actions retenues sont sous maîtrise d'ouvrage de la CCVT, avec un pilotage confié à l'animatrice du PAT. Des prestataires seront également mobilisés pour tout ou partie de certaines actions.

Une estimation des besoins financiers a été inscrite dans le budget 2026.

La Projet Alimentaire Territorial ne comporte pas d'échéance prédéfinie, c'est une démarche continue qui a vocation à se déployer durablement sur le territoire, en s'actualisant en fonction des projets et besoins des acteurs locaux.

Il sera possible d'ici 3 à 5 ans de revoir le pan d'action pour activer les actions non retenues comme prioritaire.

ANNEXE 1 : chronologie des différentes étapes du PAT CCVT



ANNEXE 2 : Membres du COPIL PAT

NOM	PRENOM	STRUCTURE	FONCTION	CODE POSTAL	COMMUNE
PUECH	Bruno		Elu communal référent PAT		DINGY-SAINT-CLAIR
PACCARD	Franck		Elu communal référent PAT	74230	LE BOUCHET MONT CHARVIN
BRIAND	Sébastien		Président COPIL PAT - Président COPIL SDA	74230	LES CLEFS
TIBURZIO	Joëlle		Elu communal référent PAT	74230	THÔNES
FRADIN	Rémi		Elu communal référent PAT		THÔNES
THOVEX	Arthur		Elu référent PAT		LA CLUSAZ
DIGNE	Corentin	Commune Grand-Bornand	Chargé de mission transition écologique		GRAND BORNAND
TARDY	Jean-marc		Elu communal référent PAT (cantine scolaire)		GRAND BORNAND
GOLLIET	Yvette		Elue communale référente PAT		ALEX
MOUSSEY	Fabienne		Elue communale référente PAT		LES VILLARDS-SUR-THONES
ROISINE	Philippe		Elu communal référent PAT		SERRAVAL
BARRUCAND	Pierre		Elu communal référent PAT		LA BALME-DE-THUY
MASSON	Dominique		Elu référent PAT		SAINT-JEAN-DE-SIXT
LOUBET-GUELPA	Isabelle	La Table de Marie-Ange	Elue communal référente PAT et COPIL Saveurs des Aravis (restauratrice)	74230	MANIGOD
COSME	Julien	CASMB	Conseiller circuits-courts	74994	ANNECY Cedex 9
CORBIERE	Rémi	CASMB	Chargée de Territoire 74 - Giffre-Risse, Bassin Clusien & Vallées de Thônes	74130	BONNEVILLE
FONFREDE	Marion	CCI	Responsable des relations institutionnelles		
BRUN	Jérémie	CMA	Conseillère entreprises et territoire	74011	ANNECY CEDEX
DE BEVY	Joseph	MSA	Vice-président, président du comité d'Action Sanitaire et Social		
PAYER	Matthieu	MSA	Animateur		
FAURE	Murielle	msa	Chargée de Mission Service Action Sanitaire et Sociale		
GORRIS-ROUAN	Céline	SAFER	Directrice départementale		
PREVOST	Pauline	Terre de liens	salariée		
		Terre de liens	09 70 20 31 04		
FILLOUX	Caroline	INITIATIVES GRAND ANNECY	Chargée de mission entrepreneuriat		
TATIN	Gilles	Abattoir Monts et Vallées (Megève)	Directeur		
PAUSIN	Magali	ADABIO	Animatrice territoire, filières et restoco		

DUBOIS	Magalie	ADDEAR	Animatrice agriculture paysanne		
BRETON	Sébastien	AFTALP	Directeur	74230	THONES
FRANCOZ	Anne-Lise	AFTALP, UPRF	Animatrice	74231	THONES
BURGAT	Guillaume	Comité agricole du Pays de Thones		74230	MANIGOD
MISSILLIER	Emmanuel	Comité agricole du Pays de Thones			
MERMILLOD	Baptiste	Représentant jeune agriculteur			
MISSILLIER	Arnaud	CASMB	Elu		
AVETTAND	Virginie	SIR	présidente		
DUFFY	Morgane	Lycée agricole EPLEFPA Contamine-sur-Arve	Cheffe de Projet : «Accompagnement au développement de l'alpage école Grand Montagne du Sulens»	74130	Contamine-sur-Arve
TISSOT	Valérie	MFR VILLARET	Maitresse de maison	74230	THÔNES
BATTISTELLA	Frédéric	MFR VILLARET	Directeur	74230	THÔNES
PACQUOTTE	Sylvie	SECOURS POPULAIRE	Présidente		
SYLVESTRE-BONCHEVAL	François	Le corti des Aravis	Maraicher		
MANTOVANI	Manon	Magasin le Fartô	Responsable		
COMBREAS	Loïc	GAEC des belles dames	Agriculteur		
FOUILLET	Jacky	Office de tourisme Thônes Cœur des Vallées	Directeur		
PACCARD	Jean-François	SARL Affineur PACCARD			
VEYRAT-DUREBEX	Elisabeth	Lait'able des Frangins	Artisan glacier		
TOCHON	Philippe	GAEC Le Pas du Loup	Agriculteur		
BONNET	Sylvie	SARL Hôtel l'Hermitage	Restauratrice		
BESSON	Stéphane	GAEC des petites reines	Agriculteur		
RINCKEL	Lucie				
DONZEL	Mickaël / marie-louise	EARL la ferme des Corbassières	Agriculteur		
GERFAUX	Séverine	le rucher des cimes	Apiculteur		
PERRILLAT-MERCEROZ	Séverine	SARL PERIDUP - la F'nire	Commerçant		
VACHERAND	Valérie	Cantine Manigod	Responsable de cantine		
GOBBER	Robert	Maison de la pomme	Bénévole		
LIVEBARDON	Sophie	auberge au cœur des monts - Entremont	Restauratrice		
BASTHARD BOGAIN	Sébastien	GAEC La Ferme de Tremblay - Petit Bornand	Agriculteur		

Légende :

COPIL Saveurs des Aravis

ANNEXE 3 : grilles d'analyse du diagnostic PAT

ANALYSE DU VOLET « PRODUCTION AGRICOLE »

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • un produit "phare" reconnue pour sa qualité : le reblochon • une production fromagère en majorité sous signe de qualité qui permet une bonne rémunération du lait • une agriculture d'élevage ancrée, et en accord avec les contraintes du territoire • organisation des fromages labellisés en filières : permet d'augmenter les moyens mis en œuvre pour structurer et pérenniser l'activité • organisation des filières fromagères qui permet une vente en circuit-court sur le territoire : vente directe, vente chez l'affineur. 	<ul style="list-style-type: none"> • filières d'élevages dominantes, dont des éleveurs ovins double-actif car la taille des exploitations ne permet pas une bonne rentabilité • production fromagère dominante, dépendance externe pour le reste de notre alimentation • peu d'autres filières (apiculture, maraîchage, arboriculture...) • territoire de montagne qui présente des difficultés pour certaines productions (maraîchage) • coût de la vie élevé, qui nécessite d'avoir rapidement un revenu avec son activité agricole • contraintes de nos productions fromagères fermières (transformation plusieurs fois par jour, estive, traite...) • diminution de la main d'œuvre agricole en élevage
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • afflux touristique et augmentation de la population à nourrir (principalement en période hivernale) • implantation de nouveau type d'agriculture qui peuvent servir de modèle (notamment maraîchage en zone de montagne) • forte demande de la restauration pour diversifier notre production et pouvoir acheter en circuits de proximité • peu de concurrence en vente locale sur certains produits (hors fromages) • accompagnement des filières pour améliorer les conditions de travail des agriculteurs • accompagnement des filières pour l'adaptation au changement climatique • accompagnement des instances agricoles pour la reprise d'exploitation (chambre d'agriculture, syndicat) 	<ul style="list-style-type: none"> • l'impact du changement climatique sur nos activités agricoles d'élevage : difficultés d'accès à l'eau en alpage, manque de fourrage, difficultés de fabrication en alpage liées à la chaleur... • prix élevé du foncier lié à l'attractivité du territoire : difficulté pour garder des terres agricoles et trouver de nouveaux terrains • prix élevé des locations lié à l'attractivité du territoire : difficulté à loger les saisonniers pour les emplois agricoles • les difficultés rencontrées pour la transmission des exploitations agricoles (en particulier hors cadre familial lié au coût élevé de la vie) • exploitation et habitation souvent dans le même bâtiment : difficulté pour une repreneur hors cadre familial • attractivité foncière : vente de bâtiment ou de terrain agricole pour de la construction touristique • le coût de réfection des toits en tavaillon au Grand-Bornand • peu de terrains non attribués à l'élevage qui limite la diversification

ANALYSE DU VOLET « SPECIFICITES TERRITORIALES »

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • territoire attractif par ses paysages et ses traditions : le tourisme génère des retombées économiques importantes • stations de ski dites "station-villages" qui vivent toute l'année : besoin de commerces alimentaires permanents • véritable identité agro-pastorale avec des traditions maintenues et une cohésion forte dans le milieu : montées en alpage, fabrication traditionnelle, organisation en filières 	<ul style="list-style-type: none"> • production et vente de reblochon soumis à une forte saisonnalité en lien avec la demande nationale • image touristique construite majoritairement autour d'un produit (fromage) • les alpages sont indispensables pour la pérennité de nos modes d'agriculture (foin en vallée) • l'interdépendance entre le tourisme et le maintien d'une activité agricole pérenne
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • campagne de sensibilisation menées par le SIR pour consommer du reblochon "en toutes saisons" • implication des offices de tourisme, de la CCVT, des syndicats agricoles dans la sensibilisation auprès du grand public sur les conflits d'usage, l'agriculture locale, la préservation des alpages... • forte biodiversité présente sur le territoire dont la préservation dépend en partie des pâturages (ouverture des milieux) • implication des collectivités dans la sauvegarde des unités pastorales (acquisition) • les regroupements en Association Foncière Pastorale permet de mobiliser des subventions publiques pour réaliser des travaux sur les alpages et pourrait accompagner les adaptations nécessaires au changement climatique 	<ul style="list-style-type: none"> • les commerces alimentaires sont en concurrence avec les commerces touristiques dans certaines zones • les variations touristiques (hausse ou baisse) qui influencent la vente directe des fromages locaux • les conflits d'usage entre les activités sportives de pleine nature (VTT, randonnée avec chien) et les activités agricoles • l'impact du changement climatique sur l'agriculture : difficultés d'accès à l'eau en alpage, durée d'estive réduite car manque d'eau/herbe, difficultés de fabrication en alpage liées à la chaleur en bâtiment/cave... • prix du foncier élevé lié à l'attractivité du territoire : difficulté pour garder des terres agricoles et trouver de nouveaux terrains • prix des locations de logement élevé lié à l'attractivité du territoire : difficulté à loger les saisonniers pour les stations, ainsi que les emplois agricoles • la prédation qui complexifie le travail des alpagistes

ANALYSE DU VOLET « RESTAURATION HORS DOMICILE »

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • nombre de cantines en établissements primaires majoritairement avec une gestion directe (8/12) avec des cuisiniers engagés : possibilité de choisir les approvisionnements • partenariats locaux persistants issus d'une ancienne plateforme logistique « MIAM » initiée sur le territoire CCVT entre 2017 et 2019 • réunions entre chefs de cuisiniers initiées entre 2014 et 2016 très appréciées pour échanger entre pairs et proposer des améliorations 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 établissements primaires en gestion concédée avec livraisons froides : pas de possibilité d'agir sur les commandes • logistique de livraison sur certains coins reculés (surtout pour de petites quantités) • approvisionnements en fruits et légumes de proximité difficiles en direct producteurs (-30km) • faible offre de partenaires acceptant de livrer sur le territoire qui conditionne parfois les achats, et leur prix • nécessité pour les grosses cantines d'anticiper les commandes • gestionnaires et cuisiniers parfois isolés dans les petites cantines • la forte demande saisonnière en fromage pour les restaurants • la faible proposition en production biologique (-30km) : difficultés à répondre aux objectifs EGALIM
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • création du nouvel abattoir départemental : pour relancer les circuits-courts de viande locale • présence d'intermédiaires logistiques (petite épicerie, primeur des Aravis) qui facilitent le travail des cuisiniers • présence d'artisans alimentaires hors territoire CCVT (ex : boucherie JARGOT de Faverges) qui acceptent de livrer certains établissements (cantines, restaurants). • le nombre élevé de repas en restauration collective • les prix négociés par les plateformes de grossistes alimentaires • importance croissante du « bien manger local » auprès des convives/clients qui permet de mettre en avant la qualité • la marque et le réseau Saveurs des Aravis qui permet aux restaurants d'afficher leurs engagements auprès des filières locales • la loi EGALIM qui encourage les produits SIQO (comme les fromages du territoire) 	<ul style="list-style-type: none"> • fromage au lait cru majoritaire mais interdit pour les enfants de – 5ans • départ à la retraite de certains cuisiniers en établissement scolaire : risque de passer en prestation de service, perte de savoir-faire et de partenariats • poste de responsable de cantine avec de nombreux rôles (parfois gérer en autonomie) avec une surcharge de travail : gestion/réception des commandes, cuisine, administratif... qui rendent difficiles les changements d'habitudes d'approvisionnements et la réalisation d'autres tâches comme la déclaration EGALIM • augmentation du prix des denrées et risque d'impact sur la qualité des repas servis en établissements scolaires et sur le prix (menace l'accessibilité) • les grossistes alimentaires : attractivité liée à la facilité de gestion, gain de temps pour les responsables de cuisine, mais produits qui parcourent de grandes distances (ex : fromage d'affineur local revendu moins cher via le grossiste que si l'achat était fait en direct) • la loi EGALIM qui encourage le bio au détriment parfois des produits locaux non SIQO

ANALYSE DU VOLET « CONSOMMATION »

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • niveau de vie médian des ménages élevé par rapport aux moyennes nationales mais à nuancer avec le coût élevé des locations immobilières • taux de pauvreté et de précarité faible • territoire dynamique et attractif pour s'y installer : cadre de vie, métiers liés au tourisme, agriculture dynamique, présence d'une grande entreprise (Groupe FOURNIER) ... • des productions agricoles majoritairement fromagères et sous signe de qualité (AOP et IGP) • vente de proximité des productions fromagères : soit via de la vente directe sur la ferme, soit via les affineurs et fromagers du territoire • présence d'une AMAP sur Thônes avec 5 producteurs sur 15 provenant du territoire CCVT 	<ul style="list-style-type: none"> • croissance démographique en baisse : prix du foncier et des locations élevés qui limitent l'installation de nouveaux habitants, voir engendrent le départ de certains • inégalités importantes entre faibles et hauts revenus • prix de l'alimentation plus élevée sur le territoire, corrélée au coût de la vie et à l'attractivité touristique • une seule structure d'aide alimentaire qui reçoit peu de dons des commerces et des producteurs du territoire • peu de production diversifiée (hors production fromagère) sur le territoire pour de la vente locale : certains produits sont achetés en GMS ou chez des revendeurs spécialisés (fruits et légumes) • inégaux répartitions des commerces alimentaires sur le territoire, avec certaines communes sans commerces • pas de priorisation pour les producteurs locaux non abonnés sur les marchés hebdomadaires du territoire • peu d'offre en produits sous label « bio »
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • une population locale en demande de produits de qualité • une initiative de regroupement d'habitants pour centraliser des achats en direct producteurs • une bonne cohésion dans les filières agricoles du territoire qui peut faire émerger et porter des projets • les marchés du territoire qui peuvent faire venir des producteurs extérieurs • présence de jardins familiaux/partagés pouvant offrir à certaines habitants une alimentation plus diversifiée et produite localement 	<ul style="list-style-type: none"> • reste à vivre limité par le coût de la vie élevé et les hausses de prix (logement, énergie...) qui diminue la part de dépense consacrée à l'alimentation • augmentation constante du prix de l'alimentation bien supérieur à l'inflation • population vieillissante • le tourisme conditionne la pérennité de certaines activités économiques et donc le maintien de certains emplois et habitants sur le territoire (hôtellerie, restauration, commerces saisonniers) • concurrence des systèmes mise en place dans les grandes surfaces pour limiter le gaspillage (promotion, panier anti-gaspi via « too good to go ») avec les dons alimentaires auprès du Secours populaire • concurrence de la récupération d'invendus alimentaires pour les animaux (cochons) avec le don alimentaire

ANALYSE DU VOLET « COMMERCIALISATION ET LOGISTIQUE »

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • des productions agricoles majoritairement fromagères et sous signe de qualité (AOP et IGP) • production fromagère suffisante pour alimenter la population locale • système de commercialisation des fromages bien organisé : majoritairement vendus via les affineurs et fromagers du territoire • notoriété importante de notre production fromagère qui répond à une forte demande nationale (voir internationale) : export hors territoire CCVT via les affineurs du territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • faible proposition en fruits/légumes en dehors des GMS ou du primeur : plusieurs intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs • seulement une AMAP pour fournir les fruits/légumes d'un maraicher du territoire • difficultés d'approvisionnement des restaurations collectives (surtout pour de petites quantités) et des restaurants privés en directe des producteurs (hors fromages) • inégaux répartitions des commerces sur le territoire, avec certaines communes sans commerces alimentaires • peu d'offre en produits sous label « bio » • vente directe des fromages en baisse sur le territoire par manque de temps, et parfois de main d'œuvre, que ce soit sur la ferme ou même sur les marchés • majorité de notre production fromagère vendu sur le territoire national via des grossistes alimentaires
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • présence d'un primeur fortement sollicité par la restauration collective et commerciale • livraisons communes entre l'abattoir de Megève et la coopérative de Flumet qui permet d'approvisionner les cantines scolaires et certains restaurants en produits de proximité difficiles à trouver sur le territoire (yaourts et viande) • les marchés du territoire qui peuvent faire venir ponctuellement des producteurs extérieurs • forte demande en fruits/légumes par les particuliers et les professionnels • certains professionnels acceptent de venir livrer des cantines scolaires car ils font un circuit de livraison important et donc rentable (ex : boucherie JARGOT) 	<ul style="list-style-type: none"> • peu de production diversifiée (hors production fromagère) • faible offre de partenaires acceptant de livrer sur le territoire qui conditionne parfois les achats, et leur prix • les commerces alimentaires sont en concurrence avec les commerces touristiques dans certaines zones • les variations touristiques (hausse ou baisse) qui influencent la vente directe des fromages locaux

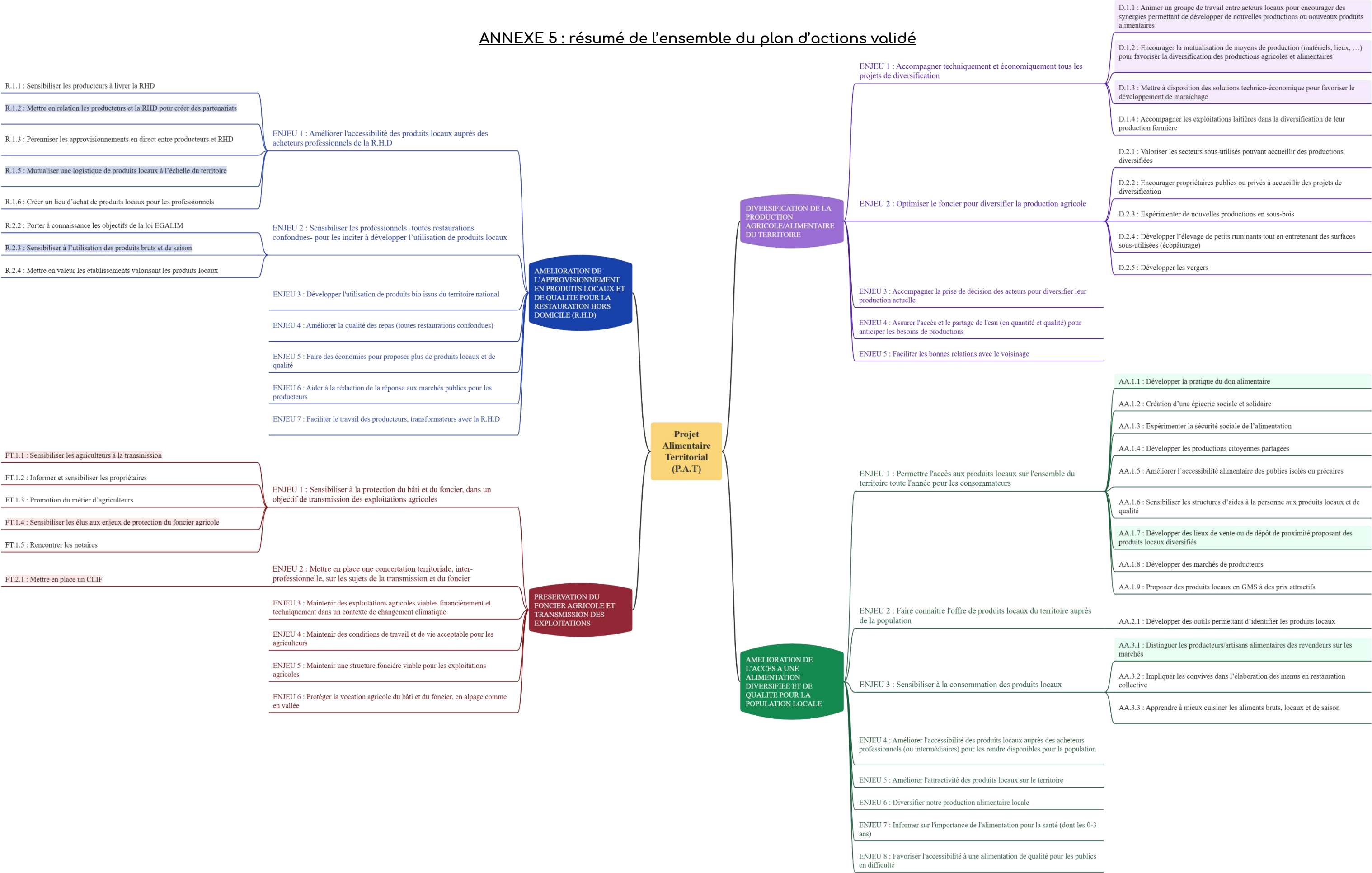
ANALYSE DU VOLET « SENSIBILISATION »

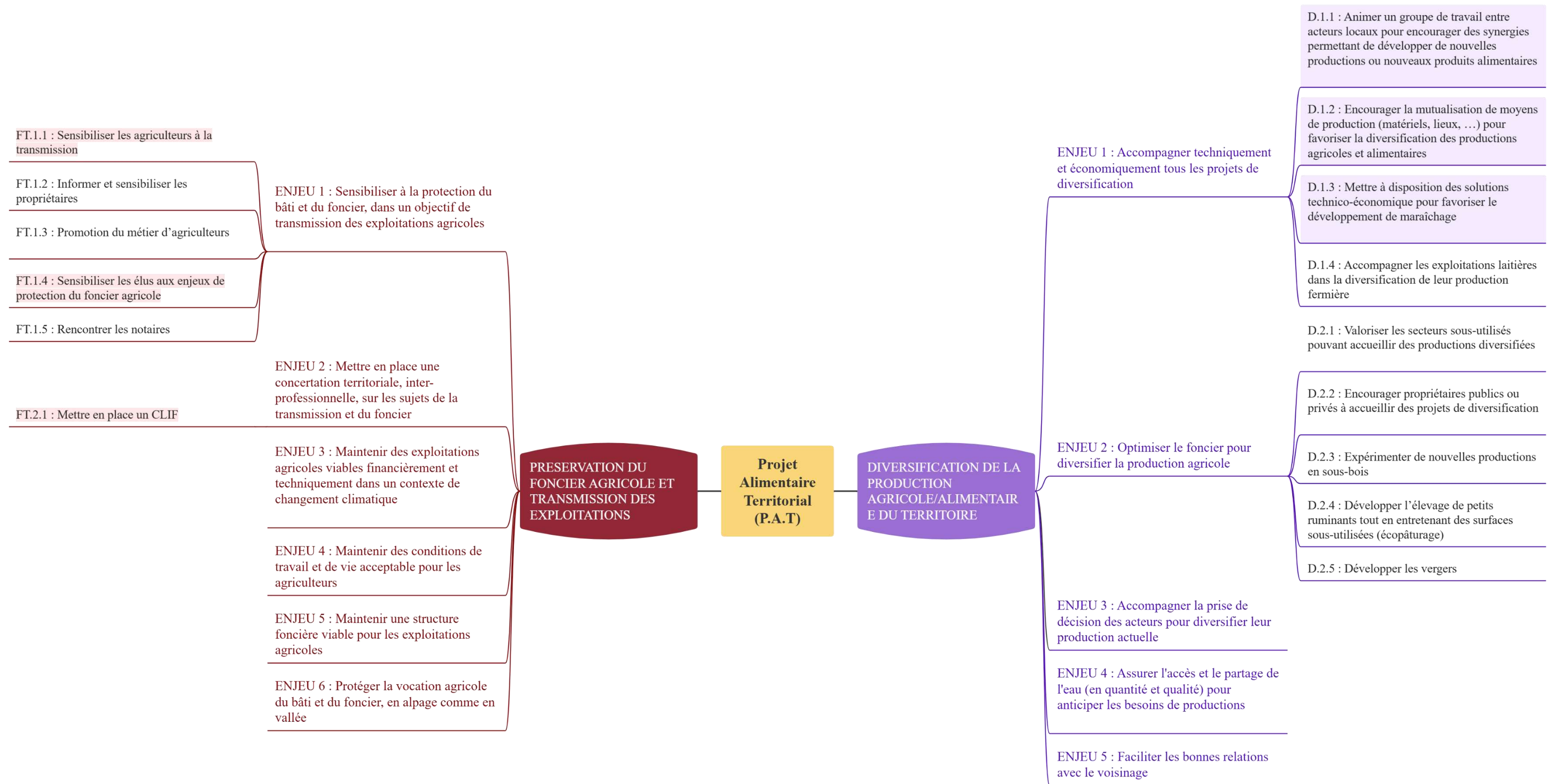
ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • forte identité alimentaire connue de tous : les fromages dont certains emblématiques comme le reblochon et le chevrotin • présence de musées (musée de la pomme et du biscantin, maison du patrimoine, hameau des Alpes) qui abordent certains volets de l'agriculture locale • visites guidées proposées chez certains affineurs • visites guidées proposées par quelques exploitations • les filières labellisées font de nombreuses actions de sensibilisation sur le territoire via une mise en commun des moyens de communication au travers de l'AFTALP : route des fromages de Savoie, Fête des fromages, du reblochon, animation auprès des scolaires... 	<ul style="list-style-type: none"> • manque de connaissance sur les besoins de sensibilisation des publics scolaires, du grand public sur le thème de l'alimentation • lassitude et refus de certains acteurs sur-sollicités pour recevoir du public • les écoles du territoire ne sont pas les plus demandeuses d'animations sur les produits locaux car elles disent connaître des agriculteurs qui peuvent intervenir gratuitement
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • des acteurs locaux impliqués, motivés et fiers de parler de leur métier • implication des offices de tourisme, de la CCVT, des syndicats agricoles dans la sensibilisation auprès du grand public sur les conflits d'usage, l'agriculture locale, la préservation des alpages... • les filières labellisées disposent de moyens pour communiquer sur leur production • le réseau et la marque Saveurs des Aravis qui conduit des actions en lien avec les acteurs du territoire : montées en alpage, repas locaux, et animation dans les écoles • un patrimoine alimentaire marqué qui fait partie intégrante de la découverte du territoire (ex : organismes privés qui proposent des « circuits gastronomiques ») • une activité touristique qui participe activement à la promotion hors territoire de nos produit 	<ul style="list-style-type: none"> • la communication et les actions uniquement à destination de la population touristique • la surimplication des acteurs du monde agricole dans les actions de communication et de promotion du territoire • la méconnaissance du monde agricole et le jugement des pratiques d'élevage

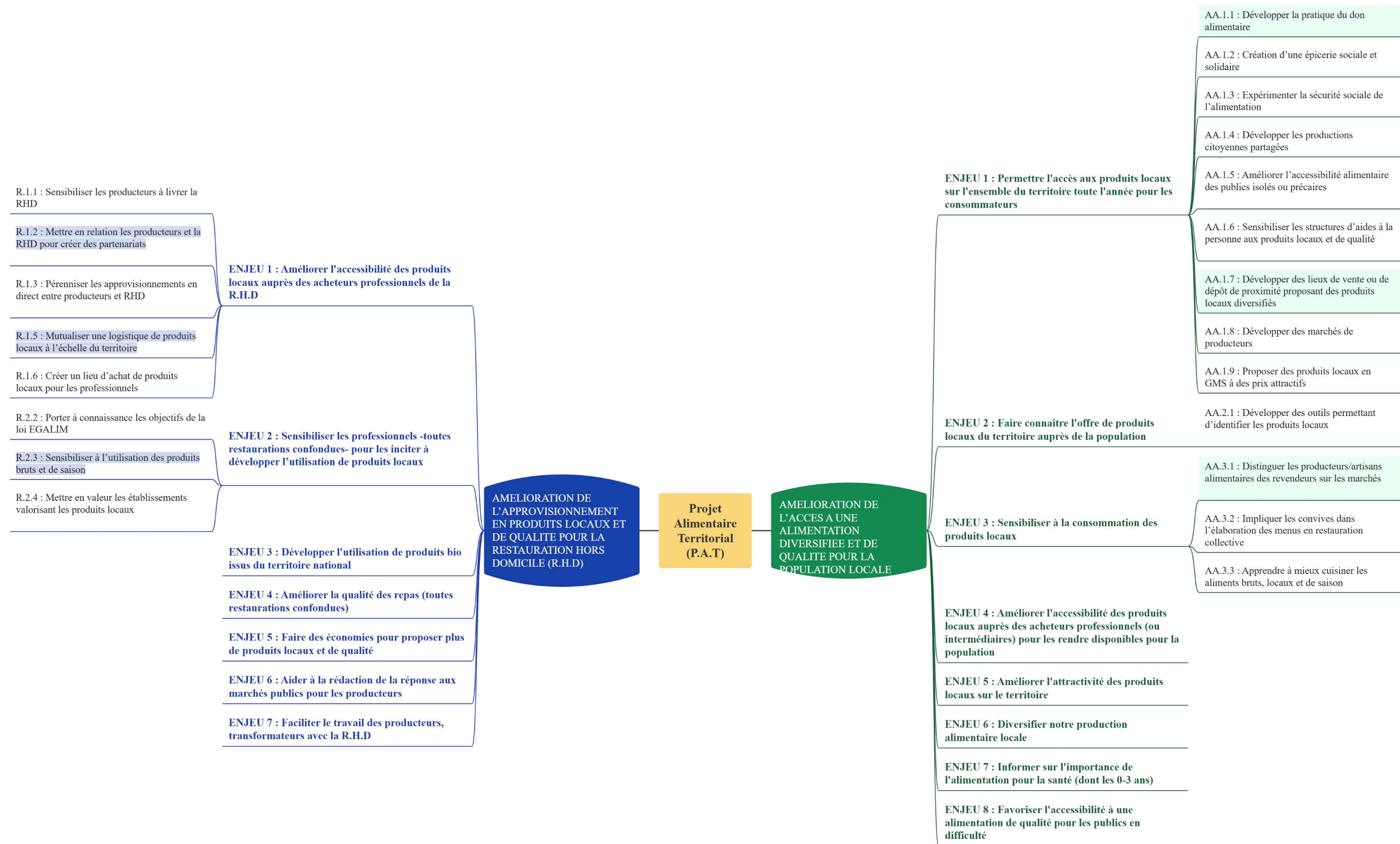
ANNEXE 4 : illustration du « portrait alimentaire » du territoire (version validée de juillet 2025)



ANNEXE 5 : résumé de l'ensemble du plan d'actions validé







N°

FT.1.1

Titre de l'action

Sensibiliser les agriculteurs à anticiper la transmission de leur exploitation

▪ Domaine

▪ Enjeu

Foncier et transmission
Sensibiliser à la protection du bâti et du foncier dans un enjeu de transmission des exploitations agricoles

Maturité de l'action

☐

Nouvelle
Facile à mettre en œuvre

☒

Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐

Existante
A amplifier ou à coordonner

Descriptif

En quoi consiste l'action ?
Aller à la rencontre des agriculteurs qui approchent de l'âge légal de départ à la retraite pour bien exposer les enjeux et les démarches à effectuer en amont de la transmission de leur exploitation.

Objectifs opérationnels

Nous aurons réussi collectivement si ? ...

- Lever les pensées bloquantes
- Avoir une vision des démarches à réaliser et de la manière d'anticiper sa transmission d'exploitation
- Savoir où trouver les informations dont on a besoin et avoir le contact adéquat
- Avoir des exploitations reprenables à l'approche de la retraite, de manière à en favoriser la réussite (c'est à dire qu'une activité agricole perdure dans de bonnes conditions entre cédants et repreneurs)

Difficultés à lever

Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action

- Un public qui ne se projette pas forcément sur l'arrêt d'activité
- Caractère unique de chaque situation rencontrée

<div><div>Porteurs du projet</div><div>CASMB Elus locaux</div></div>	<div><div>Acteurs / Partenaires</div><div>CASMB (lien avec fiche FT2.1 Mettre en place un CLIF), ADEAR, Syndicats de produits MSA, JA, SAFER</div></div>	<div><div>Expertise</div><div>CASMB, SAFER</div></div>	<div><div>Bénéficiaires</div><div>Repreneurs Cédants</div></div>
--	--	--	--

Etapes de réalisation

1. Effectuer une première information technique générale auprès des exploitants sur

- Les étapes de la transmission
- Les points à bien anticiper pour conserver une exploitation transmissible
- La démarche du CLIF
- Les bons contacts

2. Identifier les cédants à rencontrer (lien avec la FA FT2.1.) en priorité

3. Sur la base des objectifs du CLIF, partager un discours et former des binômes élu/CASMB/ADEAR (importance du discours commun)

4. Aller à la rencontre des potentiels cédants en binôme pour

- Compléter la première information et y apporter le vécu, l'expérience du pair
- Porter les messages du CLIF et convaincre les cédants de rentrer dans cette démarche collective si cela est opportun (en lien avec FA FT2.1.).

5. Organiser des rencontres cédants/repreneurs lorsque cela s'avère nécessaire.

Remarque : Lien à faire avec l'action (FA FT1.5 Rencontrer les notaires)

<div><div>Indicateurs</div><div><div><div><div>Suivi</div><div><div>- Nombre de cédants rencontrés</div></div></div><div><div>Résultats</div><div><div>- Nombre de cédants engagés dans une démarche d'anticipation</div><div>- Nombre de transmissions réussies chez les cédants sans perspectives de reprise au départ</div></div></div></div></div></div>		<div><div>Objectifs chiffrés visés :</div></div>
--	--	--

<div><div>Coût estimatif</div><div><div><div><div>Dépenses immatérielles</div><div>Frais de mise à jour, animation</div></div><div><div>Dépenses matérielles</div><div>Impressions de document et envoi de courriers si nécessaires</div></div></div></div></div>		<div><div>Financements et moyens mobilisables</div><div>Public ou Privé</div></div>
---	--	---

Calendrier prévisionnel

Années :	2025	2026	2027	2028	2029
----------	------	------	------	------	------

Positionner les étapes

1

2

3

4

Lien avec une autre action :

- FT1.5 Rencontrer les notaires

- FT 2.1. Mettre en place un Comité Local Installation Foncier

CCVT

COMMUNAUTÉ
DE COMMUNES
DES VALLÉES
DE THÔNES

La Région

Auvergne-Rhône-Alpes

Cofinancé par
l'Union européenne

CHAMBRE
D'AGRICULTURE
SAVOIE MONT-BLANC
73/74

Titre de l'action

N°FT.2.1Titre de l'action


Mettre en place un Comité Local Installation Foncier

▪ Domaine

Foncier et transmission

▪ Enjeu


Mettre en place une concertation territoriale, inter-professionnelle, sur le sujet de la transmission et du foncier

Maturité de l'action

☐NouvelleFacile à mettre en œuvre

☒NouvelleDemandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐ExistanteA amplifier ou à coordonner


 **Descriptif** : En quoi consiste l'action ?

Afin de permettre le renouvellement des générations, mettre en place une instance partenariale (élus locaux, organismes et structures agricoles) à l'échelle de la CCVT qui aura pour objectifs de :





- Partager les enjeux agricoles (foncier, installation, transmission et diversification)
- Réaliser une veille sur l'installation et la transmission.
- Coordonner et décliner des actions à l'échelle locale selon les situations rencontrées

 **Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussi collectivement si ? ...

- Renouveler les générations d'agriculteurs
- Pérenniser les installations
- Améliorer les structures foncières
- Installer en diversification



 **Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action

- Mobilisation et disponibilité de l'ensemble des partenaires
- Confidentialité des données et situations personnelles
- Pression foncière forte avec des enjeux agricoles en concurrence avec l'urbanisation
- Faire prendre conscience à chacun des objectifs et enjeux alimentaires du CLIF
- Adhésion des cédants à une réflexion collective de la cession d'une partie de leur patrimoine
- Echanges réguliers avec le CoPil diversification (lien avec FA D1.1.)

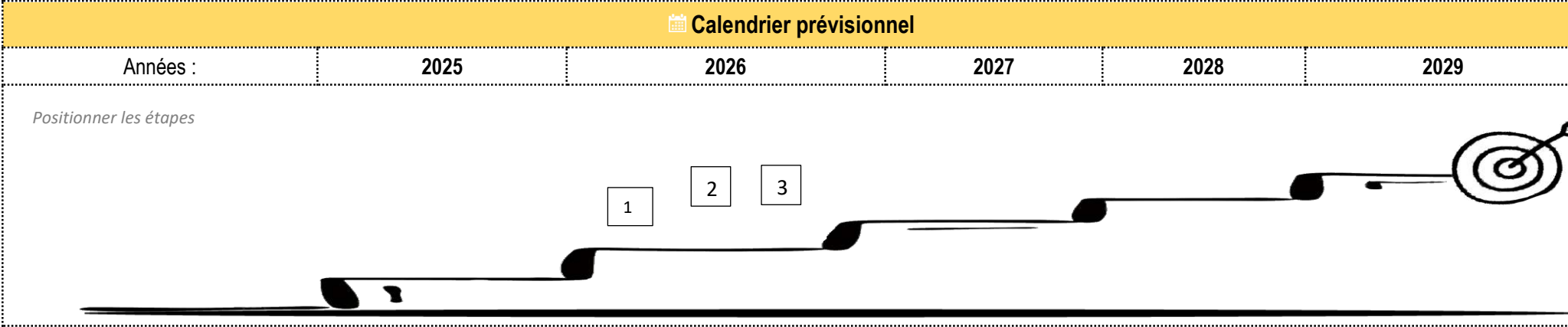
 Porteurs du projet	 Acteurs / Partenaires	 Expertise	 Bénéficiaires
CCVT	CCVT, Elus locaux, Comité Agricole du Pays de Thônes, CASMB, Fédération des propriétaires fonciers, EPF, Terres de lien, Autres Professionnels agricoles, notaires, SAFER, ADEAR Au cas par cas selon les problématiques travaillées, les propriétaires et les exploitants concernés	CASMB	Agriculteurs Agriculteurs cédants Candidats à l'installation

Etapes de réalisation

1. Construction d'un CLIF et d'un projet stratégique partagé
 - Composition, notamment désigner un référent élu et un agriculteur par commune
 - Objectifs
 - Besoins
2. Diagnostic de la situation : des exploitations, de leurs besoins de viabilisation, des potentiels cédants (et du foncier et des problématiques associées), des repreneurs, du foncier disponible, du foncier stratégique
3. Réunions du CLIF pour établir un plan d'actions et déployer des actions à échelle locale, puis assurer un suivi et développer/adapter ses actions

 Indicateurs		 Objectifs chiffrés visés :
Suivi <ul style="list-style-type: none">▪ Nombre de réunions de COPIL organisées▪ Nombre de rencontres avec les cédants réalisées▪ Nombre d'outils déclinés en fonction des situations▪ Nombre d'outils déclinés pour permettre l'installation et la transmission▪ Nombre de cédants accompagnés pour la transmission	Résultats <ul style="list-style-type: none">▪ Nombre de transmissions réussies dans le cadre du CLIF▪ Nombre de porteurs de projets installés▪ Nombre de réorganisations foncières réalisées	

Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables
Dépenses immatérielles Frais d'études ou d'animation	Dépenses matérielles	Public ou Privé



Lien avec une autre action : Toutes les actions FT et D (action structurante pour ces enjeux)

Titre de l'action

Accompagner techniquement et économiquement tous les projets de diversification

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

Ces temps favoriseront aussi une meilleure connaissance des enjeux propres à chaque acteur présent, et pourront permettre d'impulser des dynamiques collectives autour de nouveaux projets.

- S'appuyer sur le réseau Saveurs des Aravis pour favoriser les échanges entre les différents agriculteurs/producteurs et faire émerger les synergies et des projets communs autour de la diversification
- Connaître les possibilités de diversification par le retour d'expériences (en lien avec nos spécificités de montagne)
- Rencontrer de nouveaux porteurs de projets
- Sensibiliser les exploitants aux atouts et contraintes de la diversification

- Temps disponible des acteurs locaux et compatibilité des agendas pour organiser les échanges
- Lever les « à priori » sur la possibilité de diversifier les productions déjà en place, ainsi que les freins sur l'installation de nouvelles productions

Lien avec une autre action :
FA FT2.1 Mettre en place un CLIF
FA D1.3 Favoriser le développement du maraîchage en mettant à disposition des solutions technico-économiques

Titre de l'action

Accompagner techniquement et économiquement tous les projets de diversification

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner



Mettre en place des dispositifs de mutualisation et des moyens de communication en vue de rationaliser les coûts d'investissements en matière de diversification (diversification des produits agricoles bruts ou finis).



- Améliorer la connaissance des dispositifs/matériels/locaux de mutualisation en place ou futurs
- Diminuer les montants d'investissement nécessaires à la diversification sur les exploitations existantes
- Faciliter les nouvelles installations en production diversifiée (lien avec FA D1.3)
- Favoriser la coopération professionnelle

In fine diversifier l'offre en produits locaux en facilitant l'accès à des équipements collectifs (CUMA ou copropriété ou autre) ou qui pourraient le devenir.



- Identifier l'ensemble des professionnels en réflexion sur ce genre de projet
- Pour les porteurs de projets déjà installés, la disponibilité de la main d'œuvre qu'il s'agisse des associés ou main d'œuvre salariée
- Difficultés de la gestion au quotidien des outils collectifs
- Sensibiliser les agriculteurs déjà en place à la diversification (préalable indispensable)

- D 1.1. Animer un groupe de travail entre acteurs locaux pour encourager des synergies permettant de développer de nouvelles productions ou nouveaux produits alimentaires
- D 1.3. Mettre à disposition des solutions technico-éco pour favoriser le maraichage
- FT 2.1. Mettre en place un Comité Local Installation Foncier

N°AA.1.1Titre de l'action


Développer la pratique du don alimentaire

▪ Domaine

▪ Enjeu

Accessibilité alimentaire


Améliorer l'accès aux produits locaux sur l'ensemble du territoire, toute l'année, pour les consommateurs

Maturité de l'action


☒Nouvelle
Facile à mettre en œuvre


☐Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie








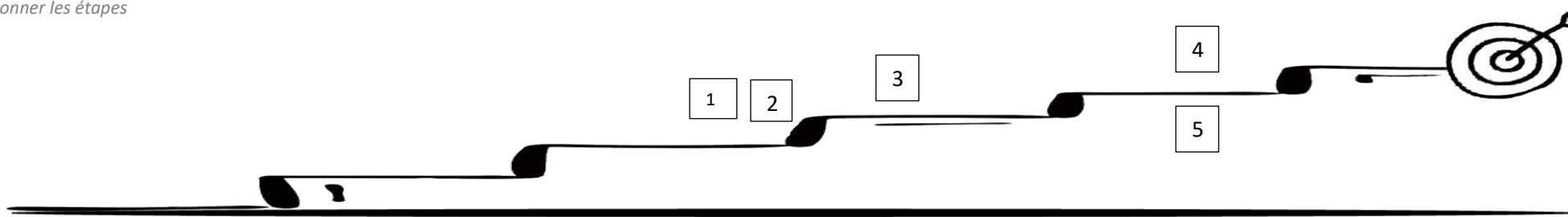
☐Existante
A amplifier ou à coordonner

 **Descriptif** : En quoi consiste l'action ?

Créer un dispositif permettant d'augmenter et de faciliter les dons alimentaires, fait au secours populaire, en produits locaux de qualité et de saison. Il s'agit de renforcer et maintenir les dons existants et de développer les dons des producteurs ou artisans alimentaires du territoire.

-  **Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussi collectivement si ? ...
- Limiter le gaspillage alimentaire et les invendus
 - Permettre d'avoir des denrées alimentaires de saison et de qualité et plus de produits locaux
 - Augmenter les dons alimentaires et diminuer les achats pour soulager le budget du secours populaire
 - Faire connaître les besoins d'aide alimentaire du territoire pour créer des partenariats durables entre les producteurs/distributeurs et l'association d'aide alimentaire

-  **Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- Organiser une distribution physique (besoin de main d'œuvre)
 - Gérer la logistique de récupération et de stockage des marchandises
 - Convaincre les grandes surfaces de participer au dispositif local au détriment des dispositifs type « to good to go » qui maintiennent une rentrée d'argent

 Porteurs du projet CCVT, les communes	 Acteurs / Partenaires Producteurs, secours populaire, commerces alimentaires	 Expertise	 Bénéficiaires Personnes précaires au travers du secours populaire		
Etapes de réalisation <div>1. Réunion pour informer sur les besoins avec les producteurs, les entreprises agroalimentaires, et GMS du territoire ; 2. Recensement des moyens dont dispose le secours populaire pour le stockage et le transport 3. Recensement des types de denrées qui peuvent être potentiellement données 4. Mise en place d'un outil pour informer des dons disponibles : site internet, réseaux sociaux 5. Communication sur l'outils choisi et ses modalités d'utilisation</div>					
 Indicateurs		 Objectifs chiffrés visés :			
Suivi Augmenter le nombre de produits locaux et de qualité fournis sur l'année aux bénéficiaires Augmenter les dons de denrées	Résultats				
Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables			
Dépenses immatérielles Frais animation, frais d'animation	Dépenses matérielles Coût de l'utilisation de l'outils, voir de son développement	Public ou Privé			
 Calendrier prévisionnel					
Années :	2025	2026	2027	2028	2029
<div>Positionner les étapes</div> 					

Lien avec d'autres fiches : AA.1.2 ; AA.1.7

N°AA.1.7Titre de l'action

Développer des lieux de vente ou de dépôt de proximité proposant des produits locaux diversifiés

▪ Domaine

Accessibilité alimentaire

▪ Enjeu

Améliorer l'accès aux produits locaux sur l'ensemble du territoire, toute l'année, pour les consommateurs

Maturité de l'action

☐ Nouvelle
Facile à mettre en œuvre

☒ Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

Descriptif : En quoi consiste l'action ?

Identifier l'opportunité (souhaits des consommateurs / volonté des producteurs) d'implanter des lieux de vente de produits de producteurs en collectif : développement des marchés et/ou créer de nouveaux lieux (marchés de producteurs, magasins de producteurs, AMAP, casiers libre-service) à proximité de lieux de vie pour soutenir la vente des produits locaux. **Diversifier l'offre alimentaire sur le territoire.**

Créer ou développer des lieux de vente directe producteurs – consommateurs qui bénéficieront au plus grand nombre sur une large partie du territoire à l'année.

- Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussi collectivement si ? ...
- Proposer des produits locaux du territoire dans leur diversité dans des lieux de vente à imaginer
 - Permettre un **accès régulier** - toute l'année - et sur des amplitudes horaires accessibles aux actifs
 - Donner accès à ces produits sur l'ensemble du territoire** - en particulier sur les communes ne disposant pas de commerces alimentaires - en adaptant le type de commerce « camion livraisons, point relais, magasin, distributeurs « libre-service »

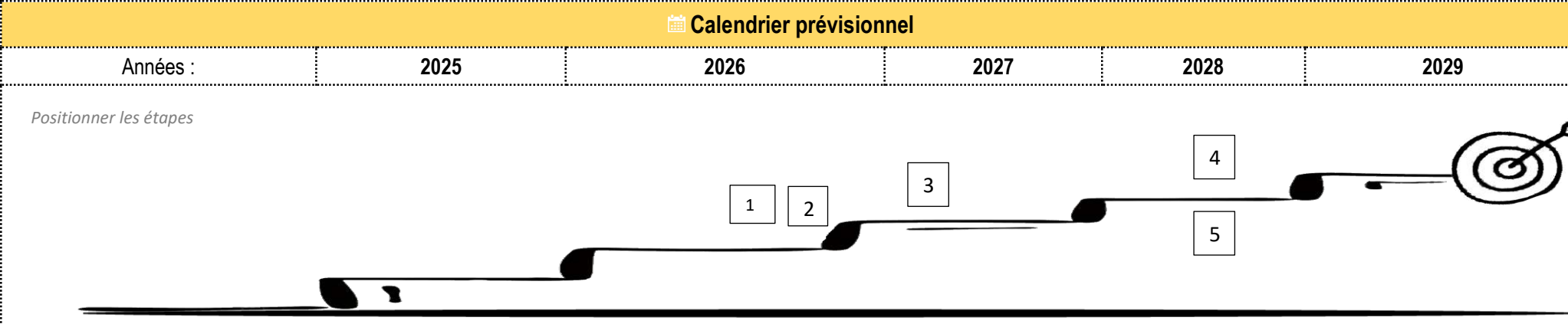
- Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- Avoir suffisamment de producteurs prêts à intégrer ces projets collectifs de vente sur un territoire où il n'y a pas « trop de problèmes » pour écouler les marchandises
 - Des produits d'appel pour les consommateurs comme les fruits et légumes, les produits laitiers frais ou encore la volaille et les œufs peu présents sur le territoire
 - Le temps important à la gestion de ce type de projet (par les producteurs eux même et la main d'œuvre salariale qui sera un coût)
 - La recherche de lieux
 - Être viable financièrement et trouver sa clientèle
 - Maintenir des prix accessibles au plus grand nombre (tous les intermédiaires, charges de gestion augmenteront le prix de base de la vente directe sur les fermes)

Porteurs du projet CCVT, porteurs privés, groupement de producteurs	Acteurs / Partenaires Comité agricole des vallées de Thônes La coopérative, les affineurs ?	Expertise CASMB pour les points de vente collectifs, les distributeurs libre-service, La CCI pour les camions livraison, l'ADDEAR pour les AMAP	Bénéficiaires La population locale et les producteurs Les communes souhaitant revitaliser le commerce
---	--	--	--

- Etapes de réalisation**
- Sonder la volonté et possibilité des communes à mettre en place ces projets
 - Etudier le marché pour l'implantation de ce type de projet par vallée, sous bassin de vie du territoire (où développer le projet)
 - Réalisation d'enquêtes auprès des consommateurs (de la population locale) pour vérifier et quantifier le besoin
 - Choisir le projet : développer davantage l'AMAP actuelle « le panier des Aravis », créer une halle/marché couvert ponctuel ou permanent, avoir un commerce ambulant, développer une ferme gérée en régie, ou un système de livraison à domicile ou encore un magasin de producteurs ?
 - Identifier des porteurs de projets pour les nouveaux lieux, contribuer financièrement à la formation des producteurs et suivre leur accompagnement (l'accompagnement à la mise en place de ces nouveaux lieux sera géré en direct par les producteurs)

Indicateurs		Objectifs chiffrés visés :
Suivi <ul style="list-style-type: none">Nombre de producteurs impliqués (du territoire et hors territoire)Nombre de réponse à une enquête conso	Résultats Nombre de lieux créé sur le territoire	Proposition d'au moins un nouveau lieu de vente en collectif sur les zones urbaines/commerciales (Thônes, Grand Bornand, La Clusaz). Proposition d'une solution de vente sur les zones peu denses commercialement (secteurs Les Clefs le Bouchet ; secteur Dingy Alex ...).

Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables
Dépenses immatérielles Etude implantation et enquête conso 9 000 € HT Animation de groupe de producteurs : 4 500 € HT	Dépenses matérielles Investissement matériel de vente : exemple : Budget d'1 casier libre-service (20 000 € le module chez le Casier Français).	Public ou Privé Les producteurs, s'ils se constituent en association pourraient venir contribuer au financement des investissements matériels nécessaires.



Lien avec une autre fiche :

- AA.1.2 Création d'une épicerie sociale et solidaire
- AA.1.5 Améliorer l'accessibilité alimentaires des publics isolés ou précaires
- R.1.5 Mutualiser une logistique de produits locaux à l'échelle du territoire

N°AA.3.1

Titre de l'action

Favoriser et distinguer les producteurs/artisans alimentaires locaux, des revendeurs sur les marchés

▪ Domaine

▪ Enjeu

Accessibilité alimentaire


Sensibiliser à la consommation de produits locaux

 **Maturité de l'action**


☒ Nouvelle
Facile à mettre en œuvre


☐ Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie








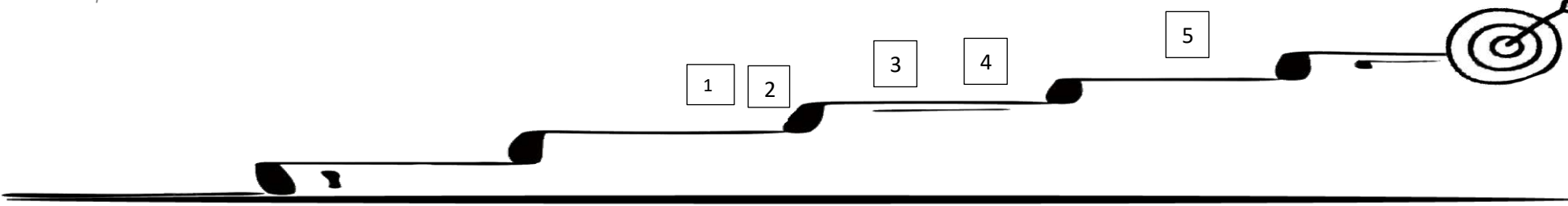
☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

 **Descriptif :** En quoi consiste l'action ?

Avoir un support/visuel unique déployer sur l'ensemble des communes disposant d'un marché (qu'il soit ponctuel ou régulier) qui permet de distinguer producteur ou artisan alimentaire (vente directe) et revendeur, ainsi que d'identifier les produits locaux. Poursuivre la démarche en favorisant au maximum les producteurs/artisans alimentaires du territoire de la CCVT sur les marchés.

-  **Objectifs opérationnels :** Nous aurons réussis collectivement si ? ...
- Déploiement de la démarche sur l'ensemble des marchés du territoire
 - Meilleure compréhension des achats des consommateurs
 - Augmentation des producteurs et artisans alimentaires sur les marchés

-  **Difficultés à lever :** Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- Comment mettre en place une distinction qui n'est pas péjorative pour les revendeurs
 - Définir le terme « local » sur notre territoire

 Porteurs du projet	 Acteurs / Partenaires	 Expertise	 Bénéficiaires		
CCVT	Office de tourisme, mairies (placiers ou police municipale)		Les consommateurs locaux et de passage		
Etapes de réalisation <div><ol style="list-style-type: none">1. Lister l'ensemble des marchés du territoire (ponctuels ou hebdomadaires) et comprendre les modalités de placement (règlement de marché),2. Identifier les producteurs/artisans alimentaires sur chaque marché,3. Echanger avec les communes afin de favoriser les producteurs/artisans alimentaires locaux,4. Choisir et/ou créer un support (voir marque « Ici.C.local », ou affichage en cours de réflexion par la CASMB -porté et financé par le Département 73- qui concerne les producteurs)5. Communiquer auprès des consommateurs du territoire pour faire connaître le support</div>					
 Indicateurs		 Objectifs chiffrés visés :			
Suivi Déploiement du système sur l'ensemble des marchés	Résultats Nombre de lieux créé sur le territoire	Proposition d'au moins un nouveau lieu de vente en collectif sur les zones urbaines/commerciales (Thônes, Grand Bornand, La Clusaz). Proposition d'une solution de vente sur les zones peu denses commercialement (secteurs Les Clefs le Bouchet ; secteur Dingy Alex ...).			
Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables			
Dépenses immatérielles Temps de communication pour faire connaître les étiquettes	Dépenses matérielles Etiquettes produits	Public ou Privé Financement du Département 74 ? (engagement du 73)			
 Calendrier prévisionnel					
Années :	2025	2026	2027	2028	2029
<div>Positionner les étapes</div> <div></div>					

N°R.1.2Titre de l'action

Mettre en relation les producteurs et la Restauration collective (scolaire - médicale) pour créer des partenariats

▪ Domaine

Restauration Hors Domicile

▪ Enjeu

Améliorer l'accessibilité des produits locaux auprès des acheteurs de la Restauration Hors Domicile (RHD)

Maturité de l'action

☒ Nouvelle
Facile à mettre en œuvre

☐ Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

Descriptif : En quoi consiste l'action ?

Animer des rencontres entre producteurs et la demande (cuisiniers). Faire connaître l'offre disponible (opérationnelle) en produits locaux par des supports de type catalogue.

- Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussis collectivement si ? ...
- Créer de nouveaux partenariats producteurs – cuisines de restauration scolaire / de santé
 - 1 support de partage de l'offre disponible mis à jour annuellement avec modalités pratiques de logistique et tarifaire
 - Partage d'expériences entre acheteurs mais aussi entre producteurs livrant les établissements en restauration collective (scolaire et médicale)

- Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- Le manque de producteurs ou de cuisiniers motivés
 - La mise à jour régulière des données

Porteurs du projet La CCVT (pour tous les établissements publics comme privés)	Acteurs / Partenaires La DRAAF ? L'ADEME ? Le comité agricole du Pays de Thônes	Expertise CASMB en partenariat avec l'Adabio pour la partie journée de mise en relation	Bénéficiaires Les établissements en RHD du territoire, mais aussi les producteurs qui en dehors du Reblochon sont parfois en recherche de débouchés
--	--	---	---

Etapes de réalisation

1. Identifier les producteurs souhaitant livrer des établissements de la CCVT (sur le territoire et les territoires voisins pour les productions manquantes) lien avec l'action R.1.1

2. Editer un support avec une fiche descriptive par producteur/fournisseur : gamme détaillés, conditionnement, calendrier de disponibilité, prix, modalités logistique (commande, minimum de commande, livraison, ...)

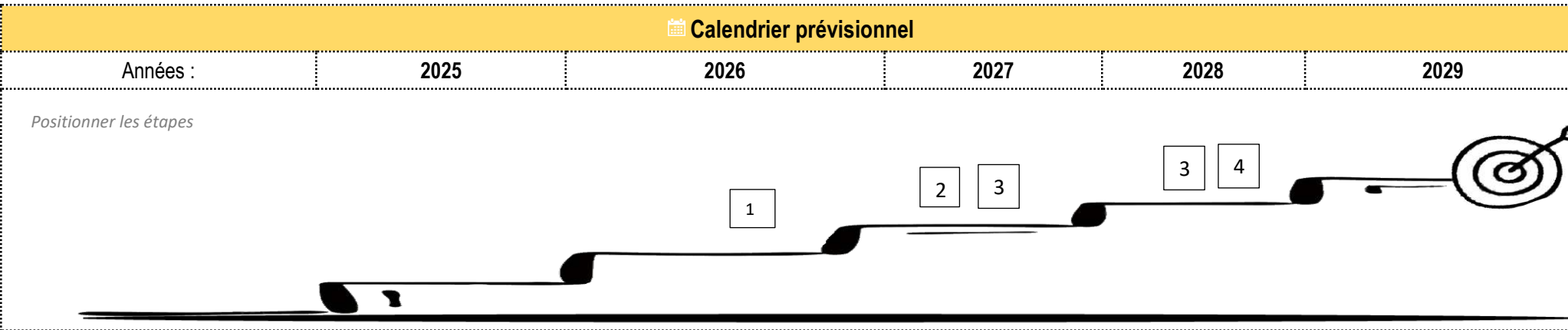
3. Réunir au moins une fois tous les 2 ans les producteurs et les cuisiniers – gestionnaires des établissements dans un établissement en restauration collective du territoire (stand producteurs, conférence sur les sujets liées aux problématiques de la restauration collective, échanges de bonnes pratiques) diffusion du support des producteurs à ce moment :
Le matin : échanges/rencontres entre producteurs et représentants de la restauration collective pour que les cuisiniers et/ou gestionnaires de cantines puissent identifier la diversité de produits du territoire disponible pour la restauration collective.

L'après-midi : une session technique thématique organisée sous format de "conférence - échanges" avec l'ensemble des acteurs de la restauration collective. Cette séquence sera animée par un expert qui présentera le sujet et répondra aux questions. Exemple de thématiques (compréhension d'un système agricole, de l'organisation des exploitations du territoire, la réglementation liée à la fourniture d'un produit fermier en restauration collective, la logistique, la conception d'un menu ...)

4. Mise à jour du support annuellement

Indicateurs		Objectifs chiffrés visés :
Suivi Nombre de producteurs identifiés dans le livret Nombre de participants (fournisseurs et représentant d'établissements de la RHD) à chaque journée organisée	Résultats 1 support publié par an 1 journée bi-annuelle de mise en relation et d'échanges	Une douzaine de producteur dans le livret dont à minima 1 dans la famille Viande, Reblochon, Autres fromages de vache, Fromage de chèvre et de Brebis, Produits laitiers frais, Légumes, Fruits.

Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables
Dépenses immatérielles Frais d'étude, animation, Réalisation du premier support complété soit 6 000 € HT (sourcing + modèle de support + rédaction) Animation d'une journée avec Adabio (première année) : 6750 € HT	Dépenses matérielles Imprimeur Buffet de produits locaux lors de la journée annuelle	Public ou Privé



Lien avec la fiche R.1.1

N°R.1.5Titre de l'action

Mettre en relation les producteurs et la Restauration collective (scolaire - médicale) pour créer des partenariats

▪ Domaine

Restauration Hors Domicile

▪ Enjeu

Améliorer l'accessibilité des produits locaux auprès des acheteurs de la Restauration Hors Domicile (RHD)

Maturité de l'action

☐ Nouvelle
Facile à mettre en œuvre

☒ Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

Descriptif : En quoi consiste l'action ?

Définir un projet logistique pour les Aravis : acteurs engagés, logistique amont (regroupement des produits, collecte, système de commandes...) logistique aval (livraison, facturation...) de produits locaux sur le territoire. Il s'agit de proposer un système logistique construit à partir : du recueil des besoins des acteurs de la demande et des capacités de l'offre sur le territoire alimenté par un benchmark d'expériences réussies. Après cette phase de définition et de dimensionnement, l'objectif sera de définir une organisation qui permettra de gérer les flux d'informations, de matières et financiers tous liés à la logistique. Lien avec la fiche R1.2 : Mettre en relation les producteurs et la RHD pour créer des partenariats.

- Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussis collectivement si ? ...
- Rendre accessible aux acheteurs pro et notamment la RHD l'offre de produits locaux du territoire complétée de fruits et légumes des territoires voisins.
 - Identifier le système logistique adapté et opérationnel pour le territoire de la CCVT
 - Créer un système logistique entre acteurs qui fonctionne de façon autonome dès les premières années

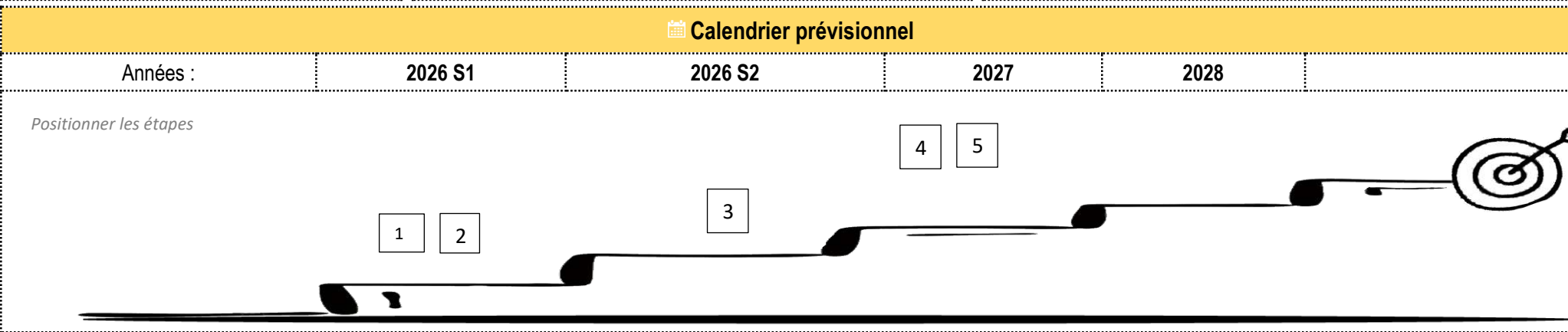
- Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- Une plateforme MIAM a été mise en place mais n'a pas perduré : Remettre en place un système logistique qui fonctionnera.
 - Avoir suffisamment de professionnels qui achèteront des produits locaux régulièrement malgré la différence de prix avec les grossistes
 - Avoir une offre de produits attractive pour la RHD (viandes, fruits et légumes, produits laitiers frais essentiellement), régulière et en volume suffisant
 - Collecter les produits : absence de flux de logistiques passant devant certaines fermes
 - Si le système logistique l'identifie : il faudra avoir un local de stockage (hub logistique) facile d'accès et avec un coût de location « raisonnable »

Porteurs du projet	Acteurs / Partenaires	Expertise	Bénéficiaires
La CCVT	A identifier	La Charrette Chambre d'agriculture SMB Chambre du commerces et d'Industrie 74	Les établissements en RHD (scolaires, de santé) les restaurations commerciales, les artisans, les commerçants

- Etapes de réalisation**
1. Préalable : Recueil de la demande (volumes et fréquence de commandes et besoins logistiques). + Enquêtes auprès des producteurs commercialisant sur le territoire pour vérifier leur intérêt pour la démarche et identifier leur besoin logistique (livraison, stockage, commande...)
 2. Analyse de l'échec de la plateforme MIAM + benchmark de plateforme ayant un objectif similaire pour identifier plusieurs possibilités de fonctionnement
 3. Identifier les acteurs de la logistique (acheteurs, transporteurs, grossistes, industriels, RHD) et les producteurs ou collectifs de producteurs du territoire avec l'aide de la CCI
 4. Aider la CCVT et ces partenaires PAT à définir leur projet logistique (recueil d'expériences, atouts, inconvénients...)
 5. Mettre en œuvre la solution logistique retenue par la CCVT

Indicateurs	Objectifs chiffrés visés :
<div>Suivi Nombre d'acteurs intéressés (offre et demande) pour participer à la phase d'émergence de définition d'un projet logistique</div>	<div>Résultats Identifier un projet logistique concerté</div>

Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables
Dépenses immatérielles	Dépenses matérielles	Public ou Privé
Frais d'étude, animation, Préalable : recueil de besoins, dimensionnement et benchmark 20 000 et 25 000 € HT		



Lien avec la fiche R1.2 sur le diagnostic préalable pouvant être en commun

N°R.2.3Titre de l'action

Sensibiliser à l'utilisation des produits bruts et de saison

▪ Domaine

▪ Enjeu

Restauration Hors Domicile
Sensibiliser les professionnels – toutes restaurations confondues – pour les inciter à développer l'utilisation des produits locaux

Maturité de l'action

☒ Nouvelle
Facile à mettre en œuvre

☐ Nouvelle
Demandant beaucoup d'effort et d'énergie

☐ Existante
A amplifier ou à coordonner

Descriptif : En quoi consiste l'action ?

Proposer des outils (fiches, webinaires, cours, ...) dont l'objectif sera de développer l'utilisation des produits locaux et de saison et d'apprendre à les cuisiner à partir de leur version brut (légumes frais, viande à cuisiner, protéines végétales en développement sur les pays de Savoie).

- Objectifs opérationnels** : Nous aurons réussis collectivement si ? ...
- Les achats de produits locaux proposés sur le territoire notamment la viande (bovine ou d'agneau) et les légumes se développent en RHD collective (scolaire et EMS) et dans la restauration traditionnelle
 - Sensibiliser à la loi Egalim

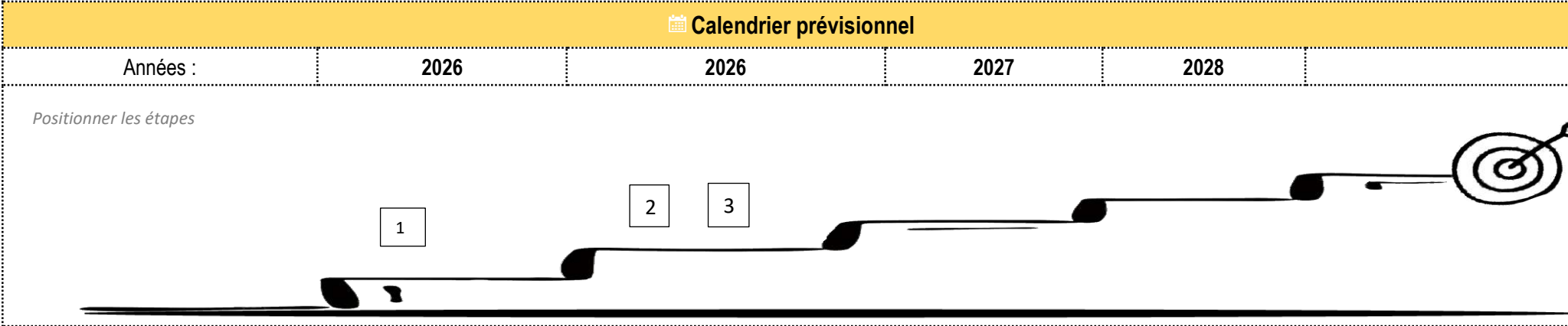
- Difficultés à lever** : Qu'est ce qui pourrait freiner la mise en place de l'action
- La main d'œuvre nécessaire pour travailler les produits bruts
 - Les équipements pour travailler les produits bruts dans les cuisines
 - Manque de volume de viande bovine, porcine et ovine disponible et de légumes sur le territoire / absence de viande de volaille et de fruits.

Porteurs du projet La CCVT	Acteurs / Partenaires Saveurs des Aravis	Expertise L'ADABIO	Bénéficiaires Les établissements en RHD et les producteurs
--------------------------------------	--	------------------------------	--

- Etapes de réalisation**
- Action de sensibilisation à la cuisine de produits bruts et de saison pour donner de nouvelles options dans la manière de cuisiner,
 - Proposer des cours de cuisine avec les produits locaux proposés au territoire
 - Action de sensibilisation à l'intérêt d'utiliser des produits bio, des protéines végétales en alternative ponctuelle à l'utilisation de viande

Indicateurs		Objectifs chiffrés visés :
Suivi Nombre de cuisiniers ou gestionnaire formés	Résultats	1 session de formation minimum 1 cours de cuisine par an 2 actions de sensibilisation par an pendant 3 ans

Coût estimatif		Financements et moyens mobilisables
Dépenses immatérielles Frais d'étude, animation, 7 000 € environ	Dépenses matérielles Outils pédagogiques : 1 000 €	Public ou Privé



Lien à faire avec la fiche D1.1

LEXIQUE

- CCVT : Communauté de Communes des Vallées de Thônes
- PAT : Projet Alimentaire Territorial
- COPIL : Comité de Pilotage
- SDA : Saveurs des Aravis (réseau/association)
- CASMB : Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc
- CCI : Chambre de Commerce et d'Industrie
- CMA : Chambre des Métiers et de l'Artisanat
- MSA : Mutuelle Sociale Agricole
- AFTALP : Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes
- UPRF : Union des Producteurs de Reblochon Fermier
- ADABIO : Association pour le Développement de l'Agriculture Biologique
- ADDEAR : Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural
- SAFER : Société d'Aménagement Foncier et d'Établissement Rural
- FEADER : Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
- PCAET : Plan Climat Air Énergie Territorial
- RHD : Restauration Hors Domicile
- CLIF : Comité Local à l'Installation et Foncier
- AOP : Appellation d'Origine Protégée
- IGP : Indication Géographique Protégée
- RGA : Recensement Général Agricole