

MANGER MIEUX, BON ET BIEN EN PYRENEES CATALANES

Diagnostic territorial partagé sur l'alimentation

Septembre 2019



PROGRAMME NATIONAL
POUR L'ALIMENTATION
**NOTRE MODÈLE
A DE L'AVENIR**

Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

PRÉFET
DE LA RÉGION
OCCITANIE



Association Chemin Faisant
Prévention santé en montagne catalane

Document réalisé par le collectif Res'Pyrem, réseau pyrénéen de développement collaboratif, dans le cadre du projet « Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes », lauréat 2017 du Programme National pour l'Alimentation, co-financé par la DRAAF Occitanie et l'Adème.

Le programme Leader Terres Romanes en Pays Catalan a co-financé la réalisation du diagnostic partagé sur l'alimentation sur le territoire Cerdagne Capcir Haut Conflent, avec la DRAAF Occitanie et l'Association Chemin Faisant.

L'Association Chemin Faisant porte et coordonne le projet « Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes » et a géré le diagnostic dans le cadre du programme Leader.

Tercia consultants, bureau d'étude indépendant, a accompagné le réseau ResPyrem pour la réalisation du diagnostic.

L'antenne CCI de Saillagouse a apporté son appui au diagnostic à travers le projet CCI Pirineus Med pour la réalisation d'enquêtes sur l'espace transfrontalier (programme européen transfrontalier POCTEFA financé par le FEDER).

ResPyrem est le collectif des 4 partenaires à l'origine de cette dynamique, l'association Chemin Faisant, l'association RépliqueS66, EFormadis et la CCI des Pyrénées Orientales

Table des matières

Les principaux messages à retenir du diagnostic	1
1. Pourquoi un diagnostic sur l'alimentation en Cerdagne ?	3
2. Le diagnostic apporte des réponses à quatre questions.....	6
2.1 Quels sont les freins qui limitent l'accès des habitants et des visiteurs à une alimentation bonne pour la santé, locale et de qualité ?	6
2.2 Quelles réponses les acteurs de l'alimentation apportent-ils déjà pour assurer la disponibilité de l'alimentation sur le territoire?	10
2.3 Quelles opportunités pour une alimentation plus durable sur notre territoire de montagne de par sa vocation santé, tourisme et énergies renouvelables, et quelles « menaces » ?.....	16
2.4 Quelles sont les spécificités du patrimoine catalan en matière d'alimentation ?	19
3. Pistes pour le projet en cours et pour l'avenir	21
3.1 Les actions du projet	21
3.2 La stratégie du projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes	22
Annexe 1 – Les participants au diagnostic.....	25
Annexe 2 – Méthodologie du diagnostic	26
Approche	26
Champ de l'analyse.....	27
Outils d'observation	27
Limites	28
Annexe 3 – Données statistiques mobilisées.....	29
Population et logements	29
Chiffre d'affaires de l'alimentation	30
Annexe 4 – Résultats de l'enquête.....	31
Panel des participants à l'enquête	31
Enquête consommateurs	32
Enquête professionnels	34

Avant-propos

Le projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes propose aux acteurs de l'alimentation en Cerdagne, Capcir et Haut-Conflent, élus et services des collectivités, entreprises, associations et consommateurs, d'agir en réseau pour une alimentation de proximité, bonne pour la santé et accessible à tous.

Le collectif ResPyrem, à l'initiative du projet, a conduit en 2018 un diagnostic partagé de l'alimentation sur notre territoire.

Cette étape est un moment clef pour la poursuite des actions, la mobilisation des acteurs, pour enclencher l'évolution du système alimentaire vers plus de durabilité et associer l'ensemble des parties prenantes.

Le diagnostic partagé est le support pour la mise en place d'un Projet Alimentaire Territorial, qui permet d'installer une véritable gouvernance alimentaire locale, intégrant les diverses politiques territoriales au sein d'un projet fédérateur, et ainsi d'engager une réelle politique alimentaire qui réponde aux enjeux et besoins spécifiques du territoire.

Nous en présentons les résultats dans ce document. Les annexes apportent des précisions relatives à la méthode et aux données quantitatives.

Nous remercions les participants au diagnostic et aux réunions de l'instance territoriale, lieu de réflexion de ce réseau d'acteurs.

Nous invitons tous les acteurs de l'alimentation sur le territoire à se saisir des résultats du diagnostic et à en diffuser les messages autour d'eux.

Le diagnostic confirme qu'une alimentation de proximité, bonne pour la santé et accessible à tous est un facteur de développement économique durable sur notre territoire.

Nous vous donnons rendez-vous autour des initiatives, en cours et nouvelles, qui seront entreprises afin de soutenir le développement de cette alimentation.

Jacqueline ARMENGOU
Présidente de l'Association Chemin Faisant

Les principaux messages à retenir du diagnostic

Le système alimentaire du territoire formé par la Cerdagne, le Capcir et le Haut Conflent présente une forte identité, associant produits de l'élevage et fruits et légumes.

Les consommateurs, habitant sur notre territoire ou y séjournant, recherchent pour une part significative d'entre eux une alimentation bonne pour la santé et locale. Les établissements de santé et de formation, particulièrement nombreux sur le territoire, renforcent cette demande.

Ensemble, ils démontrent qu'il est possible de résider sur un territoire de montagne spécialisé en élevage herbager, d'y étudier, de s'y soigner ou d'y venir en vacances en ayant accès à une alimentation équilibrée, faisant une large part aux fruits et légumes, produite localement ou sur des territoires proches.

La culture alimentaire de la Montagne catalane est un facteur de lien social. Le savoir-faire du territoire en charcuterie et fromages est apprécié mais il brouille l'image de cette culture alimentaire équilibrée.

L'alimentation locale durable est une opportunité pour l'identité « sport et santé » du territoire ; la poursuite de cette orientation se fera en lien avec les territoires voisins.

Les consommateurs, ainsi que les collectivités et les centres de formation, ont de nouvelles demandes diversifiées. L'alimentation durable est ainsi porteuse de création d'activités, à une échelle adaptée aux entreprises du territoire, qui sont principalement de très petites entreprises.

Il existe des opportunités de synergies transfrontalières, que les initiatives de la Catalogne espagnole en matière d'alimentation « sport et santé » viennent renforcer. Les échanges avec les territoires voisins en Occitanie méritent tout autant l'attention des acteurs locaux, et en priorité ceux avec le littoral.

En effet le territoire est dans une position marginale dans les circuits d'approvisionnement. Il est principalement approvisionné de l'extérieur, y compris pour la viande. Les décisions qui orientent l'approvisionnement en fruits et légumes, en viande bovine et en produits bio se prennent et se prendront hors du territoire, et principalement sur le littoral.

Des obstacles sont présents pour aller plus loin, ils peuvent être surmontés.

Les consommateurs rencontrent des obstacles de deux types. D'une part, la demande touristique est surdéterminante dans les chaînes d'approvisionnement. Les prix de la saison estivale et des produits bio sont élevés, et le choix est insuffisant hors saison estivale. D'autre part, les consommateurs combinent les offres de plusieurs lieux de commercialisation, et se déplacent donc beaucoup sur le territoire. Cette diversité de l'offre est appréciable mais elle contribue à renchérir le coût de l'alimentation.

Les professionnels répondent aux profils variés des consommateurs. Les agriculteurs du territoire pratiquent déjà largement une commercialisation locale, complémentaire de leur spécialisation en élevage herbager.

L'approvisionnement en légumes et fruits reste difficile, et d'autant plus pour les produits issus de l'agriculture biologique. Chaque professionnel a développé un savoir-faire et des solutions qui lui sont propres pour assurer la logistique de son activité.

Les professionnels de l'alimentation sont nombreux parmi les entreprises du territoire signataires de la charte éco-exemplaire mais ils mettent rarement en avant cette charte.

Ce mode d'organisation, s'il n'évolue pas, limitera l'accès des professionnels aux nouvelles opportunités apportées par la demande des consommateurs. Les échanges d'information entre entreprises sont limités. L'insertion dans les chaînes alimentaires fait appel à de nouvelles compétences dans le champ du numérique, compétences actuellement insuffisamment présentes. Le risque d'un recours dispersé à l'e-commerce, tant par les consommateurs que par les professionnels, est bien présent. Il entraînerait un bilan carbone très défavorable.

Trois enjeux prioritaires ressortent pour poursuivre le développement d'une alimentation bonne pour la santé et facteur de transition écologique.

Premièrement, l'effort en cours sur le territoire de sensibilisation à l'alimentation locale et durable est à élargir. Il s'agit de s'adresser non seulement aux jeunes enfants, mais aussi plus largement aux habitants et aux visiteurs. Ceci passe par des échanges directs entre consommateurs et agriculteurs. Les jardins sont un autre moyen de sensibilisation. Les publics défavorisés, sur le territoire et dans les grandes villes proches, sont un public cible spécifique à prendre mieux en compte.

Deuxièmement, de nouveaux outils et compétences pour l'approvisionnement en produits locaux sont à développer. Les acteurs de l'alimentation sur le territoire ont besoin de plus de collaborations entre eux et de nouveaux outils numériques. La lutte contre le gaspillage alimentaire reste d'actualité. Pour les agriculteurs, il importe de favoriser l'accès au foncier pour de nouveaux projets. Des expériences innovantes de petites productions végétales sont attendues.

Enfin, la construction d'un réseau humain est à poursuivre. Une communication active, avec l'appui des acteurs institutionnels, permettra de renforcer l'identité « sport et santé » du territoire, en lien avec les projets alimentaires territoriaux d'autres territoires de la région Occitanie.

La poursuite du développement d'une alimentation locale et bonne pour la santé invite la participation de tous les acteurs.

Elus, associations, professionnels et consommateurs : l'effort en cours de développement d'un réseau de proximité est à poursuivre. Les agriculteurs ont toute leur place dans ce réseau, de même que de nouveaux acteurs tels que les professionnels du numérique.

Les acteurs institutionnels – Communautés de Communes, Parc naturel régional des Pyrénées catalanes, Chambre d'agriculture, Chambre du Commerce et de l'Industrie, Chambre des métiers et de l'artisanat, Département et Région – sont eux aussi directement concernés.

1. Pourquoi un diagnostic sur l'alimentation en Cerdagne ?

Le projet « Manger mieux, bon, bien en Pyrénées Catalanes »

Les partenaires du collectif ResPyrem ont initié la mise en place d'un Projet Alimentaire Territorial à travers le projet « Manger mieux, bon, bien en Pyrénées Catalanes » en 2016. Ce projet se déroule sur le territoire des communautés de communes Pyrénées Cerdagne et Pyrénées Catalanes et, de par la situation particulière du territoire, sur l'espace transfrontalier de la Catalogne.

L'intérêt et la pertinence du projet ont été reconnus au niveau national en 2018 par le Ministère de l'agriculture et de l'alimentation et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, par la remise d'un prix dans le cadre du Programme National pour l'Alimentation (PNA), dans la catégorie « projets de territoire ».

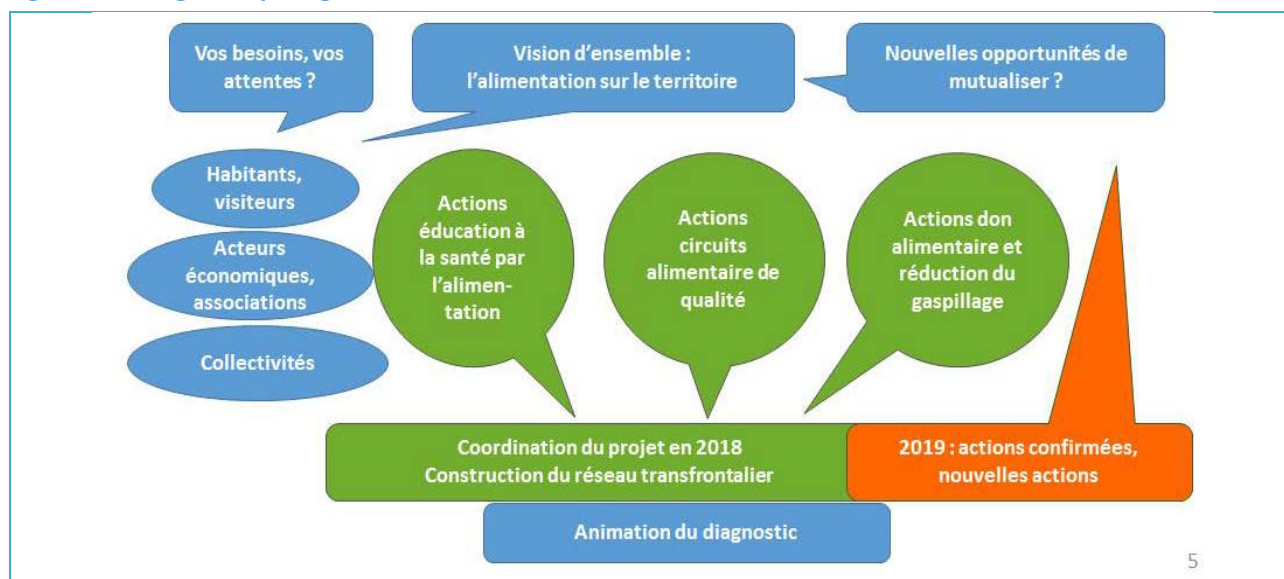
A travers ce projet, le collectif Respyrem propose aux habitants et aux professionnels du territoire des **activités créatrices de liens autour de l'alimentation de proximité, bonne pour la santé et accessible à tous**.

Ceci passe par la construction d'un réseau d'acteurs, l'animation d'actions d'éducation à la santé par l'alimentation. Ils mettent également en contact les professionnels du territoire et des territoires voisins, pour des circuits alimentaires de proximité et la valorisation des produits locaux de qualité. Ils mènent des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire et une réflexion sur le don alimentaire. Tous ces axes sont aussi travaillés dans des dynamiques de coopérations transfrontalières.

2018, l'année du diagnostic territorial partagé sur l'alimentation

En 2018, un diagnostic partagé sur l'alimentation a été conduit afin de préparer une **nouvelle étape du projet** alimentaire territorial, comme le présente le schéma suivant :

Figure 1. Le diagnostic partagé sur l'alimentation



En bleu : le diagnostic. En vert : actions du projet en cours en 2018. En orange : actions du projet en 2019.

Le diagnostic a été conçu pour répondre à trois objectifs précis :

- mieux connaître les acteurs, leurs besoins et leurs attentes ;
- donner une vision d'ensemble aux acteurs concernés par l'alimentation sur le territoire ;
- identifier de nouvelles opportunités de mutualiser autour des liens entre l'alimentation et le territoire.

Les professionnels et les consommateurs ont largement participé

Le diagnostic a été lancé dans le cadre du programme Leader « Terres romanes en Pyrénées Catalanes » que le Parc Naturel Régional Pyrénées Catalanes anime. Dans l'esprit du programme Leader, les acteurs locaux ont contribué activement à la réalisation du diagnostic.

Plus de 300 personnes intervenant dans une structure concernée par l'alimentation sur le territoire ont été répertoriées dans le cadre du diagnostic et ont été invitées à participer. Il s'agit d'un nombre de personnes important, qui montre le **caractère transversal et créateur de liens de la thématique de l'alimentation**.

Tableau 1. Les acteurs de l'alimentation sur le territoire

Catégorie d'acteurs	Nombre de personnes
Communes, communautés de communes, Parc naturel régional, Département, Région, institutions finançant l'alimentation durable	80
Associations et chambres consulaires	54
Hébergeurs et autres acteurs du tourisme	54
Producteurs agricoles et agroalimentaires	32
Santé et médicosocial	30
Restaurateurs, traiteurs	21
Enseignement et accueil petite enfance	17
Commerces et logistique	7
Autres entreprises (1)	32
Ensemble des acteurs répertoriés	327

Ce tableau dénombre les personnes répertoriées et non les structures. Dans certaines catégories, notamment l'agriculture et les commerces, seule une partie des structures ont été répertoriées. (1) : seule une adresse mail personnelle était disponible.

Le diagnostic croise informations qualitatives et données quantitatives, de la façon suivante :

Encadré 1. Les activités du diagnostic

Deux séances de l'instance de concertation territoriale (26 juin et 11 décembre).

17 entretiens auprès des professionnels (élus, professionnels, agriculteurs et associations).

Enquêtes auprès de 145 consommateurs (résidents permanents et secondaires) et 80 professionnels (élus, professionnels de l'alimentation, agriculteurs et associations), diffusées via courrier électronique, sur les réseaux sociaux et via un questionnaire papier.

Observation de 17 lieux de commercialisation sur le territoire (supermarchés, magasins, marchés) et échanges avec leurs gérants et clients.

Comparaison avec le diagnostic conduit en parallèle en Cerdanya espagnole : 11 entretiens avec des professionnels et/ ou observations de lieu de commercialisation.

Analyse des données statistiques (population, agriculture).

Voir l'annexe 1 pour la liste des participants, l'annexe 2 pour le détail de la méthodologie.

Le diagnostic **répond successivement à 5 questions** (annexe 2). Les résultats sont présentés successivement pour chacune de ces questions :

- Quels sont les freins qui limitent l'accès des habitants et des visiteurs à une alimentation bonne pour la santé, locale et de qualité ?
- Quelles réponses les acteurs de l'alimentation apportent-ils déjà pour assurer la disponibilité de l'alimentation sur le territoire ?
- Quelles opportunités pour une alimentation plus durable sur notre territoire de montagne de par sa vocation santé, tourisme et énergies renouvelables, et quelles « menaces » ?
- Quelles sont les spécificités du patrimoine catalan en matière d'alimentation ?
- Quelles actions concrètes conduire via le projet alimentaire territorial, et avec qui ?

Au cours de deux réunions de l'instance de concertation territoriale du projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes, qui est le réseau de l'alimentation locale et bonne pour la santé, les acteurs du territoire ont échangé sur le contexte du diagnostic puis sur ses résultats. Ceci a permis de préciser les actions prévues en 2019 dans le cadre du projet et de lancer de nouvelles idées pour le plus long terme.

2. Le diagnostic apporte des réponses à quatre questions

2.1 Quels sont les freins qui limitent l'accès des habitants et des visiteurs à une alimentation bonne pour la santé, locale et de qualité ?

La première question du diagnostic a pour angle d'entrée les consommateurs, leurs attentes et leurs comportements en matière d'alimentation.

Les consommateurs ont des profils variés et des attentes contrastées

La Cerdagne, le Capcir et le Haut Conflent forment un territoire de montagne peu peuplé, tourné vers le tourisme et l'accueil. La population permanente, environ 15 000 habitants, ne constitue que 3% de la population du département des Pyrénées-Orientales. Les consommateurs sont particulièrement diversifiés.

Outre les habitants permanents, les consommateurs sur le territoire sont les résidents secondaires, les touristes de la saison de ski et ceux de la saison estivale, pour partie catalans espagnols, les stagiaires et étudiants qui sont en partie orientés vers des études sportives, et les publics accueillis dans les établissements de santé, les centres médicosociaux et les établissements pour personnes âgées.

Les résidences secondaires représentent 60% des logements sur la moitié Ouest du territoire (Communauté de communes Pyrénées Cerdagne), 80% sur la moitié Est (Communauté de communes Pyrénées Catalanes). Une partie des résidents secondaires vient sur le territoire en vacances, une autre pour de longs séjours, pour bénéficier de l'environnement sain du territoire.

Une part importante des consommateurs sont ainsi présents sur le territoire pour des raisons de santé et/ou pour des activités sportives. C'est une spécificité de ce territoire de montagne.

Encadré 2. La consommation alimentaire sur le territoire : chiffres clés

Population

15 000 résidents permanents

9 000 équivalents temps plein tourisme

1 150 places ou lits en établissement médical ou médicosocial

400 équivalents temps plein stages pour sportifs et pensionnaires établissements scolaires

Environ 200 000 touristes d'excursion (estimation).

Détail des estimations : annexe 3.

Les comportements alimentaires des consommateurs sont eux aussi diversifiés. Selon l'enquête et les entretiens, les touristes catalans espagnols, les personnes plus âgées et les résidents secondaires ont en commun d'être plus **demandeurs de produits locaux et traditionnels**.

Inversement, **un public plus tourné vers une alimentation bonne pour la santé**, avec des produits frais locaux, des légumes, des fruits et du bio est bien présent sur le territoire.

Les habitants permanents, surtout les plus jeunes, les pratiquants d'activités sportives de pleine nature, nombreux en été, et la clientèle des restaurants ont en commun cette demande.

Enfin, **un troisième public** est comme le premier **moins demandeur** d’une alimentation de qualité et bonne pour la santé, et peu en demande de produits locaux. Il regroupe d’une part les touristes de la saison hivernale, d’autre part les saisonniers et les publics fragiles. Les publics fragiles, peu nombreux, sont des résidents permanents, et pour partie des publics accueillis dans les centres médico ou médicosociaux en moyen et long séjour. Ce sont ceux dont les attentes en matière d’alimentation sont les moins bien connues des professionnels.

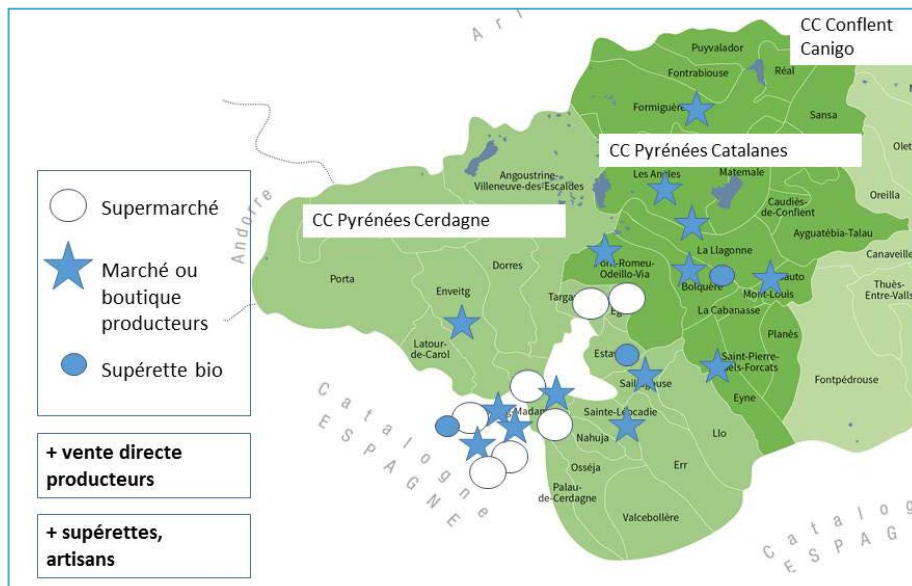
Les achats alimentaires au sein des foyers sont très largement réalisés par les femmes. La proportion de femmes parmi les participants à l’enquête, 90%, en témoigne. La première question de l’enquête était : « sur ce territoire de montagne, où faites-vous vos courses alimentaires ? ». Les répondants à l’enquête auprès des **professionnels sont à 49% des hommes.**

Les produits de base d’une alimentation locale et bonne pour la santé qui sont disponibles localement répondent aux attentes des résidents permanents et secondaires. Le questionnaire de l’enquête listait 6 produits spécifiques (pomme de terre de Cerdagne, viande bovine, pain de qualité artisanale, œufs bio, yaourts locaux, légumes de maraîchers de la plaine), tous sont recherchés par les consommateurs (figure 2 ci-dessous). Les légumes secs (lentilles, haricots secs...) sont une exception : seuls 60% des participants à l’enquête déclarent acheter des légumineuses de la région ou souhaiter le faire.

Le territoire bénéficie d’une diversité d’options pour des achats alimentaires sur place

Comme ailleurs en France, **les achats alimentaires de base se font à une très large majorité dans un ou plusieurs supermarchés.** Pas moins de 7 grandes surfaces sont présentes en 2018 sur le territoire (4 en France, 3 en Espagne). Le nombre des supérettes bio est passé en 2018 de 1 à 3 (dont une en Espagne). La carte suivante présente ces lieux d’achat.

Carte 1. Principaux lieux d’achats alimentaires sur le territoire



Source : observation directe. Fond de carte : Parc naturel régional des Pyrénées catalanes.

Les « **achats plaisir** » se font, eux, principalement sur l’un des nombreux marchés de montagne en plein air en été ou magasins de producteurs ou directement chez un producteur agricole.

Les résidents permanents et secondaires font leurs **achats alimentaires d'abord sur place**. Le pain est disponible en vente ambulante, quotidienne, sur la partie ouest du territoire. Les participants à l'enquête qui complètent régulièrement leurs achats sur le territoire par des achats en Espagne ou en ville (Perpignan, Toulouse) sont une minorité (environ 1/3), ces achats étant en ce qui concerne la population active souvent combinés avec un déplacement pour le travail.

Encadré 3. Comportements et attentes des consommateurs : chiffres clés

84% des habitants font leurs courses surtout près de leur lieu de résidence

Pour choisir un magasin, un produit, un plat, les consommateurs recherchent régulièrement :

- pour 85% la présence de légumes frais
- pour 72% la présence de produits locaux
- pour 52% la présence de bio

En été « on a plus de choix en produits frais » (73%), mais « c'est plus cher qu'en ville » (71%)

Supermarchés : 94% des consommateurs font leurs achats de base en supermarché, 17% des résidents secondaires déclarent ne pas le faire.

Espagne : 30% y vont pour des courses de base, 10-15% pour des « achats plaisir »

Boutiques et marchés de producteurs : 75% des habitants, 85% des résidents secondaires déclarent y faire des achats, principalement des « achats plaisir »

Autres lieux pour les habitants : en ville ou dans la plaine (25%), sur internet (7%)

Source : enquête consommateurs.

La demande touristique est surdéterminante, et c'est l'une des principales difficultés pour les consommateurs

L'alimentation sur le territoire représente un chiffre d'affaires d'au moins 85 millions d'euros. Selon les estimations du diagnostic, à l'échelle d'une année entière, les habitants réalisent les 40% des achats alimentaires en valeur. Le poids de la Restauration Hors Domicile (RHD) est particulièrement important, il est estimé à près du tiers du chiffre d'affaires de l'alimentation. Près de 60% des achats alimentaires individuels, hors RHD, sont donc le fait des habitants permanents.

Encadré 4. Chiffre d'affaires de l'alimentation sur le territoire et répartition : estimations

Chiffre d'affaires de l'alimentation : environ 85 millions d'euros

40% : habitants

30% : résidents secondaires et touristes

30% : les différentes RHD

Détail des estimations : annexe 3.

D'un côté, entre les habitants permanents, les décideurs de la RHD et les touristes pratiquant des activités de pleine nature, **la demande d'une alimentation bonne pour la santé est particulièrement importante.**

De l'autre, les acteurs de la chaîne alimentaire ont développé des **stratégies principalement en réponse aux opportunités de la saison haute touristique** (partie 2.2). En effet, pendant cette saison, les touristes font 90% des achats alimentaires.

Il en résulte qu'en saison touristique, les prix sont nettement plus élevés qu'en ville. C'est l'une des principales difficultés constatées par les consommateurs.

La période **hors saison** touristique est également un **obstacle**, mais uniquement **pour certains produits** (les distributeurs gérant cette morte saison en réduisant leur gamme de produits) et **pour les personnes sans véhicule**.

La deuxième difficulté à laquelle font face les consommateurs est le **nombre de kilomètres parcourus** pour s'approvisionner en combinant les diverses catégories de lieux d'achat locaux. Si ces déplacements répondent en partie au choix de faire des « achats plaisir », ils sont pour la plupart **une nécessité pour accéder à des produits de qualité à un coût raisonnable**.

Inversement, les conditions hivernales ne sont pas un obstacle sur ce territoire de montagne, principalement grâce au savoir-faire des professionnels de la chaîne alimentaire qui stockent les produits alimentaires sur une période suffisante pour faire face à un blocage temporaire par la neige.

La situation spécifique de la RHD et donc des publics des cantines scolaires, établissements de santé et établissements médico-sociaux et de leurs familles, est abordée en partie 2.2. Les prix et les modalités d'approvisionnement de la restauration collective sont surdéterminants pour ces publics.

2.2 Quelles réponses les acteurs de l'alimentation apportent-ils déjà pour assurer la disponibilité de l'alimentation sur le territoire?

Cette deuxième question présente les chaînes alimentaires sur le territoire et les choix faits par les professionnels en matière d'alimentation locale et bonne pour la santé.

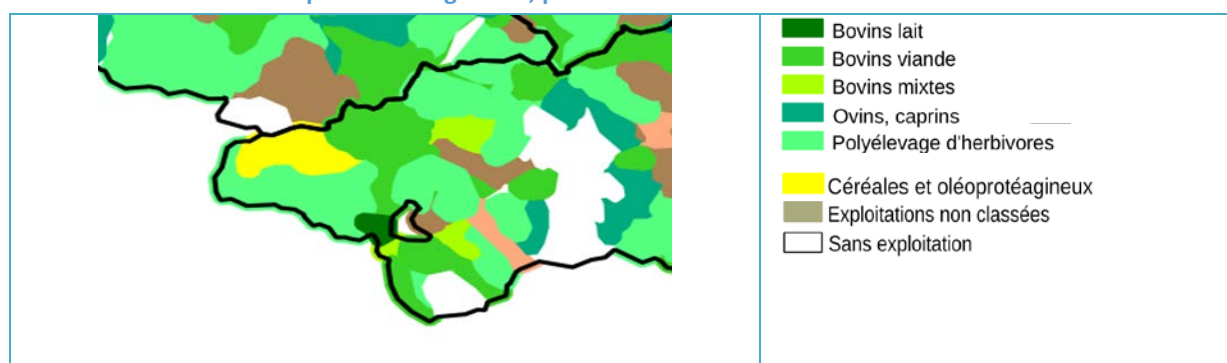
L'élevage herbager est largement dominant

Les exploitations agricoles sont relativement peu nombreuses sur le territoire mais leur effectif est stable sur les dernières années. **L'élevage herbager de bovins, ovins et chevaux est la principale orientation économique de l'agriculture dans presque toutes les communes, la viande étant de très loin la première production.** Quelques cultures de céréales sont visibles sur le territoire, mais elles sont presque toutes destinées à l'alimentation des animaux d'élevage. Les producteurs de lait commercialisé sont peu nombreux, localisés sur les zones les plus basses en altitude à l'ouest du territoire et en Espagne. Ils ont développé récemment une chaîne de production de yaourts. Un seul producteur spécialisé en légumes (bio) est présent.

Les agriculteurs sont nombreux à avoir une activité secondaire. Il s'agit principalement de produits animaux (fromages, yaourts, charcuterie), de miel et de pomme de terre de Cerdagne. Les vergers de pommiers et poiriers sont une activité familiale traditionnelle. Contrairement à la pomme de terre, autre production en partie familiale, ils sont en déclin malgré l'action de sensibilisation portée par le Parc naturel régional. La cueillette de fruits rouges et de champignons est une activité principalement informelle et sur une échelle limitée. Des essais de productions nouvelles (fraise sous tunnel) ou de réhabilitation de productions historiques (seigle) sont présents, mais uniquement à l'échelle de tests et à destination du marché haut de gamme hors de la région.

Lors de l'instance de concertation territoriale de décembre 2018, les agriculteurs ont rappelé que **l'accès au foncier est un facteur de blocage important pour les nouveaux projets agricoles sur le territoire.** Ces projets sont potentiellement porteurs de productions plus diversifiées sur une petite échelle. La mise en œuvre du Schéma de cohérence territoriale (SCoT) de Pyrénées Catalanes et du Plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) valant SCoT de Pyrénées Cerdagne devrait réduire à terme la concurrence dans l'accès au foncier entre agriculture et urbanisation touristique.

Carte 2. Orientation des exploitations agricoles, par commune



Source : statistique agricole Agreste (2010).

Les agriculteurs du territoire pratiquent déjà largement une commercialisation locale

Une grande majorité des agriculteurs vendent en circuit court à titre principal ou secondaire. C'est notamment le cas pour les fromages fermiers, pour certaines viandes et pour la pomme de terre. 20% des exploitations adhèrent à la marque « Valeurs Parc » des parcs naturels régionaux. 10% sont certifiées en agriculture biologique, une proportion en croissance.

Sauf pour la pomme de terre qui est vendue à l'automne, en grande majorité directement aux consommateurs du territoire, les agriculteurs ciblent les touristes de la saison estivale. La vente a lieu sur leur exploitation et sur trois marchés de producteurs.

Encadré 5. Les agriculteurs du territoire : chiffres clés

105 exploitations agricoles en 2017 (0 à 8 par commune)
2/3 des exploitations agricoles sur la Communauté de communes Pyrénées Cerdagne, 1/3 sur Pyrénées Catalanes
21 exploitations avec marque Valeurs Parc
Bio : 12 exploitations en 2018 (6 en 2010)
70% des exploitations avec circuits courts (2010).

Sources : Recensement agricole (2010), données marque Valeur Parc PNR Pyrénées catalanes (2018), Telepac (2016-2017).

Le territoire est principalement approvisionné de l'extérieur, y compris pour la viande

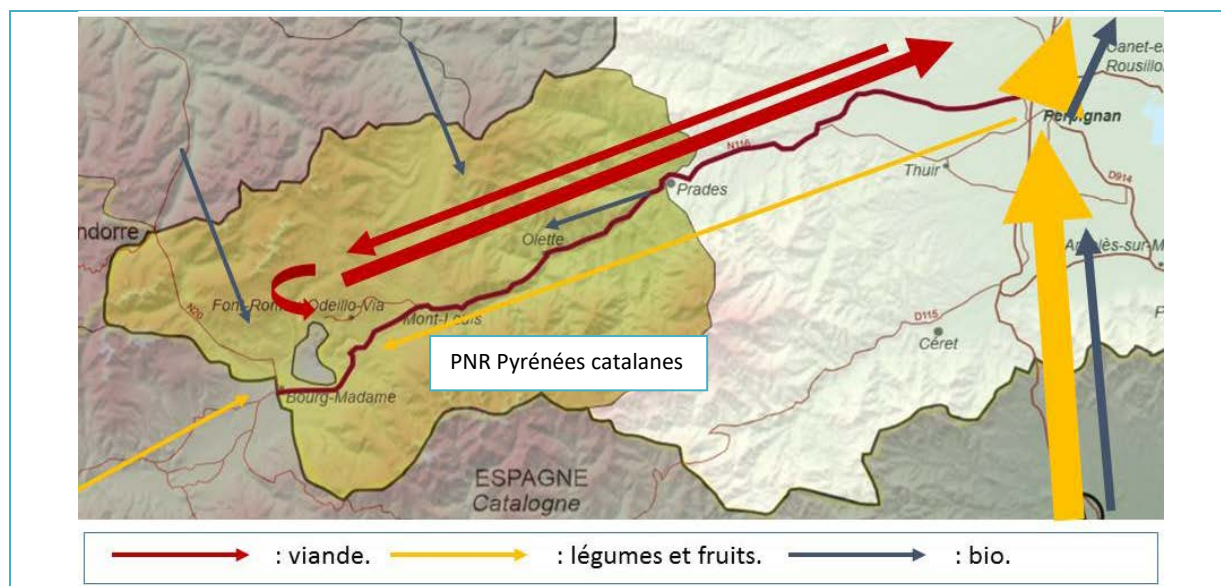
L'approvisionnement extérieur est dominant pour tous les produits, y compris la viande bovine et ovine.

La viande est presque entièrement traitée à l'abattoir de Perpignan qui a été récemment modernisé. L'abattoir transfrontalier, situé à Ur, a traité jusqu'en 2018 une quantité limitée de viande bovine et porcine, pour les bouchers traditionnels du territoire.

L'approvisionnement extérieur est inévitable pour l'alimentation autre que la viande et les laitages. La carte 3 schématise les principaux flux pour deux familles des produits, les fruits et légumes et les produits issus de l'agriculture biologique. L'approvisionnement est pour partie en provenance de territoires proches (basse vallée du Conflent et plaine du Roussillon dans le département, Haute vallée de l'Aude, Ariège), pour partie régional en Occitanie (centrales d'achat des distributeurs), et pour partie originaire d'Espagne, principalement via Perpignan (et non via la frontière de Cerdagne).

Cette situation, comme la dominance de la production de viande sur le territoire, est relativement peu connue des consommateurs et des associations. Plus généralement, les agriculteurs sont bien connus des habitants pour leur activité de vente directe, dominée par les produits laitiers et les productions diversifiées, bien moins pour leur activité dans leur ensemble.

Carte 3. Principaux flux de produits agricoles et alimentaires.



Synthèse d’après entretiens et observation des lieux de vente. Fond de carte : PNR Pyrénées catalanes.

L’approvisionnement en légumes et fruits est difficile, et d’autant plus pour les produits issus de l’agriculture biologique

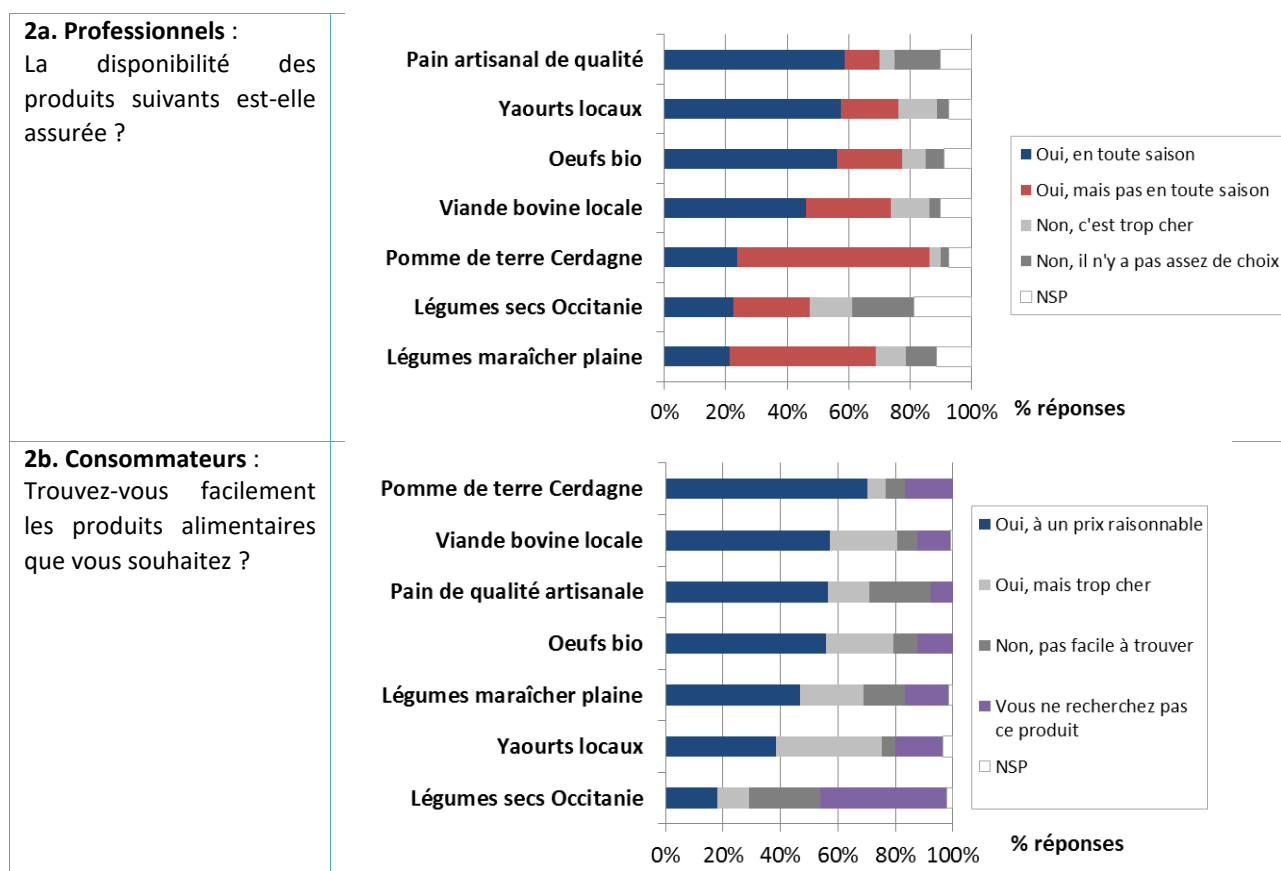
Les professionnels de l’alimentation, selon l’enquête, ont bien perçu la **demande des consommateurs pour une alimentation locale et régionale, et pour plus de fruits et légumes.**

Les professionnels et consommateurs, dans leurs réponses à l’enquête, ont formulé des avis différents sur les problèmes rencontrés, les **consommateurs insistant sur les prix élevés de plusieurs produits** du territoire (viande, yaourts) et les œufs bio (principalement disponibles en grande surface). Professionnels et consommateurs s’accordent sur un point : **l’approvisionnement en légumes et fruits ne répond pas à la demande du territoire** (figures 2a et 2b ci-dessous). Le choix est insuffisant hors saison estivale, et les circuits destinés à la restauration répondent mal à la pointe de demande estivale.

Le pain de qualité artisanale est facilement disponible selon les professionnels et les consommateurs. Les circuits de la pomme de terre de Cerdagne sont satisfaisants pour les consommateurs, mais ne permettent pas aux professionnels de s’approvisionner en toute saison.

La carte 3 ci-dessus fait ressortir comment **le territoire est dans une position marginale dans les chaînes de commercialisation des fruits et légumes : la production de la plaine du Roussillon, est principalement commercialisée plus au nord en France et en Europe.** La demande du territoire est très faible par rapport aux volumes de la production départementale. Il en est de même pour les fruits et légumes produits au sud de l’Espagne, réceptionnés par les grossistes basés à Perpignan. Une situation similaire est constatée pour l’agriculture biologique.

Figures 2a et 2b. Zoom sur 6 produits alimentaires : avis des professionnels et des consommateurs



Source : enquête auprès des professionnels et des consommateurs.

Une partie des professionnels de l’alimentation sur le territoire expriment par ailleurs des doutes, voire une opinion négative, au sujet de l’agriculture biologique et de la qualité de ses produits. Dans le contexte décrit ci-dessus de **manque d’information sur l’agriculture du territoire, un déficit particulier de connaissances sur l’agriculture biologique** ressort des entretiens. Par exemple, la tendance de hausse rapide de l’agriculture bio sur le territoire (encadré 6) n’est pas perçue.

Logistique d’approvisionnement : à chacun ses solutions personnelles

Les acteurs de l’alimentation font ressortir comment **la logistique d’approvisionnement est une contrainte toute l’année sur ce territoire de montagne**. Les conditions hivernales ne sont un réel problème que pour les entreprises qui fonctionnent sans stock, comme la grande distribution. Pour les professionnels dans leur ensemble, **c’est l’accès en temps voulu à la qualité souhaitée qui pose problème, en pleine saison touristique comme hors saison**. Ce problème est **particulièrement présent pour les fruits et légumes**, pour les produits bio et chez les restaurateurs. En effet les restaurateurs font appel à des livraisons et dépendent donc des choix des grossistes et semi-grossistes.

Encadré 6. Réponses des professionnels de l'alimentation : chiffres clés

96% perçoivent une vraie demande pour les produits locaux, 87% pour le bio.
Pour plus de 80%, la logistique est un souci toute l'année.
88% combinent plusieurs solutions d'approvisionnement.
Pour 78%, les options disponibles pour acheter et vendre des productions de la plaine sont limitées.
Pour 66%, les produits bio sont plus chers qu'en plaine.
Les conditions hivernales restent un problème pour seulement 40%.

Source : enquête internet auprès des professionnels

Chacun des acteurs rencontrés, des vendeurs sur les marchés de plein air aux acteurs de la RHD, a fait ressortir comment il a développé sa **stratégie personnelle en combinant plusieurs solutions**. Dans la grande et moyenne distribution, les choix sont principalement faits dans le cadre d'une stratégie d'entreprise (ou de réseau) propre à une marque de supermarchés. Ils sont fonction de la localisation de la centrale d'achat qui approvisionne le territoire. Les entretiens ont bien fait ressortir comment **les choix d'approvisionnement constituent un savoir-faire**, base de l'activité professionnelle de chacun. Les solutions d'approvisionnement identifiées ne sont donc pas un sujet d'échange entre professionnels.

C'est d'autant plus vrai pour les acteurs de la RHD : restaurateurs traditionnels, restauration scolaire, centres de santé et centres médicosociaux. Ces acteurs sont actuellement dans **une phase de concurrence**, tant entre centres que pour accéder aux nouveaux marchés de la restauration scolaire pour les produits locaux et bio. Un acteur départemental de la restauration scolaire a actuellement une position majoritaire dans l'approvisionnement des cantines du territoire. Les autres restaurateurs et cuisines de RHD du territoire se positionnent eux aussi sur ces nouveaux marchés.

Dans plusieurs métiers (semi-grossiste, commerce de détail bio, certaines catégories de restaurants) un seul acteur de la chaîne alimentaire ne suffit plus sur le territoire, mais le potentiel pour 2 ou 3 entreprises viables n'est pas confirmé. Cette situation renforce le caractère individuel des stratégies des acteurs économiques. Les démarches de collaboration et d'action en réseau sont quasi absentes.

Les professionnels de l'alimentation sont nombreux parmi les entreprises du territoire signataires de la charte éco-exemplaire. Les autres signataires sont principalement des acteurs du tourisme sans restauration. La charte a permis des échanges et initié des réflexions sur la réduction des déchets alimentaires. Cette démarche s'est poursuivie à travers d'autres actions autour de l'alimentation, qui ont permis notamment l'identification de points de blocage sur les fruits et légumes et la création d'une charte qualité. Cependant cette initiative n'a pas été poursuivie et cette charte n'a donc jusqu'à présent pas donné lieu à la création d'un réseau de professionnels.

L'expérience collective existante sur le territoire : les chartes Eco-exemplaire et Qualité alimentation durable

La charte éco-exemplaire est une démarche volontaire des entreprises du territoire, mise en place dans le cadre d'un partenariat entre la Chambre du commerce et de l'industrie et le Sydetom66.

38 entreprises sont signataires, dont 25 professionnels de l'alimentation.

La charte qualité sur l'alimentation a été élaborée par les professionnels dans le cadre d'une formation-action, avec 3 axes : des aliments de qualité et de proximité, une gestion respectueuse de l'environnement et la sensibilisation des clients.

La réduction des déchets et la lutte contre le gaspillage alimentaire sont des points importants de ces chartes.

L'instance de concertation territoriale du projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes, réseau regroupant professionnels de l'alimentation, associations, acteurs des collectivités et consommateurs, est ainsi une approche répondant précisément à la situation actuelle du système alimentaire sur le territoire. Par la diversité des participants, elle facilite les rencontres dans un contexte où les échanges entre professionnels sont peu présents.

L'expérience existante sur le territoire : la construction du réseau

Les professionnels de l'alimentation, les associations, les institutionnels et les collectivités sont invités environ 2 fois par an par le collectif Res'Pyrem à participer aux réunions de l'instance de concertation territoriale.

Cette instance a été lancée en 2017 afin de permettre la rencontre des acteurs économiques, techniques et politiques du territoire, de construire une vision commune, de mutualiser, coordonner et valoriser les actions de chacun.

Des acteurs français et catalans espagnols peuvent ainsi présenter un témoignage sur leurs initiatives, partager leurs expériences.

C'est un des espaces de la gouvernance du projet qui est mis au bénéfice de sa cohérence globale, de l'implication des acteurs, de l'expression des besoins et de la mise en œuvre d'un véritable travail collaboratif.

Des cahiers de l'instance ont été élaborés en 2018, ainsi qu'une vidéo pour valoriser et rendre compte de cette dynamique et des réflexions menées.

Les réunions se déroulent sur le site de Thémis, mis à disposition par le Conseil Départemental des Pyrénées Orientales, sollicité par les partenaires pour son positionnement et sa symbolisation de l'innovation et du développement durable.



2.3 Quelles opportunités pour une alimentation plus durable sur notre territoire de montagne de par sa vocation santé, tourisme et énergies renouvelables, et quelles « menaces » ?

Cette troisième question examine les liens réciproques entre le développement du territoire, l'action des collectivités et la démarche d'alimentation durable portée par le projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes. Les opportunités sont mises en avant.

Certaines « menaces », c'est-à-dire des difficultés qui pourraient avoir des conséquences négatives pour le territoire si elles ne sont pas prises en compte, sont également identifiées.

L'alimentation locale durable est une opportunité pour l'identité « sport et santé » et l'attractivité du territoire

Les deux communautés de communes ont un point commun entre leurs stratégies de développement économique : une identité « sport et santé ». A l'ouest, pour la communauté de communes Pyrénées Cerdagne, le secteur santé est celui des centres médicaux. A l'est, pour la communauté de communes Pyrénées Catalanes, avec les deux principales stations de ski et le centre de sport de haut niveau et d'enseignement sportif de Font-Romeu, la santé se décline sous l'angle du sport.

La principale tendance identifiée via le diagnostic, la demande croissante des consommateurs pour une alimentation locale et bonne pour la santé, est **une opportunité pour l'économie des deux communautés de communes dans plusieurs secteurs** : tourisme, santé et bien-être, agriculture. Cette tendance est en effet porteuse d'un développement du tourisme estival et vient soutenir la diversification déjà en cours de l'activité des stations.

Cette tendance est également un atout **pour l'attractivité des centres médicaux** de moyen séjour dans l'ouest du territoire, qui sont engagés dans une phase de restructuration. Le territoire exporte déjà son savoir-faire en matière de restauration collective bonne pour la santé, savoir-faire issu des centres médicaux et médicosociaux : plusieurs professionnels ont une fonction de conseil à l'échelle du département ou de la région.

Réciproquement, **l'orientation sport et santé des territoires est un levier pour développer une consommation alimentaire locale et durable**, au bénéfice des habitants, des visiteurs et des acteurs de la chaîne alimentaire. Cette orientation continuera à **être créatrice de valeur pour les agriculteurs**.

De nouvelles opportunités sont identifiées

La perspective des **jeux olympiques de 2024** est perçue différemment selon les acteurs concernés. Pour les collectivités territoriales et les structures du sport de haut niveau à Font-Romeu, c'est une opportunité importante, à la fois pour l'économie et pour sensibiliser le public aux enjeux de l'alimentation. Les structures vont accueillir de nouveaux sportifs pour la préparation des jeux. C'est aussi pour les collectivités un levier de sensibilisation des jeunes au sport et à l'alimentation. Pour les associations et professionnels de l'alimentation du territoire, l'effet local pourrait être plus limité.

L'**innovation en matière d'alimentation** est mise en avant en Cerdagne espagnole : participation de sportifs de haut niveau, nouveaux produits, solutions institutionnelles innovantes (dont l'Ecoregio, structure de mobilisation de l'épargne citoyenne au service de l'alimentation locale et bio, et des entreprises intégrant production agricole, transformation et mise en marché). Côté français, les opportunités d'innover dans la production existent. Il serait par exemple possible de mobiliser l'énergie solaire et la géothermie des sources chaudes pour tester de nouveaux produits alimentaires frais et transformés issus de l'agriculture et/ou de la cueillette.

Les subventions à l'agriculture de montagne orientent fortement les choix des agriculteurs. L'une des principales, l'**ICHN (indemnité compensatoire de handicaps naturels) est ouverte désormais à la plupart des productions végétales commercialisées**. Néanmoins, à l'exception de la pomme de terre déjà bien présente, il ne pourra s'agir que de petites productions de type légumes ou petits fruits, ou de céréales anciennes à très petite échelle. Il ne fait pas de doute que l'élevage herbager, producteur des paysages du territoire, restera l'orientation agricole dominante à moyen terme.

La population des publics économiquement fragiles est importante dans le département des Pyrénées-Orientales, principalement sur Perpignan. Ces publics sont affectés par une alimentation déséquilibrée, avec des impacts majeurs sur la santé tels que le diabète. Un seul établissement médical du territoire cible actuellement ce public, en proposant un suivi parents-enfants aux familles, en Cerdagne et à Perpignan. Le nombre de places est réduit. Le suivi de ce public pourrait être une opportunité pour l'avenir du secteur santé sur le territoire. Cela conduirait à **réinventer les séjours pour les jeunes de la plaine**, activité historique du territoire aujourd'hui largement abandonnée.

Plusieurs décisions externes sont attendues, il est trop tôt pour observer leurs conséquences

Le territoire, avec 3% seulement de la population du département et une pointe de fréquentation touristique de courte durée, a un poids marginal en matière d'alimentation. **Les lieux de décision qui impactent les chaînes alimentaires sont principalement externes et le resteront.**

Plusieurs choix qui orienteront l'alimentation sur le territoire sont attendus, mais il était trop tôt fin 2018 pour en apprécier les conséquences :

- Un nouveau centre commercial était en cours de création en 2018 par l'un des distributeurs présents à la frontière, sur la commune de Ur. Il pourrait impacter la viabilité des autres supermarchés.
- L'abattoir transfrontalier, lui aussi localisé à Ur, devrait connaître une activité accrue. Les services vétérinaires de France et d'Espagne ont récemment validé la conformité des installations pour des animaux en provenance des deux pays. L'utilisation de l'abattoir résultera principalement des décisions des grands acteurs de la filière viande, à Perpignan et en Espagne.
- Les producteurs agricoles du département ont lancé un projet de plateforme coordonnée pour alimenter la restauration collective scolaire.
- La circulation sur la route nationale entre le territoire et Perpignan s'est nettement améliorée grâce aux importants travaux réalisés. Les grossistes en fruits et légumes de la plaine du Roussillon pourraient en profiter pour modifier leur stratégie de livraisons.

D'autres décisions relèvent des acteurs de l'alimentation sur le territoire, mais des obstacles sont à surmonter

Les tendances en faveur de l'alimentation locale et bonne pour la santé sont **favorables à la création de nouvelles activités**, adaptées à l'échelle de très petites entreprises. L'enquête auprès des consommateurs a fait ressortir certaines de ces opportunités : de nouveaux types de restaurant (orientation santé, régime hallal pour sportifs), des traiteurs, un approvisionnement en produits de la mer, la livraison de produits alimentaires dans les deux directions - plaine vers montagne et montagne vers plaine -, l'utilisation des eaux de source naturelles, la production de jus de fruits, de nouvelles fermes pédagogiques, les activités paramédicales.

Les collectivités et centres publics de formation sur le territoire, par leurs **décisions en matière d'achats publics**, faciliteront ou non l'approvisionnement par des producteurs localisés sur le territoire.

Pour saisir ces opportunités, les acteurs locaux devront **surmonter deux handicaps**. Le premier est relatif aux **échanges d'information entre entreprises**, le second aux **compétences dans le champ du numérique**.

D'une part, les professionnels de l'alimentation sur le territoire conduisent leur activité le plus souvent sans relations de groupement d'entreprises ou insertion dans un réseau professionnel (partie 2.2). L'information est peu partagée. La communication vis-à-vis de l'extérieur est elle aussi limitée. On se connaît peu entre divers « univers » : entre agriculteurs et autres acteurs de la chaîne alimentaire, entre acteurs du sport et acteurs de la RHD, entre associations et collectivités.

D'autre part, alors que les consommateurs utilisent déjà le numérique pour leurs achats alimentaires, les acteurs locaux ont, du moins pour une partie d'entre eux, une maîtrise limitée du numérique. Les professionnels semblent communiquer plus par les réseaux sociaux que par courrier électronique et sites web. L'information numérique est pourtant un outil indispensable dans les chaînes alimentaires et pour accéder aux marchés publics de la RHD. Les professions spécialisées telles que webmaster sont présentes dans la vallée du Conflent, pas sur le territoire. Les professionnels de l'alimentation ont recours à des plateformes de l'e-commerce, mais chacun avec sa propre solution, sans comparaison entre les avantages et les inconvénients de ces diverses plateformes.

Les transports, un enjeu environnemental à anticiper dès aujourd'hui

Le territoire est un territoire de montagne qui restera principalement approvisionné de l'extérieur. **Les déplacements sont donc un élément important dans le bilan environnemental de la chaîne alimentaire.**

A l'extrême, tout consommateur présent sur le territoire pourrait accéder à une alimentation provenant du département ou de la région et équilibrée, voire bio, via une plateforme numérique et des livraisons à domicile provenant de producteurs bien identifiés. Cette tendance, si elle devait se concrétiser, générerait un bilan carbone très défavorable.

Afin de prévenir cette évolution, il faut donc non seulement diffuser la pratique d'une alimentation locale et bonne pour la santé, mais également permettre aux professionnels de l'agriculture et de l'alimentation de développer leurs compétences dans l'utilisation du numérique, en direction de l'extérieur et pour partager l'information entre eux.

Une plateforme d'achat et de vente de produits locaux, physique ou numérique, serait irréaliste de par la complexité des chaînes alimentaires pour répondre aux besoins très diversifiés selon les publics et les saisons. **C'est une plateforme d'échange d'informations qui permettra de limiter les déplacements et d'optimiser les décisions individuelles.**

2.4 Quelles sont les spécificités du patrimoine catalan en matière d'alimentation ?

La quatrième question examine la place du patrimoine catalan dans l'alimentation. Les opportunités et limites d'une action conjointe avec les acteurs de la Catalogne espagnole sont présentées.

La culture alimentaire de la Montagne catalane est un facteur de lien social

Les entretiens et l'observation des lieux de vente confirment que **l'alimentation est un élément fort dans l'identité culturelle** de la Montagne catalane. Les marchés de producteurs en France et en Espagne le confirment. Les éléments festifs de la saison estivale ciblent les touristes, ceux de l'automne s'adressent aux habitants. Les associations sont nombreuses.

Le fait de pouvoir stocker et échanger sa propre production joue un rôle important dans cette convivialité. Ainsi la pomme de terre de Cerdagne est presque entièrement échangée entre voisins et membres de la famille, ou vendue localement lors de la fête de la patate annuelle.

Le savoir-faire du territoire en charcuterie et fromages est apprécié mais il brouille l'image de la culture alimentaire

Les touristes, et en particulier les touristes catalans, recherchent **l'identité « montagne » du territoire**, dont ils perçoivent qu'elle est apportée par les **fromages de producteurs et la charcuterie**. Néanmoins seuls 40% des consommateurs dans l'enquête jugent que l'on mange plus de fromages et de charcuterie sur le territoire qu'en plaine ou en ville.

Une grande partie des restaurants mettent en avant ces produits ainsi que des plats traditionnels à base de viande et sauces. Seuls 9% des consommateurs jugent qu'au restaurant, les plats traditionnels catalans permettent de manger équilibré.

De nouvelles opportunités de synergies transfrontalières

Certains perçoivent le territoire transfrontalier, et notamment la ville de Puigcerdà, comme un territoire nettement plus riche. D'autres soulignent le risque pour les producteurs locaux que créeraient des échanges transfrontaliers accrus dans le domaine de l'alimentation. Moins d'un tiers des professionnels sont tout à fait d'accord pour développer les contacts en Catalogne espagnole, selon l'enquête.

La réalité est tout autre, et c'est ce qui fait l'intérêt des échanges transfrontaliers autour de l'alimentation durable.

S'il est vrai qu'un segment parmi les touristes espagnols venant sur le territoire a un fort pouvoir d'achat, les indicateurs économiques des territoires sont très proches, que ce soit à l'échelle des régions – Occitanie et Catalogne – ou des intercommunalités – Cerdanya côté Espagne, les deux communautés de communes côté français (encadré 8).

Encadré 7. Population et niveau de développement économique en Occitanie et Catalogne : chiffres clés

Population (habitants)

Cerdanya 19 000 - Pyrénées Cerdagne + Pyrénées catalanes : 15 000

Catalogne 7,5 millions – Occitanie 5,8 millions

PIB/habitant (euros, 2013)

Catalogne 28 600 – Ex-Midi-Pyrénées 28 700 - Ex-Languedoc-Roussillon 24 500

Les Français autres que les frontaliers qui résident en France et travaillent en Espagne achètent principalement en Espagne des produits complémentaires de ceux qui sont disponibles côté France : viande non locale, poissons, fruits exotiques, alcool et vins, yaourts locaux, surgelés.

Les **acteurs publics de la Catalogne espagnole**, en réponse à la demande des consommateurs de l'ensemble de la région, **ont une politique active de soutien à l'alimentation**. L'intercommunalité de Cerdanya a défini son plan d'action 2017-2020 pour l'agriculture et l'alimentation. Sa deuxième priorité est la structuration d'un système alimentaire local.

C'est le lien avec la plaine du Roussillon qui mérite l'attention des acteurs locaux

Le territoire est déjà ouvert sur trois aires urbaines importantes, Barcelone, Toulouse et Montpellier. Ce sont à la fois les sources de la fréquentation touristique, et les lieux de certaines des principales décisions qui orientent in fine les chaînes alimentaires.

L'action transfrontalière est déjà une réalité dans certains secteurs et pour certains types d'entreprises. Néanmoins, pour les microentreprises de l'agriculture et de l'alimentation qui prédominent en France, les échanges avec la Cerdagne espagnole sont actuellement une opportunité d'ouverture sur l'innovation, et ne doivent pas se faire aux dépens des liens avec les autres territoires d'Occitanie en général, et de la Catalogne française en particulier.

L'expérience existante sur le territoire : l'action transfrontalière

Dans le secteur du tourisme, le Cluster « Soleil des Pyrénées » a l'ambition de créer des synergies économiques entre des acteurs professionnels du tourisme des deux côtés de la frontière.

En matière de chaîne alimentaire, une collaboration existe déjà dans la filière lait et autour des équipements transfrontaliers (hôpital, abattoir).

Les Chambres de Commerce de Lerida et Gérone en Catalogne espagnole, Andorre et Perpignan favorisent des alliances entre petites et moyennes entreprises en France et en Espagne (projet CCIPirineusMed financé par le fonds européen FEDER)

Les échanges entre le territoire et la plaine du Roussillon sont critiques pour la poursuite du développement d'une alimentation locale et durable. Ces échanges, en se renforçant, vont permettre de résoudre les difficultés actuelles d'approvisionnement en fruits et légumes et en produits bio.

3. Pistes pour le projet en cours et pour l'avenir

Quelles actions concrètes conduire via le Projet Alimentaire Territorial, et avec qui ? Cette question est la cinquième à laquelle le diagnostic apporte une réponse. L'enquête, les entretiens et les échanges entre participants à l'instance de concertation territoriale du projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes ont confirmé la pertinence des actions en cours de ce projet, et proposé un élargissement de leur ambition. Ils ont aussi permis de préciser la stratégie du Projet Alimentaire Territorial.

3.1 Les actions du projet

Plusieurs actions en cours répondent aux attentes des professionnels et des consommateurs, d'autres sont à développer

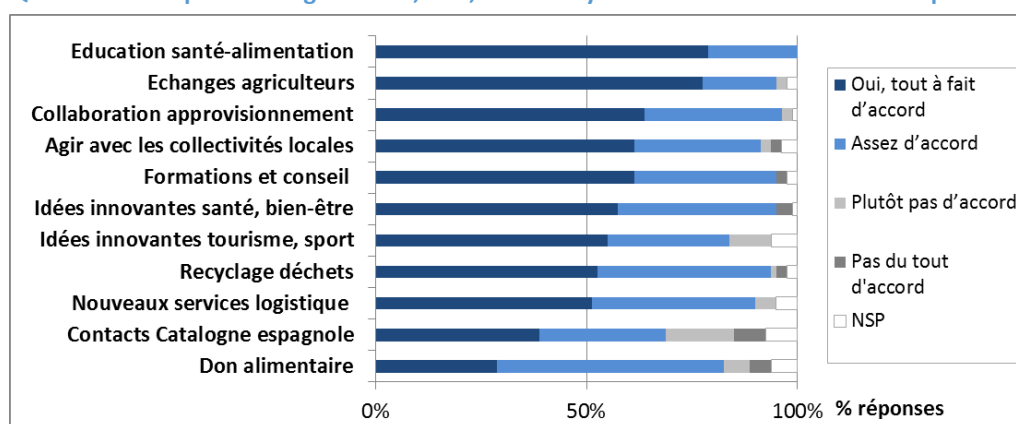
Les professionnels, au travers de l'enquête, ont fait de nombreuses propositions (74 au total), **confirmant ainsi leur intérêt pour continuer à participer au projet alimentaire territorial qui a été lancé**. Ils ont souligné leur intérêt pour les ateliers éducatifs autour de l'alimentation et les échanges entre professionnels.

De **nouveaux types d'échanges sont attendus** : avec les agriculteurs, entre acteurs de l'alimentation pour des collaborations autour de l'approvisionnement, et avec des collectivités locales.

Des actions concrètes avec les collectivités sont souhaitées, ainsi que **de nouvelles formations**. Deux thématiques ressortent dans les propositions faites via l'enquête : l'approvisionnement des cantines et des autres RHD, et le développement des nouveaux produits locaux (boissons, certains légumes, petits fruits). Une nouvelle action a été proposée plusieurs fois : une **plateforme numérique d'accès à l'information** sur les produits locaux et régionaux.

L'innovation, la mise en place de services de logistique et le développement du réseau transfrontalier reçoivent des avis plus mitigés.

Figure 3. Quelles actions pour "manger mieux, bon, bien en Pyrénées catalanes" ? L'avis des professionnels



Source : enquête auprès des professionnels de l'alimentation, élus et associations.

Les consommateurs, au travers de l'enquête, ont eux aussi fait des propositions (48 au total). **Leur première demande est d'avoir des fruits et légumes du département moins cher.** Ils proposent pour cela des solutions variées : à la fois la grande distribution et de la vente directe ; des actions autour des jardins de montagne ; et plus de lieux de commercialisation de produits bio.

De nouvelles actions concrètes ont été proposées par les participants à l'instance de concertation territoriale de Décembre 2018. Pour lever les difficultés d'approvisionnement, notamment en fruits et légumes et en produits bio, plusieurs actions sont à combiner :

- Créer des liens avec le CIVAM bio du département, qui dispose d'informations à jour sur les producteurs,
- Créer des jardins partagés auxquels le Conseil Départemental pourrait apporter un soutien, à proximité de lieux attractifs tels que le Musée de Cerdagne,
- Développer l'information apportée aux touristes sur et par les producteurs locaux, en complémentarité des offices de tourisme,
- Continuer à former les professionnels des cantines et les acteurs de la petite enfance,
- Créer des événements : journée portes ouvertes, conférences, marchés de producteurs.

Pour l'ensemble des produits alimentaires, il est proposé de créer une **maison de l'alimentation**, lieu physique central en Cerdagne qui permettra les rencontres, les échanges et la valorisation économique. Ce lieu pourrait accueillir un pressoir pour fabrication de jus de fruits, un équipement pour une conserverie et une cuisine pédagogique. Il pourrait être relié à un projet de restaurant.

Ce lieu physique est à créer en parallèle d'un **site internet**, espace numérique de rencontres, d'échanges et de travail.

3.2 La stratégie du projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes

La définition de l'alimentation locale, bonne pour la santé et accessible à tous est confirmée

La Cerdagne, le Capcir et le Haut Conflent forment un territoire à forte identité. Leur système alimentaire a lui aussi une forte identité.

Manger mieux sur ce territoire, cela veut dire pour les consommateurs et les professionnels de l'alimentation poursuivre le développement déjà entrepris de l'accès pour tous à une alimentation locale et équilibrée. Les produits de l'élevage et les fruits et légumes, diversifiés et produits dans un rayon proche, dans et hors du territoire, ont une importance égale dans cette alimentation locale.

Cette démarche, initialement portée par des consommateurs, des restaurateurs et des associations, présente un intérêt stratégique pour le territoire : l'identité « sport et santé », partagée par les deux intercommunalités, est facteur d'attractivité et d'évolutions positives.

Un territoire de montagne ouvert, accueillant pour les visiteurs comme pour les productions des territoires voisins, sera le mieux à même d'apporter aux consommateurs cette alimentation locale et bonne pour la santé. L'ouverture concerne à la fois la plaine du Roussillon, la Catalogne espagnole, l'Aude et l'Ariège.

Trois enjeux prioritaires ressortent pour orienter les actions du projet

Elargir l'effort en cours de sensibilisation à l'alimentation locale, durable et accessible à tous : il s'agit de s'adresser non seulement aux jeunes enfants, mais aussi plus largement aux habitants et aux visiteurs. Le principe sous-tendant l'action du projet serait de redonner du sens à la consommation alimentaire, en faisant comprendre le lien présent entre les prix des produits, leur qualité, la santé et le respect de l'environnement. Ceci passe par des échanges directs entre les consommateurs et associations et les agriculteurs du territoire. Les jardins amateurs sont un autre moyen de sensibilisation. Les publics défavorisés, sur le territoire et dans les grandes villes proches, sont un public cible spécifique à prendre mieux en compte.

Développer de nouveaux outils et compétences pour l'approvisionnement en produits locaux : les acteurs de l'alimentation sur le territoire, avec l'apport de nouveaux outils numériques et plus de collaborations entre eux, vont pouvoir simplifier la gestion de leur logistique tout en s'approvisionnant plus à partir des territoires proches et en produits de qualité. De nouvelles activités économiques, complémentaires des existantes et adaptées aux nouvelles demandes, vont émerger. Des expériences innovantes de petites productions végétales pourront être mises en avant. Pour les agriculteurs, il importe de continuer à créer de la valeur ajoutée et de favoriser l'accès au foncier pour de nouveaux projets.

Poursuivre la construction d'un réseau humain associant consommateurs, professionnels et collectivités : les échanges d'expérience entre acteurs du territoire et avec les territoires voisins sont à poursuivre. Ces échanges concerneront de façon équilibrée les produits de base d'une alimentation bonne pour la santé : fruits et légumes, produits de l'élevage du territoire, céréales et pain. La communication active sur ce réseau et ses actions, poursuivie et renforcée, permettra aux collectivités, avec l'appui du Parc naturel régional, de renforcer leur identité de territoire « sport et santé » en direction des habitants et de l'extérieur du territoire. Une coopération avec les projets alimentaires territoriaux d'autres territoires de la région Occitanie viendrait contribuer à la vie de ce réseau.

Ces orientations sont cohérentes avec la transition énergétique

Avec un système alimentaire centré sur les productions non ou peu transformées du territoire et des territoires voisins, et avec la promotion d'un régime alimentaire équilibré entre productions animales et végétales, ce territoire de montagne va continuer à démontrer qu'il est possible de résider en montagne, d'y étudier, de s'y soigner ou d'y venir en vacances avec une alimentation équilibrée et un bilan carbone favorable. Ceci peut devenir une source d'inspiration pour d'autres territoires de montagne.

Avec le développement de collaborations entre acteurs professionnels de l'alimentation, le projet prévient le risque d'un recours dispersé à l'e-commerce, ce qui au contraire présenterait un bilan carbone très défavorable. A terme, l'utilisation du Train jaune pour une partie de l'approvisionnement serait une solution remarquable.

La lutte contre le gaspillage alimentaire reste une thématique d'actualité pertinente, pour les consommateurs comme pour les professionnels.

Les actions du projet invitent la participation de tous les acteurs

Les élus seront invités à soutenir des projets renforçant l'attractivité du territoire et son activité économique. C'est notamment le cas du projet de maison de l'alimentation.

Le réseau humain continuera à se renforcer en partant des associations, des professionnels existants et des consommateurs. L'effort entrepris par le projet Manger mieux, bon et bien en Pyrénées Catalanes est à poursuivre. La synergie avec le Contrat Local de Santé est confirmée. La création d'évènements est importante pour faire vivre le réseau, elle demande la poursuite de moyens d'animation.

Parmi les professionnels de l'alimentation, deux catégories sont à inviter de façon plus active à participer au réseau : les agriculteurs et les professionnels du numérique.

Enfin, les acteurs institutionnels sont directement concernés : le Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes est plus particulièrement concerné par l'animation du réseau impliquant les collectivités, la Chambre d'agriculture par les initiatives créatrices de valeur ajoutée pour les agriculteurs et de confiance des consommateurs dans les productions locales, la Chambre du Commerce et de l'Industrie et la Chambre des Métiers par la formation des microentreprises, la Région et le Département dans l'accompagnement de la restauration scolaire et dans la synergie avec la préparation des jeux olympiques des 2024, le Département dans le redéveloppement d'actions ciblant les publics défavorisés.

Annexe 1 – Les participants au diagnostic

Les membres du comité de pilotage du diagnostic étaient :

- Association Chemin faisant, Stéphanie MACHELART
- Association RépliqueS66, Stéphanie GODARD
- Chambre de commerce et d'industrie, Antenne de Saillagouse, Françoise DELCASSO-DEJOUX
- E-Formadis, Dominique OHEIX.

Nous remercions :

- Les participants aux réunions de l'instance de concertation territoriale, pour la présentation de témoignages et les échanges sur le diagnostic, sa méthode et ses résultats,
- Les participants aux enquêtes consommateurs et professionnels,
- Les professionnels chez lesquels ont eu lieu les observations dans les magasins et sur les marchés,
- Le projet transfrontalier CCIPirineusMed, pour les résultats des observations auprès des professionnels de Catalogne espagnole
- Les participants aux entretiens en France :

ALEPFA, Laurent LIMINANA

Bio Tea Full (Biocoop), Christelle BOULANGER

Centre d'hébergement La Clé des champs, Laure ASMAKER

Centre La Vignole, Laetitia PARIS

Chambre d'agriculture des Pyrénées-Orientales, Gilles PLANAS

Communauté de communes Pyrénées Cerdagne, Isidore PEYRATO

CREPS/centre national d'entraînement en altitude, Aude REYGADE

Département des Pyrénées-Orientales, Carole PEYRE

Earl 3A, Eric MARCER

GAEC la Grange d'Eyne, Corinne PARASSOLS

Groupe le Parc, Christophe PRATVIEL

Halles Solanid, Anne OUDINOT

Hôtel le Coq d'Or, Françoise CARDUSI

Lycée de Font-Romeu, Alain BRAGULAT

Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes, Antoine BIENNASSIS

Pôle Sanitaire Cerdan, Laurent CLAMOUSE

Super U d'Egat, M. VIGUÉ.

Annexe 2 – Méthodologie du diagnostic

Approche

Le diagnostic est l’une des étapes d’un projet alimentaire territorial, projet défini par le Code rural.

La méthode proposée par l’IUFN (international urban food network, réseau international alimentation urbaine), basée sur des questions et partant de l’analyse du bassin de consommation et de production, a été retenue pour le présent diagnostic. En effet :

- Comme en ville, la souveraineté alimentaire n’est pas un objectif sur un territoire de montagne ; il s’agit d’identifier les freins et les nouvelles opportunités pour une alimentation plus locale et plus durable, à travers un diagnostic principalement qualitatif.
- La définition de questions auxquelles répondra le diagnostic permet à chacun de s’approprier la démarche de diagnostic.

Quatre questions ont été définies avec les partenaires, une cinquième portant sur les actions du projet. La question 1 concerne le bassin de vie, la 2 le bassin de production. Les questions prennent en compte les spécificités d’un territoire de montagne à saisonnalité touristique marquée (questions 1 et 2), les stratégies des collectivités locales (question 3), la culture catalane (question 4) et l’objectif in fine du diagnostic : affiner le cadre stratégique du projet alimentaire territorial (question 5). Chaque question a été subdivisée en critères :

Tableau 2. Questions du diagnostic et critères

Questions	Critères
Quels sont les freins qui limitent l’accès des habitants et des visiteurs à une alimentation bonne pour la santé, locale et de qualité ?	Les lieux d’approvisionnement, transports et contraintes Les produits moins disponibles localement, par saison Les nouvelles attentes des publics accueillis Les comportements alimentaires, les publics fragiles
Quelles réponses les acteurs de l’alimentation apportent-ils déjà pour assurer la disponibilité de l’alimentation sur le territoire ?	Les acteurs des chaînes alimentaires et leurs réseaux La logistique et les services, leur saisonnalité Les liens avec la vallée du Conflent, le littoral, le reste de l’Occitanie Les liens avec les acteurs transfrontaliers, avec l’Andorre Les démarches qualité, de développement durable Les expériences réussies
Quelles opportunités pour une alimentation plus durable sur notre territoire de montagne de par sa vocation santé, tourisme et énergies renouvelables, et quelles « menaces » ?	Synergies entre alimentation et santé, tourisme Synergies avec le solaire, la géothermie Prendre en compte le changement climatique Autres risques à prendre en compte
Quelles sont les spécificités du patrimoine catalan en matière d’alimentation ?	Héritage « montagne catalane », le lien social et l’alimentation Synergies transfrontalières
Quelles actions concrètes conduire via le projet alimentaire territorial, et avec qui ?	Attentes vis-à-vis des actions en cours Nouvelles opportunités de mutualisation

Champ de l'analyse

Onze catégories d'aliments ont été observées : (1) céréales, farines, pains (2) produits laitiers et œufs, (3) viande et charcuterie, (4) poisson, (5) pommes de terre, (6) légumes et fruits, frais et transformés, (7) légumineuses, (8) produits de cueillette, (9) plantes aromatiques, tisanes, miel (10) sel et épices, (11) boissons. Il s'agit de produits de base, pour une alimentation diversifiée.

Les 2 communautés de communes sur lesquelles les partenaires exercent principalement leur activité professionnelle ou associative actuelle, Pyrénées Cerdagne et Pyrénées Catalanes, forment le périmètre de consommation examiné. Le diagnostic a confirmé la cohérence de ce territoire avec le bassin de vie des résidents permanents.

Tous les modes de distribution sont concernés, des circuits courts et marchés à la grande distribution. Le bio est pris en compte sans être un domaine prioritaire. La dimension transfrontalière est intégrée.

Outils d'observation

Le diagnostic a mobilisé plusieurs outils : une base des acteurs, des entretiens, une observation directe des lieux de vente, des enquêtes auprès des consommateurs et professionnels, et l'assemblage de données statistiques. Ces outils ont permis de combiner information quantitative et qualitative.

La base des acteurs, a permis de faire ressortir la diversité des acteurs concernés par l'alimentation sur le territoire et de préparer les enquêtes.

Les entretiens ont été réalisés auprès d'un échantillon d'acteurs de l'alimentation, de manière à mobiliser 2 interlocuteurs a minima par catégorie d'acteurs. Un équilibre a été assuré entre les 2 communautés de communes, et entre les acteurs proches des partenaires ResPyrem et d'autres acteurs.

Des observations de lieux de vente ont été réalisées en parallèle en Cerdanya espagnole par le projet CCIPirineusMed.

Un dénombrement exhaustif récent des exploitations agricoles a été réalisé puisque sur un territoire de montagne, toutes les exploitations (sauf les spécialisées en maraîchage qui sont très peu nombreuses) sont bénéficiaires d'une aide de la PAC :

<https://www2.telepac.agriculture.gouv.fr/telepac/tbp/accueil/accueil.action>

Les faits marquants relatifs aux questions 1 à 4 découlent d'une analyse AFOM (atouts, faiblesses, opportunités, menaces). Cette analyse a été produite en atelier avec les partenaires du collectif ResPyrem, avec les contributions des ateliers de l'instance de concertation territoriale.

Les élus et services des acteurs institutionnels du territoire (Région, Département, Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes, Communautés de communes Pyrénées Cerdagne et Pyrénées Catalanes) ont été invités à participer aux réunions de l'instance de concertation territoriale, à l'enquête auprès des professionnels et à des entretiens individuels avec le bureau d'études.

Limites

Les consommateurs ayant participé à l'enquête sont les résidents permanents et secondaires. Les attentes et comportements des touristes et visiteurs ont été analysés indirectement à travers les acteurs de l'alimentation. Les hôteliers et restaurateurs ont participé aux entretiens et à l'enquête. L'adéquation entre leur offre et la demande des touristes est restée hors du champ du diagnostic.

Annexe 3 – Données statistiques mobilisées

Population et logements

Commune	Pyrénées Cerdagne	Pyrénées Catalanes	Population 2015	Résidences principales	Résidences secondaires
Angoustrine-Villeneuve-des-Escaldes	x		709	248	286
Bourg-Madame	x		1214	536	414
Dorres	x		164	83	151
Égat	x		446	203	191
Enveitg	x		661	305	437
Err	x		656	254	533
Estavar	x		457	191	660
Latour-de-Carol	x		421	197	281
Llo	x		169	71	130
Nahuja	x		76	35	78
Osséja	x		1328	497	857
Palau-de-Cerdagne	x		409	183	346
Porta	x		118	52	152
Porté-Puymorens	x		105	54	323
Saillagouse	x		1101	483	623
Sainte-Léocadie	x		137	54	452
Targassonne	x		180	74	138
Ur	x		358	145	221
Valcebollère	x		42	23	52
Les Angles		x	528	268	3635
Ayguatébia-Talau		x	43	27	103
Bolquère		x	799	363	2971
La Cabanasse		x	662	285	319
Caudiès-de-Conflent		x	18	10	49
Eyne		x	126	65	727
Fontrabieuse		x	132	55	174
Formiguères		x	457	196	787
La Llagonne		x	226	111	278
Matemale		x	268	124	346
Mont-Louis		x	170	87	101
Font-Romeu-Odeillo-Via		x	1954	1026	4436
Planès		x	54	27	56
Puyvalador		x	75	39	364
Railleu		x	29	14	52
Réal		x	64	33	120
Saint-Pierre-dels-Forcats		x	267	116	527

Sansa		x	25	16	38
Sauto		x	93	43	119
Ensemble			14741	6594	21527
Pyrénées Cerdagne			8751	3690	6325
Pyrénées Catalanes			5990	2904	15203

Chiffre d'affaires de l'alimentation

	Pyrénées Cerdagne	Pyrénées catalanes	2 EPCI
Résidents hors RHD			
N habitants – 2015	8 751	5 990	14 741
N ménages – 2015	3 690	2 894	6 584
N logements – 2015	10 742	18 760	29 502
Dont N résidences principales	3 690	2 904	6 594
Dont N résidences secondaires	6 325	15 203	21 528
Part résidences secondaires	59%	81%	
N ménages théoriques à l'année supplémentaires (1)	1 461	2 670	4 131
N ménages total à l'année	5 151	5 564	10 715
Dépenses alimentaires à l'année – ménages résidents (M euros) (2)	19	15	34
Dépenses alimentaires à l'année – total ménages (M euros)	26,5	28,6	55,1
Pointe touristique – population	ND	70 000 (3)	100 000*
Dépenses alimentaires par jour – pointe touristique (euros) (4)	ND	467 000	
Achats tourisme d'excursion hors RHD (M euros)			2
Estimation RHD			
Public centres de formation - équivalent temps plein (5)			425
Public établissements de santé et médicosociaux (6)			1550
Estimation chiffre d'affaires RHD (M euros)			26
Dont :			
Etablissements de santé et centres de formation			11,5
Cantines 1aire et 2aire (7)			2,5
Restaurant (8)			12
Total budget alimentation (M euros)			83
Part RHD			31%

(1) Estimation Tercia : nombre d'unités touristiques par catégorie x taux d'occupation annuel. (2) Référence panier alimentaire. (3) Source : diagnostic SCoT Communauté de communes Pyrénées catalanes. (4) Estimation Tercia : estimation taille de ménage = 2,1 personnes ; estimation dépenses alimentaires par jour et par ménage = 5 147 / 365 = 14 euros. (5) Estimation Tercia d'après entretiens (pensionnaires CREPS, Lycée Font-Romeu, CNEC Mont-Louis, Lycée agricole de Bourg Madame). (6) Estimation Tercia (source entretiens). (7) Estimation (budget moyen par ménage, statistique agricole X N ménages résidents). (8) Estimation (budget moyen par ménage, statistique agricole X N ménages résidents et non résidents).

Annexe 4 – Résultats de l'enquête

Panel des participants à l'enquête

Enquête :	1. Consommateurs		2. Professionnels	
	N	%	N	%
Sexe du répondant				
Femme	124	86%	41	51%
Homme	21	14%	39	49%
Ensemble	145	100%	80	100%

Age du répondant	N	%	N	%
Moins de 35 ans	29	20%	6	8%
Entre 35 et 50 ans	56	39%	46	58%
Plus de 50 ans	58	40%	27	34%
NSP	2	1%	1	1%
Ensemble	145	100%	80	100%

Activité des consommateurs	N	%	Activité des professionnels	N	%
En recherche d'emploi	5	3%	Elu, service de collectivité	18	23%
Retraité ou au foyer	46	32%	Association	15	19%
Étudiant	4	3%	Agriculture, agro-alimentaire	14	18%
Employé, ouvrier	45	31%	Distribution, commerce	3	4%
Enseignant, technicien	17	12%	Restaurant, artisan	11	14%
Artisan, commerçant, exploitant agricole	5	3%	Autre restauration hors domicile	0	0%
Chef d'entreprise, cadre, profession libérale	23	16%	Enseignement	3	4%
			Santé, médico-social	7	9%
			Tourisme, hébergement	3	4%
			Autre	6	8%
Ensemble	145	100%	Total général	80	100%

Résidence des consommateurs	N	%			
Résident permanent	127	88%			
Résident non-permanent	18	12%			
Ensemble	145	100%			

NSP : ne se prononce pas.

Enquête consommateurs

Sur ce territoire, où faites-vous vos courses alimentaires ?					
	Oui, pour des courses de base	Oui, pour vous faire plaisir	Non	NSP	Total
Dans un supermarché, en France, ici en montagne	92%	3%	4%	1%	100%
Dans une épicerie, en France, ici en montagne	24%	30%	37%	9%	100%
Sur un marché, en France, ici en montagne	23%	45%	26%	6%	100%
En Espagne, pour les fruits et légumes	29%	10%	53%	8%	100%
En Espagne, pour d'autres produits alimentaires	33%	15%	43%	9%	100%
Dans une boutique ou sur un marché de producteurs	32%	44%	17%	7%	100%
Vous faites vos courses en ville ou en plaine	23%	11%	57%	9%	100%
Vous faites vos courses ici, près de votre résidence	81%	6%	10%	3%	100%
Vous achetez sur internet et vous faites livrer à domicile ici en montagne	6%	21%	68%	6%	100%

Sur ce territoire de montagne, pour un choisir un magasin, un produit, un plat, quelles informations recherchez-vous en priorité sur les panneaux, les étiquettes ?					
	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	Non	NSP	Total
Une marque connue	19%	39%	37%	6%	100%
Le prix	63%	22%	10%	5%	100%
La présence de légumes frais	85%	12%	2%	1%	100%
La présence de bio	52%	30%	17%	1%	100%
La présence de produits locaux	72%	22%	6%	1%	100%
La mention du nom d'un producteur local	61%	22%	14%	2%	100%
La présence de produits ou plats végétariens	12%	14%	70%	5%	100%
Vous évitez les aliments trop caloriques	45%	31%	20%	4%	100%
Vous cherchez surtout à gagner du temps	24%	28%	40%	8%	100%

Sur ce territoire de montagne, trouvez-vous facilement les produits alimentaires que vous souhaitez ?						
	Oui, à un prix raisonnable	Oui, mais trop cher	Non, pas facile à trouver	Vous ne recherchez pas ce produit	NSP	Total
Légumes secs Occitanie	18%	11%	25%	44%	2%	100%
Yaourts locaux	39%	37%	5%	17%	3%	100%
Légumes maraîcher plaine	47%	22%	14%	15%	1%	100%
Oeufs bio	56%	23%	8%	12%	0%	100%
Pain de qualité artisanale	57%	14%	21%	8%	0%	100%
Viande bovine locale	57%	23%	7%	12%	1%	100%
Pomme de terre Cerdagne	70%	6%	7%	17%	0%	100%

Été, hiver, intersaison, quelle est votre expérience sur ce territoire de montagne ?						
	Oui, tout à fait d'accord	Assez d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP	Total
En saison touristique, c'est plus cher qu'en ville	45%	26%	13%	3%	12%	100%
En été, on a plus de choix en produits frais	39%	34%	17%	3%	7%	100%
En été, on trouve suffisamment de fruits à acheter ici	35%	32%	19%	8%	6%	100%
En hiver, on ne trouve pas tout ce qu'on veut	19%	41%	21%	7%	13%	100%
En période creuse pour le tourisme, on est obligé de changer les endroits où l'on achète son alimentation	17%	20%	30%	23%	9%	100%
On mange plus de fromages et de charcuterie ici qu'en plaine ou en ville	17%	23%	19%	15%	27%	100%
Au restaurant, les plats traditionnels catalans permettent de manger équilibré	9%	19%	38%	12%	21%	100%

Enquête professionnels

La demande d'une alimentation de qualité, locale, bonne pour la santé sur ce territoire de montagne						
	Oui, tout à fait d'accord	Assez d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP	Total
Les habitants et les touristes ont des demandes souvent différentes	20%	51%	21%	6%	1%	100%
Le tourisme contribue globalement positivement à la disponibilité de produits alimentaires de qualité sur le territoire	38%	36%	21%	4%	1%	100%
Il y a une vraie demande pour des produits d'origine locale ou issus d'un producteur basé à proximité de ce territoire	69%	28%	3%	0%	1%	100%
La demande en produits bio est croissante	54%	33%	11%	1%	1%	100%
Il y a une demande pour plus de bio et d'alimentation de proximité dans les cantines scolaires	48%	41%	5%	1%	5%	100%
Les habitants, quel que soit leur niveau de revenu, font une partie de leurs achats alimentaires de base en Catalogne espagnole	28%	30%	30%	8%	5%	100%
On voit de plus en plus d'habitants ayant un problème d'obésité	21%	34%	40%	1%	4%	100%

La demande d'une alimentation de qualité, locale, bonne pour la santé sur ce territoire de montagne						
	Oui, tout à fait d'accord	Assez d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP	Total
En périodes de forte fréquentation touristique, les circuits d'approvisionnement sont difficiles à gérer	16%	46%	28%	6%	4%	100%
Les périodes creuses pour le tourisme posent des problèmes pour certains produits alimentaires	14%	36%	39%	9%	3%	100%
Chaque professionnel combine des solutions d'approvisionnement diversifiées	26%	61%	8%	0%	5%	100%
Les conditions hivernales de transport ne sont pas un problème	19%	39%	34%	6%	3%	100%
Les options disponibles pour acheter et vendre en montagne des productions agricoles de la plaine littorale sont limitées	25%	53%	15%	5%	3%	100%
Les produits bio sont plus chers qu'en plaine	26%	40%	24%	4%	6%	100%
Les produits de Catalogne espagnole apportent un plus pour les professionnels basés en France	19%	35%	30%	11%	5%	100%
La logistique est une contrainte toute l'année	29%	53%	13%	3%	4%	100%

Le cas particulier de certains produits alimentaires sur ce territoire de montagne						
	Oui, en toute saison	Oui, mais pas en toute saison	Non, c'est trop cher	Non, il n'y a pas assez de choix	NSP	Total
Légumes maraîcher plaine	21%	48%	10%	10%	11%	100%
Légumes secs Occitanie	23%	25%	14%	20%	19%	100%
Pomme de terre Cerdagne	24%	63%	4%	3%	8%	100%
Viande bovine locale	46%	28%	13%	4%	10%	100%
Oeufs bio	56%	21%	8%	6%	9%	100%
Yaourts locaux	58%	19%	13%	4%	8%	100%
Pain artisanal de qualité	59%	11%	5%	15%	10%	100%

Quelles actions pour manger mieux, bon et bien en Pyrénées catalanes ?						
	Oui, tout à fait d'accord	Assez d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP	Total
Don alimentaire	29%	54%	6%	5%	6%	100%
Contacts Catalogne espagnole	39%	30%	16%	8%	8%	100%
Nouveaux services logistique	51%	39%	5%	0%	5%	100%
Recyclage déchets	53%	41%	1%	3%	3%	100%
Idées innovantes tourisme, sport	55%	29%	10%	0%	6%	100%
Idées innovantes santé, bien-être	58%	38%	0%	4%	1%	100%
Formations et conseil	61%	34%	0%	3%	3%	100%
Agir avec les collectivités locales	61%	30%	3%	3%	4%	100%
Collaboration approvisionnement	64%	33%	3%	0%	1%	100%
Echanges agriculteurs	78%	18%	3%	0%	3%	100%
Education santé-alimentation	79%	21%	0%	0%	0%	100%



Res'Pyrem

Réseau Pyrénéen de
Développement Collaboratif

CONTACT

Stéphanie MACHELART

Coordinatrice du projet

Association Chemin Faisant

3 Carrer de Cal Joanet 66800 ERR

06-38-43-53-90

s.machelart@cheminfaisant-asso.fr

facebook.com/respyrem/



www.tercia.fr