

# Agglomération de Mulhouse

E. Passat, Directrice du service développement durable  
R. Kraemer, Chargé de mission agriculture durable

---

« Un PAT est comme un plan climat, il y a un enjeu à l'échelle internationale qui est lui-même lié aux enjeux locaux et réciproquement. Ce n'est ni ascendant ni descendant, cela se construit à la jonction des deux, avec les partenaires. »

## L'objectif du projet

Depuis 2009 nous travaillons avec différents acteurs du monde agricole (Chambre d'Agriculture, OPABA, Terre de Liens) sur 2 axes : le foncier et la sensibilisation des habitants. Sur le foncier, les communes et les élus se sont bien appropriés l'enjeu de la sauvegarde des terres agricoles. Nous avons évité l'urbanisation de 100 ha qui ont été identifiés par les communes comme devant rester des terres agricoles.

Notre objectif maintenant est de faire émerger une filière et d'accompagner sa structuration.

## D'où vient la démarche

Au début nous avons fait un PAT sans le nommer : en 2009 nous avons dans notre plan climat un axe sur la consommation responsable. Notre premier plan climat date de 2007 c'est-à-dire avant les lois Grenelle. C'était donc un plan volontariste et non obligatoire. Dans cet axe, les élus voulaient investir la question des terres et la consommation d'espace, deux axes majeurs inscrits dans le Schéma Régional Air/Energie de 2011-2012. L'agglomération a initié la question foncière sous l'angle du lien entre producteurs et consommateurs par un travail sur le « consommer plus juste ».

La sensibilisation des habitants est le fil rouge du service. Par exemple, pour l'opération « climat gourmand », nous avons 2 objectifs : travailler avec les restaurateurs pour qu'ils prennent conscience qu'il leur est possible de se fournir localement et sensibiliser ainsi les consommateurs. Les restaurateurs signaient une charte et proposaient 1 fois par an pendant 3 semaines un menu local. Nous leur fournissions une liste de producteurs et avons réalisé une formation auprès de chefs de cuisine et du personnel de salle pour communiquer ensuite cette opération auprès des clients. Les restaurateurs étaient intéressés pour afficher une traçabilité de leurs produits auprès de leurs clients. Nous avons réalisé 4 éditions de cette opération.

Pour nous c'était précieux de toucher des citoyens sans qu'ils viennent à un événement spécifique car il est difficile de toucher un public non convaincu d'avance.

Depuis il y a une forte évolution et nous avons 2000 paniers par semaine répartis sur 32 points de vente (Amap, Ruche Qui Dit Oui, point de distribution à la ferme etc). M2A apporte une aide financière annuelle aux porteurs de projet pour aider à l'installation de points de vente et une aide aux producteurs qui peut être financière ou par une mise en lien. Par exemple lorsqu'un producteur cherche des terres pour s'installer nous le mettons en relation avec une commune où il y a du foncier disponible.

## Carte d'identité

### L'agglomération :

273 894 hab

1 020 hab/km<sup>2</sup>

22 communes

Fait partie du pôle  
métropolitain Strasbourg-  
Mulhouse-Colmar.

### Nombre d'acteurs :

Un collectif de 60 acteurs  
rassemblés en novembre  
2016

### Directrice :

Elodie Passat

Chargé de mission : Régis  
Kraemer

### Contact :

03 89 33 79 86

elodie.passat@mulhouse-  
alsace.fr

En 2014, une Vice-Présidente est nommée à l'agriculture durable, Mme Striffler. Dès 2015 elle a souhaité amplifier les démarches existantes. Nous avons démarré un travail avec les structures de la restauration collective : nous avons lancé un appel à projet auprès d'eux et 6 structures y ont répondu (Lycée, EHPAD, école, structure d'insertion). Celles-ci travaillent avec l'OPABA pour lever les freins de l'intégration du bio, qu'ils soient financiers ou liés au conditionnement des produits. Il y a également une démarche qui se construit avec le périscolaire pour augmenter progressivement la part du bio, qui représente déjà 20% dans les repas.

En 2015, suite à l'opération « climat gourmand », avec la fondation MACIF, a émergé le souhait d'aller plus loin. Nous avons identifié que le lien entre producteurs et restaurateurs était faible par manque de disponibilité des producteurs pour mener un vrai travail commercial et par l'impossibilité pour le restaurateur d'aller se fournir dans 10 sites de producteurs différents.

Il y a une envie des 2 côtés mais il manque des éléments pour consolider le lien. Au niveau du territoire dans son ensemble, il y a des initiatives parsemées qu'il faut agréger dans des objectifs communs. Pour aller plus loin, il nous semble qu'il est nécessaire de rentrer dans une logique de filière. Toutes ces actions, du foncier au consommateur rendent faisable la création d'une véritable filière.

Ce que nous avons de plus précieux ce sont nos partenaires, nous pouvons nous dire que nous ne sommes pas seuls. Ils se sont approprié les enjeux. Un PAT c'est comme un plan climat, il y a un enjeu à l'échelle internationale qui sont eux-mêmes liés aux enjeux locaux et réciproquement. Ce n'est ni ascendant ni descendant, cela se construit à la jonction des deux, avec les partenaires. Chacun à son niveau est contributeur du PAT qui est une vision territoriale. Nous devons apporter les éléments pour que chacun se sente concerné. Nous devons montrer les complémentarités plutôt que ce qui oppose.

Pour nous c'est un processus qui se construit dans le temps. En 2007 il y avait la première Amap et aujourd'hui, il y a 32 points de vente.

## LES DIFFICULTES RENCONTREES ET BESOINS POUR ALLER PLUS LOIN

Nous voyons se dessiner des acteurs moteurs et un démarrage de filière, même si celle-ci est de petite échelle. C'est un bon début. Chacun apprend à travailler avec l'autre. Les différents acteurs ont différentes temporalités et il faut collectivement l'accepter.

La fragilité de la démarche, c'est le risque de se disperser. Nous devons assoir une vision, qu'on parte du même point pour arriver au même point. Une faiblesse serait de ne pas avoir de projet à court terme c'est-à-dire dans les 2 ans. Comme pour le plan climat la difficulté c'est de faire le va et vient entre le long terme à 5/10 ans et le court terme, entre une vision et le concret. Il faut donner des signes, au-delà des intentions, que des réalisations se mettent effectivement en place.

Une autre faiblesse est le manque de temps pour être au plus près des acteurs pour établir un lien plus récurrent et avec cette démarche PAT justement cette proximité va se construire.

« La sensibilisation des habitants c'est le fil rouge du service »

« Au niveau du territoire dans son ensemble, il y a des actions parsemées qu'il faut agréger dans des objectifs communs »

« Ce que nous avons de plus précieux ce sont nos partenaires, nous pouvons nous dire que nous ne sommes pas seuls ».

### Pour en savoir plus :

<http://www.mulhouse-alsace.fr/fr/actions-du-plan-climat>