

MATINEE CONSACREE A L'EVALUATION

Le support de présentation est à retrouver [sur le site de la DRAAF](#).

Introduction sur le volet évaluation

Le travail présenté lors de l'atelier n'est pas exhaustif.

Différentes méthodes existent et ont été repérés dans le cadre d'une étude commanditée par l'ADEME. Les livrables de l'étude sont [à retrouver ici](#)

Points complémentaires pour la labélisation :

- Le partenariat avec les communes ou l'EPCI permet de démontrer les relations en lien avec les autres collectivités du territoire de PAT. Il permet d'apporter la preuve que le porteur de PAT a bien communiqué auprès des communes et que celles-ci sont bien associées (a minima bien informées) de ce qui se fait dans le cadre du PAT. L'objectif est de montrer sous ou forme ou une autre le lien avec les communes : il peut s'agir d'une délibération, d'un courrier, d'une participation à une commission de suivi ou de convention d'action pour des partenariats spécifiques avec certaines communes
- Possibilité de montrer les temps de capitalisation ou de transfert passés en tant que porteur de PAT (ex. sollicitations d'autres territoires, entretiens...)

Indicateurs par thématique de l'instruction de la labélisation

Justice sociale

Les projets et expérimentations autour de la Sécurité Sociale de l'Alimentation peuvent être intégrées dans ce volet tout comme les projets et actions lauréats de l'AAP Mieux manger pour tous de la DREETS.

Santé

De nombreux acteurs présents, ne pas hésiter à contacter vos interlocuteurs (Atelier santé ville, coordonnateurs de santé, animateur de contrat local de santé) pour avoir plus d'information sur l'écosystème.

Education à l'alimentation

De nombreux acteurs peuvent réaliser des actions d'éducation. Possibilité de mettre en avant les résultats de structures locales dès lors qu'elles interviennent en articulation avec le PAT.

Gaspillage alimentaire

Le REGAL reste la structure vers laquelle se diriger et se renseigner sur le gaspillage alimentaire.

Foncier

Penser à s'appuyer sur les documents d'urbanisme ou de planification existants sur les territoires.

Environnement

Sur cette thématique, l'objectif est de montrer des passerelles entre agriculture et environnement. Possibilité aussi de croiser avec des données ou actions menées par d'autres services du porteur de PAT.

Quelques partages d'expériences ou d'actions :

- Sur la CA Mont Saint Michel Normandie, le Défi Toit est une démarche territoriale de sobriété autour de 4 thèmes du quotidien : se loger, se déplacer, se nourrir et consommer.
- Sur Terroir de Caux : organisation d'un atelier cuisine avec un chef avec des produits locaux provenant d'exploitations situées sur le périmètre d'un BAC
- Lisieux, Rouen Métropole : Développement d'ateliers autour du chanvre, culture à bas niveau d'intrants et liens avec la restauration collective

Conclusion

Identifier et démontrer les impacts du PAT via des indicateurs qui serviront en partie à une compilation nationale pour justifier l'intérêt des PAT et la nécessité de les accompagner.

En dehors de l'indicateur obligatoire pour la restauration collective, renseigner a minima un indicateur par thématique

Bien penser à repartir de son diagnostic initial car de nombreuses données sont présentes

Possibilité d'enrichir l'évaluation avec des indicateurs autres définis par le territoire dans le suivi de son programme d'actions.

Intégrer l'évaluation le plus en amont possible de la mise en œuvre du programme d'action et prévoir les moyens d'une mise à jour (a minima tous les deux ans).

AAC soutien au déploiement des PAT niveau 2

Rappel des délais de dépôt des dossiers → 15 octobre pour la seconde séance d'instruction

Le dépôt peut se faire en deux temps : labellisation puis demande de financement

Des remarques sont faites sur les modalités de remplissage sur la plate-forme : ne pas hésiter à joindre en annexe des documents explicatifs (par ex : objectifs retenus pour l'atteinte des indicateurs, bilan intermédiaire des actions déjà menées).

APRES-MIDI SUR LE THEME DE LA COMMUNICATION

Présentation de la cité de l'alimentation – Clément Charlot

Objectif du projet : rendre accessible l'alimentation aux habitants d'Hérouville avec 6 quartiers prioritaires de la ville (QPV) et des lieux de travail.

Phase 1 de la cité de l'alimentation - une année d'expérimentation (lieu, fonctionnement avec des bénévoles, prix de soutien, rentabilité...). Cette phrase est accompagnée par des structures et acteurs publics (région, fondation de France, caisse des dépôts, France active) ce qui a permis de lever 100 000 euros. Mise à disposition du local par la commune d'Hérouville (faible loyer)

Pour cette première phase, statut associatif avec le recours à des bénévoles chaque jour (5 personnes maximum pour la cuisine, 1 personne pour la salle) en appui aux 2 salariés de l'association.

Un rapide bilan après 6 mois d'expérimentation : retour positif, partenariat avec tous les publics au niveau des bénévoles, succès pour l'activité de traiteur...

Phase 2 de la cité de l'alimentation – But : mettre dans un même endroit de la production, de la transformation et de la restauration sur les 2 600m² disponibles à savoir :

- Une boulangerie
- Une laiterie : lait collecté auprès d'un éleveur pour ensuite le transformer sur le site en crème, yaourt, fromage frais mozzarella-fêta...) en s'inspirant d'autres laiteries urbaines comme la laiterie de Paris
- Une légumerie-conserverie (avec un autoclave)
- Un restaurant et une activité de traiteur
- Des cuisines pour accueillir des formations et des ateliers (cuisine pour enfant, cuisine à destination des lycées hôteliers et de chefs de collectivités et cuisine santé-nutrition)

Budget nécessaire de 4 millions d'euros : 3 millions d'euros de rénovation et mise aux normes du bâtiment et 1 million d'euros pour la cuisine pour équipement.

Impact estimé sur l'emploi : 16 salariés à terme pour faire fonctionner le projet dans son optimum.

Présentation du projet aux financeurs pour définir les suites à donner à l'issue de la phase d'exploration en 2024.

PAT et communication

Synthèse de l'atelier collaboratif sur les outils de communication utilisés ou projetés pour les territoires porteurs de PAT.

La majorité des territoires porteurs de PAT présents avaient un logo et/ou un slogan pour leur territoire ainsi que des outils permettant de reconnaître le PAT lors de réunions ou d'événements (posters, kakemonos...). Les territoires ont aussi un onglet spécifique ou un article sur le site internet de leur collectivité autour du PAT. Des publications sur les réseaux sociaux sont également proposées à des fréquences variables selon les territoires.

La presse locale est également un canal de diffusion avec l'exemple de Terres d'Argentan qui partage des noms de producteurs pour une série hebdomadaire de portraits d'agriculteurs dans Ouest France.

D'autres outils sont en réflexion comme le podcast pour la CA Mont-Saint-Michel Normandie et le Département de la Seine-Maritime.

Enfin, le PNR du Perche édite des livrets thématiques sur différentes actions du PAT ([rendez-vous autour de l'alimentation](#), [espace test](#), projet sur [les légumineuses](#), [catalogue pour la restauration collective](#) etc.).

Ci-dessous une synthèse des échanges et des sujets évoqués autour de quelques outils spécifiques.

Outil	Territoire	Cible	Fréquence	Indicateurs de suivi et/ou d'impacts	Intérêts	Difficultés
Newsletter (du PAT et/ou thématique et/ou d'une action)	PNR du Perche	Différentes cibles possibles - Elus - Partenaires et acteurs économiques de la gouvernance - Grand public	Envois trimestriels ou semestriels selon les territoires	- Nombre d'abonnés - Taux d'ouverture	- Possibilité d'avoir différents niveaux d'informations - Possibilité de picorer les infos - Partager des dates et évènements à venir - Valoriser les actions des partenaires des PAT - Maintenir un lien avec les acteurs	- Temps nécessaire pour la rédiger (veille et formalisation) - Tenir à jour la base de données de contacts pour assurer sa diffusion - Maintenir la périodicité et les échéances - Absence de service communication ou difficultés à le mobiliser
	Métropole Rouen Normandie	- Professionnels - Partenaires 1 newsletter thématique autour de la restauration collective et 1 newsletter du PAT avec 4 thématiques...	Semestriel			
	Conseil Départemental de la Seine Maritime	- Professionnels - Partenaires	Semestriel			
	Pôle métropolitain de Caen	- Réseau des acteurs et partenaires du PAT - Producteurs - Elus	En fonction des actualités			

La newsletter est un outil en réflexion ou projeté sur certains territoires.

Outil	Territoire	Cible	Fréquence	Indicateurs de suivi et/ou d'impacts	Intérêts	Difficultés
Guide des producteurs locaux ou carte interactive (du PAT et/ou thématique et/ou d'une action)	CC Terroir de Caux	Différentes cibles possibles - Grand public - Restaurateurs - Grand public	Périodicité de mise à jour différente selon les territoires (annuelle, bisannuelle)	- Nombre d'exemplaires distribués (si version papier) - Nombre de téléchargements (si version en ligne) - Taux d'ouverture	- Promouvoir et valoriser les circuits courts du territoire - Sensibiliser les acheteurs (professionnels et/ou grand public) à l'offre locale existante - En ligne, lien possible et partage de ressources avec d'autres démarches (ex. En 76, lien entre les PAT et Mon panier76, plate-forme en ligne départementale répertoriant les producteurs de circuits courts)	- Définir un cadre de référence pour produit local et comment en assurer le suivi - Temps nécessaire à son élaboration et mise à jour - Coûts d'impression
	Intercom de la Vire au Noireau	- Acheteurs de la restauration collective				
	PNR du Perche	- Grand public (habitants permanents ou touristes)				

Outil	Territoire	Cible	Fréquence	Indicateurs de suivi et/ou d'impacts	Intérêts	Difficultés
Evénementiel	Ter Bessin & action Fish Truck	Différents formats et cibles possibles <ul style="list-style-type: none"> - Foires et fêtes → grand public et/ou professionnel - Film-débat → grand public - Ateliers → tout public - Evénements B2B → professionnel 	Varie selon le type d'évènement ou s'il s'agit d'un évènement ponctuel créé autour du PAT	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'inscrits/participants - Retombées dans les médias - Taux d'ouverture 	<ul style="list-style-type: none"> - Profiter et capitaliser sur des événements existants pour communiquer sur le PAT - Communiquer sur un thème en particulier (par ex. l'offre en pêche locale) - Faire connaître le contexte agricole localement et les actions des différents partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation de élus pour s'assurer de toucher un public le plus large possible - Intérêt des journalistes et des médias à relayer les événements - Mesure de la participation pour les événements ouverts (foire) ou sans inscription
	Terres d'Argentan et soirée « Une alimentation locale est-elle possible ? » avec des intervenants et des capsules vidéos					

Outil	Territoire	Cible	Fréquence	Indicateurs de suivi et/ou d'impacts	Intérêts	Difficultés
Vidéos	Métropole Rouen Normandie Intercom Bernay Terres de Normandie	Différentes cibles possibles <ul style="list-style-type: none"> - Elus - Partenaires et acteurs économiques de la gouvernance - Grand public 	Fluctuant	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de vues - Nombre de diffusion lors de différents événements 	<ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître et mettre en avant des acteurs ou partenaires locaux du PAT - Partager un retour sur des actions du PAT - Partager des dates et événements à venir - Valoriser les actions en lien avec le PAT - Maintenir un lien avec les acteurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Temps nécessaire pour réaliser la vidéo /coût - Assurer la diffusion de la vidéo et son suivi