



# DES LÉGUMERIES ENGAGÉES DANS LA TRANSITION AGRICOLE ET ALIMENTAIRE



JE SUIS ACTEUR·ICE D'UN PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL (PAT)...

Je participe à la discussion,  
à la création ou au soutien  
de **légumeries** sur  
mon territoire

J'ai besoin de mieux  
**cerner les difficultés**  
des terrains ayant investi  
dans un projet de  
légumerie

Je cherche à  
**m'inspirer**  
**de solutions**  
testées  
ailleurs

... ALORS CETTE SYNTHÈSE EST FAITE POUR MOI !



Un **Sommaire**  
aux petits oignons

**03**

A propos

**04**

Terrains

**05**

Définitions

**09**

Freins

**13**

Atouts

**15**

Conclusions

**17**

Références

**18**

Conseils



## Des légumeries en 2024...

La **dynamique récente** de **multiplication** des légumeries répond aux besoins des territoires en termes de transition agricole et alimentaire, incluant l'enjeu de relocalisation alimentaire. Cependant, ces outils sont **complexes** et nécessitent une bonne connaissance des enjeux pour assurer leur fonctionnement.

Dans un contexte où les pertes et gaspillages alimentaires représentent 10 millions de tonnes de produits par an en France, dont 32% en phase de production et 21% en phase de transformation, **améliorer la gestion des ressources** agricoles est une question centrale.

## À propos

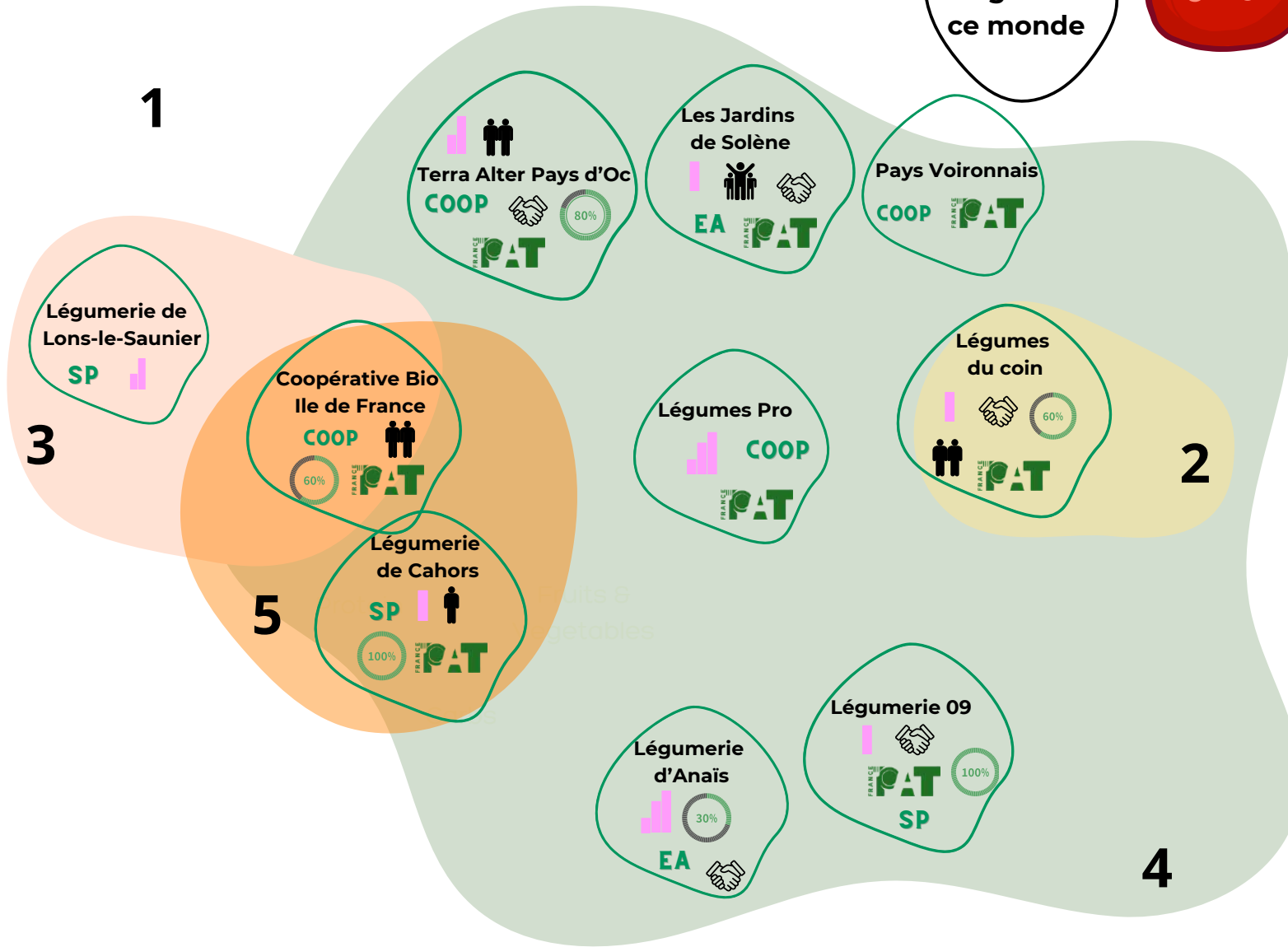
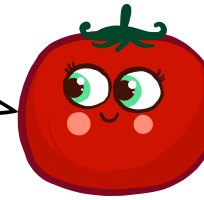
Cette étude repose sur des entretiens menés auprès de 10 cas d'étude sélectionnés en fonction de leur lien avec les Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) ou de leur implication dans une dynamique territoriale.

Son objectif est de transmettre des retours d'expérience des acteurs de la transformation alimentaire aux porteurs de PAT, dans une approche ascendante. Il est important de noter que cette étude n'a pas la prétention d'être exhaustive, que ce soit en termes de nombre d'entretiens ou d'analyses effectuées.



# Situation des terrains de l'enquête

Ça me fait rougir tout ce monde



## Volume

- inférieur à 100 tonnes annuelles
- entre 100 et 250 tonnes annuelles
- supérieur à 250 tonnes annuelles

## Approvisionnement sur l'année

- inférieur à 10 producteur.ices
- entre 10 et 20 producteur.ices
- entre 20 et 50 producteur.ices

## Statuts

- SP structure publique
- COOP coopérative (SCIC, SCOP)
- EA Entreprise Adaptée (EA)

## Gammes d'activité

- 1 produits bruts
- 2 conserverie
- 3 surgélation
- 4 coupés, crus, sous vide
- 5 coupés, cuits

## Caractéristiques de l'activité

travail en insertion



label Agriculture Biologique



vente en restauration collective (% de répartition dans l'activité totale)

## Liens avec les collectivités

impliqué dans un Projet Alimentaire Territorial (PAT)

## Légende

## Définition et cadre

Une légumerie est l'espace de préparation des fruits et légumes incluant le lavage, l'épluchage, le découpage et la mise en conditionnement des aliments. Une légumerie est donc un atelier de transformation des fruits et légumes bruts vers des aliments prêts à l'emploi.

Dans de nombreux cas, une activité de ventes de produits bruts, de congélation, de conserverie ou de préparation de potage est ajoutée. L'outil de transformation devient ainsi polyvalent.

Dans le schéma de la restauration collective, la légumerie est l'intermédiaire entre la production agricole et la cuisine de l'établissement collectif.

Les légumeries répondent à la demande de relocalisation de l'approvisionnement de la restauration collective ayant des vertus sur les plans économique, environnemental et social.

Cependant, l'habitude d'utiliser des produits déjà cuisinés ou surgelés a supprimé une partie des emplois et des liens avec l'approvisionnement qu'il s'agit de restructurer pour une amélioration de la qualité de l'alimentation et de la situation agricole.

## Les gammes de produits transformés



1ère gamme

Produits bruts



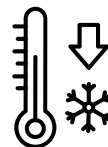
2ème gamme

Conserves



3ème gamme

Surgélation



4ème gamme

Coupés, crus,  
sous-vide



5ème gamme

Coupés, cuits,  
sous vide



## Variantes et fonctionnalités



### Statut et modèle économique

La légumerie peut être une structure publique (départementale ou intercommunautaire par exemple), une entreprise adaptée (avec des chantiers d'insertion ou non), une coopérative (SCIC, SCOP)... Ces formes juridiques reflètent divers niveaux d'engagements et des fonctionnements variés.

La légumerie se situe à l'intersection de plusieurs acteurs dont :

- l'amont pour la production agricole,
- l'aval pour les débouchés de vente,
- les politiques publiques territoriales des collectivités (à l'échelle communale, départementale, régionale, nationale),
- les associations impliquées dans l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), ...

La recherche de l'équilibre économique est centrale pour le maintien des légumeries. Des fonctionnements hybrides proposant des prestations de services ou des locations d'outil permettent de multiplier les sources de revenus et donc de se rapprocher de cet équilibre économique.



### Transformation et distribution

Toutes les initiatives de l'étude font partie de la catégorie outil territorial "semi-industriel" : intermédiaire ayant un fort lien au local et s'inscrivant dans le modèle "politique" artisanal, local (dont parfois avec de l'insertion). **1**

Cet engagement implique un positionnement "éthique" fort sur le choix des achats : priorité aux produits biologiques, enjeu de récupération des productions non calibrées et des surplus, etc.

Plusieurs modèles de distribution existent : soit des ventes exclusivement en restauration collective (scolaire, entreprise, structures médico-sociales), soit également vers des structures privées (magasins de producteurs, restaurants, traiteurs).



### Développement d'activités

Les légumeries peuvent être associées à des initiatives de sensibilisation, formation ou insertion portant les enjeux de l'alimentation saine.

**La Légumerie d'Anais** est une Entreprise Adaptée (EA) employant des personnes en situation de handicap, ce qui implique une dimension pédagogique et éducative en plus de l'aspect productif de l'outil de transformation.

Toute cette diversité met du beurre dans les épinards

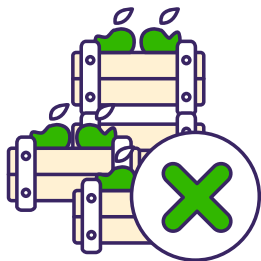


Ca me fait fondre



## Les légumeries répondent à différentes contraintes

Valoriser les surplus de production



s'approvisionner localement et sans intermédiaire



### Piste d'action



Des liens avec des associations comme les banques alimentaires sont actuellement développés pour proposer des produits végétaux (fruits, légumes, sauces, compotes, etc) aux populations précaires. La transformation est alors utilisée pour valoriser des produits frais ayant une DLC courte (activités de conserverie, surgélation, etc).



# Les porteurs d'initiatives nous partagent leurs freins et leviers

## 13 difficultés régulièrement évoquées par les acteurs de terrain

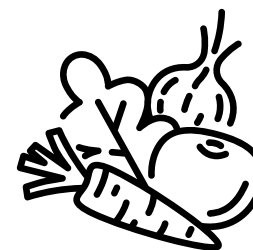
- Dimensionnement
- Recrutement
- Contexte économique
- Pause estivale des restaurations collectives
- Saisonnalité
- Limites de la loi Egalim
- Gestion des risques de désengagement des partenaires
- Préparation réaliste en amont du projet
- Approvisionnement
- Inadéquation entre l'offre et la demande
- Concurrence avec les produits biologiques étrangers
- Situation difficile pour les agriculteur·ices
- Aléas climatiques



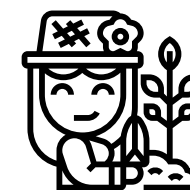
## Les bénéfices et externalités positives pour le territoire



Diminution du gaspillage alimentaire



Meilleure qualité des aliments



Soutien à l'installation agricole



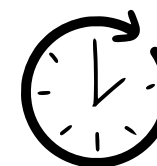
Meilleure rémunération des agriculteur.ices



Développement économique local



Engagement des collectivités et des cuisinier.es



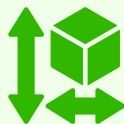
Gain de temps dans les cuisines





## Freins

### Dimensionnement



Lors de la construction du projet de légumerie, la question du dimensionnement se pose. Il s'agit de ne pas sous-dimensionner l'outil, provoquant le risque d'être limité en volume de transformation. Surdimensionner l'outil n'est pas un atout non plus, provoquant des surcoûts de fonctionnement qui ne pourront pas être assumés par le volume de production.



### Enjeu de saisonnalité

Les légumeries suivent le rythme des fruits et légumes pour leur approvisionnement. Cependant, les commandes des clients reflètent souvent un décalage entre les produits de saison trouvés localement et les menus décidés pour la restauration collective (exemple : à partir du 15 mars vouloir les produits d'été en local pour une ratatouille est impossible).

**La légumerie est ainsi le maillon intermédiaire entre deux acteurs d'une même filière qui ont des contraintes et des attentes différentes, elles doivent donc s'adapter et trouver des compromis. 2**

Les carottes ne sont pas forcément cuites !



### Pistes d'actions

se tourner vers les restaurations collectives d'entreprises, d'hôpitaux et du milieu médico-social afin d'éviter ces fermetures.

### Recrutement



Les légumeries font face à des difficultés pour recruter du personnel à cause des conditions de travail difficiles, des tâches répétitives et physiques, d'une atmosphère humide...



### Pause estivale

La restauration collective est le principal client visé par les légumeries. Cependant, en milieu scolaire, leur fonctionnement suit le calendrier scolaire avec une pause estivale de 2 mois et d'autres moments de fermetures pour cause de vacances. Les légumeries doivent donc envisager d'autres débouchés si leur modèle économique ne permet pas d'absorber cette pause estivale dans l'année. 2



### Solutions mises en place !

**Légume Pro** : production de frites pendant l'été tournée vers les sites touristiques.

**La Coopérative Bio Ile De France** : utilisation du processus de surgélation (produits de 3ème gamme) et vente de produits bruts (produits de 1ère gamme) tout au long de l'année pour répartir l'activité.

### Solution mise en place !

**La légumerie de Cahors** : miser sur une forte cohésion d'équipe avec un coordinateur très compétent dans le relationnel.



## Gestion des risques de désengagement des partenaires



La légumerie se construit selon une étude de faisabilité qui se définit selon les clients envisagés et le soutien des collectivités. Il est important de ne pas concentrer une majorité des débouchés sur un seul client pour ne pas dépendre de cette structure.

**Légumes du coin** : le principal client qui représentait 70% du chiffre d'affaires s'est désengagé, mettant en péril le modèle économique prévu.



## Indispensable préparation réaliste en amont du projet

La préparation en amont est centrale pour le bon fonctionnement de l'outil : calculer une charge administrative réaliste, envisager le calcul de rentabilité, se limiter aux produits faisables en restauration collective, prévoir un temps de mise à l'équilibre économique de l'outil réaliste...



## Pistes d'actions



Des solutions pour limiter les investissements dans la phase de préparation peuvent être : de prendre contact avec les lycées agricoles ayant des outils de transformation, de louer des locaux, de prévoir des plateformes logistiques mutualisées, etc (a).

Penser aux produits faciles à conserver et à préparer en 4ème gamme, les petits pois ou épinards frais ne sont pas adaptés : pommes de terre, carottes, oignons, etc sont principalement visés.

## Enjeu d'approvisionnement



Tous les territoires ne sont pas égaux en possibilités d'approvisionnement de fruits et légumes puisque le développement du maraîchage est variable. Cependant, face à l'augmentation des importations de fruits et légumes frais (43% du total consommé proviennent d'au-delà de nos frontières (a)), les légumeries peuvent permettre de faciliter l'installation en proposant leur débouché de vente.



## Concrétisations

**la légumerie centrale 09 d'Ariège** permet de développer du maraîchage sur un territoire qui en manquait.



## Inadéquation entre offre et demande

Les légumeries reçoivent de nombreux appels d'agriculteur-ices avec des offres de produits supplémentaires qui sont jetées s'il n'y a pas de débouchés de ventes à un prix supérieur aux coûts de production.



## Solutions mises en place !

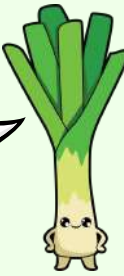
**Les Jardins de Solène** : ajouter l'activité de congélation ou conserverie pour absorber les surplus de fruits et légumes des agriculteur-ices qui sont actuellement jetés par tonnes à cause du manque de commandes immédiates et de l'impossibilité de stocker ces produits.



**La Coopérative Bio Ile-de-France** a été obligée de vendre des pommes de terre à l'exportation (5 fois moins cher que d'habitude) en conventionnel alors qu'elles ont le label AB.



Plus le temps de  
poireauter !



## Contexte économique



Les légumeries sont des outils ayant des difficultés à trouver leur stabilité économique **2** notamment à cause de la faible plus-value apportée aux produits transformés nécessitant une main d'œuvre coûteuse. Le contexte actuel de forte augmentation du prix de l'énergie, des matières premières et des contenants ajoute un obstacle pour atteindre l'équilibre..



## Concurrence avec les produits biologiques étrangers

Les produits issus de l'Agriculture Biologique (AB) en France font face à la concurrence des produits biologiques importés qui ont un cahier des charges différents et un prix souvent moindre (a). Cette concurrence se note également lors des commandes répondant aux attentes de la Loi Egalim (puisque le quota ne spécifie pas l'origine des produits AB).

## Situation difficile pour les agriculteur·ices



Le soutien moral et les liens relationnels entre agriculteur·ices sont importants pour réduire les arrêts d'activité agricole et améliorer la reconnaissance envers les métiers agricoles et alimentaires.



## Aléas climatiques

Les fruits et légumes font face aux incertitudes des récoltes - accrues par le dérèglement climatique - en étant des produits fragiles et difficiles à stocker.



## Solutions mises en place !

**légumerie de Lons-le-Saunier** : faire émerger, avec l'aide du PAT, une SCIC réunissant au niveau local les producteur·ices et permettant ainsi de créer un intérêt collectif. Ces liens ont facilité l'entraide entre agriculteur·ices qui sont partenaires de la légumerie.



## Limites de la loi Egalim



La loi Egalim part de plusieurs constats dont l'éloignement de l'approvisionnement pour la restauration collective :

La loi Egalim impulse une dynamique d'amélioration de la qualité des produits avec l'objectif d'avoir « 50 % de produits de qualité et durables dont 20 % issus de l'agriculture biologique ou en conversion ». Cependant, ce cadre législatif ne paraît pas suffisant puisque le moteur principal est l'engagement éthique :



“Il y a des [restaurations collectives] très dynamiques, d'autres c'est moins vrai, notamment la nôtre alors qu'on est dans un établissement d'enseignement, cherchez l'erreur. [...] Celui qui a la conviction, il le fera.”  
(entretien établissement)

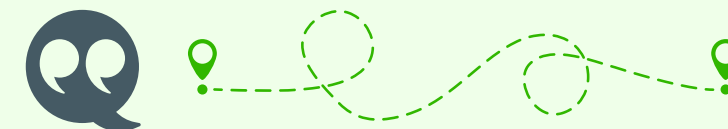
Les signes de qualité définis dans la loi Egalim incluent des labels remis en question lors des entretiens quant à leurs réels bénéfices écologiques, et sur le risque de concurrence qu'ils peuvent provoquer avec les produits issus de l'Agriculture Biologique (AB). Parmi les exemples cités : des produits transportés en avion ou des produits Haute Valeur Environnementale (HVE). Le calcul du volume en prix peut conduire à des commandes ponctuelles de produits onéreux (exemple quelques repas avec de la viande de bœuf Label Rouge). L'ensemble de ces mécaniques permet de respecter les quotas sans repenser une amélioration globale des aliments.

Le prix est parfois présenté comme un frein pour respecter la loi Egalim. En réalité, plusieurs exemples montrent qu'il est possible d'avoir des produits locaux biologiques sans augmenter le prix des repas en se tournant vers le maraîchage/légume plein champ (et non les grossistes) et en diminuant les déchets, le gaspillage alimentaire et la consommation de viande (b).



“On a des légumes sur le territoire, s'ils atterrissent pas dans l'assiette des enfants c'est quand même dommage.”

“On importe 40% des fruits et 60% des légumes, c'est de pire en pire et tous ces produits là on les a en France donc y a quand même un petit souci.”  
(entretien légumeries)



“La légumerie c'est pas forcément un plus, [n'importe quel industriel] peut fournir des produits bio qui entrent dans la loi Egalim. Ici la ligne conductrice est le local [...] Pour être dans les chiffres, il est possible d'échanger et de prendre des produits venus de très loin mais avec un label de qualité.” (entretien légumerie)

“La Loi Egalim ne favorise pas le local puisque les signes officiels de qualité ne prennent pas en compte la proximité d'approvisionnement.” (citation d'entretien)

### Pistes d'actions

Repenser les signes de qualité en fonction de leurs conséquences environnementales (dont le transport en avion) et proposer une définition du local (en distance kilométrique)..



### Solutions mises en place !



**Légumes du coin** a bénéficié au démarrage d'un soutien du Conseil Départemental avec un bonus pour les clients passant par la légumerie afin d'encourager son usage. Ce système temporaire a facilité le lancement et les liens avec les restaurations collectives.



## Atouts des légumeries

### 01

#### Approvisionnement plus local

Toutes les légumeries se construisent avant tout avec l'objectif de rapprocher l'approvisionnement des aliments par rapport aux lieux de vente et consommation, en particulier de restauration collective. Le réseau de producteur-ices est un maillon essentiel pour le bon fonctionnement de la légumerie, il se construit souvent en rayon circulaire autour de l'outil de transformation. Se diriger en premier et en majorité vers les grossistes est souvent un obstacle à cause de leur prix, non adaptabilité, etc - malgré leur rôle indispensable pour certains produits impossibles à produire en local.



### 02

#### Rémunération des producteur-ices

Les agriculteur-ices obtiennent une meilleure rémunération grâce aux légumeries (sans autre intermédiaire) plutôt qu'en passant par les circuits longs de distribution.

### 03

#### Produits non calibrés utilisés

La valorisation de produits non calibrés ou de surplus de production est un objectif pour diminuer le gaspillage à travers la mise en place de soupes, sauces tomates, etc.

### 04

#### Qualité de l'alimentation

Les cuisines centrales sont unanimes sur l'amélioration de la qualité des produits provoquant une diminution des pertes lors de la préparation et donnant accès à une nourriture plus saine.



#### Concrétisations

**Légumerie de Lons-le-Saunier** : les 5 producteur-ices de la SCIC sont situés entre 15 et 30 km autour de la légumerie, c'est leur approvisionnement majoritaire

**Légumerie Anaïs** : 92% des légumes des menus sont frais chez les structures de restauration collective s'approvisionnant à la légumerie.

**Coopérative Bio Ile-de-France, Terra Alter Pays d'Oc** s'approvisionnent à 100% en produits AB et le Pays Voironnais est à plus de la moitié d'approvisionnement en AB.





## Atouts des légumeries

05

### Facteur de développement économique local

Les légumeries font partie des acteurs du développement économique local puisqu'elles créent des emplois en leur sein mais aussi en amont (côté agricole) et en aval (côté distribution), proposant parfois des chantiers d'insertion.

06

### Soutien à l'installation agricole

Les légumeries permettent de faciliter les transmissions agricoles et les installations puisqu'elles proposent un débouché de vente pour des fruits et légumes avec des prix plutôt rémunérateurs et une adaptabilité forte. Ce soutien peut permettre d'orienter les cultures des agriculteur.ices pour s'adapter au mieux aux demandes des légumeries.

07

### Diversité des productions

Les légumeries proposant plusieurs gammes de produits s'assurent de toucher plusieurs marchés et donc de réduire leur dépendance. Il s'agit ainsi de miser sur la polyvalence pour varier les produits avec une forte valeur ajoutée ou une valeur de sécurisation de l'activité (a), améliorant avec cette méthode la stabilité économique. La diversité des produits permet également de répartir l'activité sur toute l'année, en allongeant les DLC.



### Concrétisations

Ca donne la patate !



**Pays Voironnais :** l'incendie des nouveaux locaux de la légumerie moins d'un an après leur construction n'a pas provoqué le désengagement des collectivités qui continuent à soutenir l'outil malgré la diminution du volume transformé.



### Concrétisations

**Terra Alter Pays d'Oc :** contractualisation d'une partie des agriculteur.ices et volonté d'accentuer l'aide à l'installation.





## Atouts des légumeries

### 08

#### Engagement des cuisinier-es et des collectivités

L'engagement politique des cuisinier-es et des collectivités de soutenir cette activité est essentielle pour le maintien des légumeries. Les cuisinier-es doivent s'adapter aux nouveaux produits et repenser leur organisation : la dimension environnementale et éthique est un moteur pour cette dynamique. Les collectivités peuvent définir l'alimentation comme un service public dans lequel il faut mettre des moyens financiers.

### 09

#### Sensibilisation au gaspillage

La préoccupation environnementale face aux déchets produits et au gaspillage des ressources entraîne une sensibilisation et des améliorations de gestion des déchets.



## Conclusions



**Les légumeries sont un véritable atout pour la relocalisation alimentaire** et l'amélioration des liens entre production agricole et consommation alimentaire, en particulier dans la restauration collective. Dans de nombreux cas, les légumeries participent à la structuration d'une filière de fruits et légumes.

Cependant, ces outils prennent du temps à atteindre l'équilibre économique puisque la valeur ajoutée de leur transformation est limitée. Il est essentiel de repenser l'aspect économique pour mettre en lumière la manière dont les légumeries répondent à des besoins non marchands. **La volonté politique est centrale** pour soutenir ces outils et faciliter leur développement sans les multiplier avec les mêmes usages sur des territoires proches.



## Se poser les bonnes questions dès le début... ça change tout !

Quelle **localisation** pour la  
légumerie proposant un  
légume frais prêt à l'emploi, par  
rapport au **restaurant collectif**



Quels légumes proposer  
aux restaurants collectifs :  
légumes **bruts**, frais **prêts** à  
l'emploi, **surgelés** ou  
**conserves** ?



Est-il préférable d'un point  
de vue environnemental de  
**transporter** un légumes  
**bruts** au lieu d'un légume  
**transformé**



Faut-il mieux **équiper les**  
**cuisines** de restaurants  
collectifs ou une légumerie ?





## Consultez la fiche :

Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) :  
quels leviers d'action pour soutenir les  
ateliers de transformation ?

### Synthèse : Problématiques des légumeries liées aux PAT

- Face à la méconnaissance des projets en cours : il s'agit de faire connaître les projets sur le territoire pour éviter le sur-investissement sur des activités de petites échelles qui seront concurrentes
  - Un fléchage systématique des porteurs de projets qui souhaitent travailler sur la chaîne alimentaire locale vers la légumerie par le département (banque des territoires)
  - Un observatoire des légumeries propose une cartographie participative (Source : RMT Alimentation Locale)
  - Des fiches études de cas publiées sur l'observatoire de Resolis
- Développer des projets facilitant l'installation (espaces test, etc), réunir des producteur·ices en coopératives ou créer des plateformes d'approvisionnement peut faciliter la logistique des légumeries



### Références citées

1. [Rapport final de l'étude sur les outils de transformation en Grand Est, filière fruits & légumes, décembre 2020. Étude menée par ACTeon environnement.](#)
2. Marion Abadie, Cécile Morvan, Ronan Le Velly. [Enquête sur 6 légumeries en Pays de la Loire.](#) Document de synthèse : Analyse et enseignements transversaux. [Rapport de recherche] Montpellier SupAgro; Bio Loire Océan. 2017. fihal-01617630.
3. Banque des territoires : [Transition alimentaire, outils de transformation et plateformes logistiques](#) Modèles économiques et de développement
4. Juliette Peres, Camille Villajos, Yuna Chiffolleau. [Guide pratique à l'attention des porteurs de projets et gérants d'ateliers de transformation de produits végétaux.](#) [Rapport Technique] FAB'LIM; FD CIVAM du Gard; INRAE UMR Innovation. 2021. fihal-03341788f



## Quelques conseils issus des entretiens...

Commencer avec des produits simples où l'approvisionnement est garanti (volume/qualité) : produits de plein champs ayant une longue DLC

Repenser les menus : même avec une hausse du prix, une baisse de la consommation de la viande, des déchets et une bonne cuisine, les budgets de la restauration collective peuvent s'équilibrer

Avoir minimum un marché public comme client de la légumerie avant de se lancer

Dans le recrutement : choisir des personnes ayant une forte compétence de planification et d'anticipation

Penser à la polyvalence de l'outil (plusieurs gammes de produits)

Vérifier l'offre locale et penser à s'engager envers les producteur·ices avant le lancement de l'activité de la légumerie

Créer un réseau de producteur·ices avec des contacts fréquents permettant une confiance, un soutien moral et des prix intéressants par rapport aux filières longues

Des fonds de roulement seront nécessaires pour le bon fonctionnement de l'outil

Connaître les projets du territoire pour garantir la demande et le dimensionnement

Développer la coopération entre acteurs du territoire afin de s'assurer des outils existants (ne pas les multiplier s'il n'y a pas de besoin) et de partager la gestion





## 10 études de cas à consulter sur la plateforme Résolis



Et ce ne sont  
pas des  
salades!

**Publication avril 2024**

Réalisation : Fédération Nationale des Cuma  
en partenariat avec la Fédération des Parcs naturels régionaux  
dans le cadre du projet PAT'AT' lauréat du PNA 2021  
et financé par l'ADEME.

Cheffe de projet : Agnès LE FOULGOC  
Réalisation de l'enquête de terrain et rédaction des synthèses : Fanny NANCLAREZ

Nous remercions vivement les légumeries ayant pris le temps de participer  
à cette enquête, le réseau Cuma ainsi que les membres du COPIL ayant contribué  
à l'amélioration des livrables de ce projet en apportant leur regard extérieur  
et leurs expertises.

[www.cuma.fr](http://www.cuma.fr) ➔

[www.parcs-naturels-regionaux.fr](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr) ➔

[www.resolis.org](http://www.resolis.org) ➔

[www.agirpouurlatransition.ademe.fr](http://www.agirpouurlatransition.ademe.fr) ➔

**Fédération Nationale des Cuma**

43 rue Sedaine 75 011 Paris

Tél. : 01 44 17 58 00

france@cuma.fr

**www.cuma.fr**

