

<b>INTITULE DU PROJET</b>	<b>ATELIER MOBILE DE PRESSAGE PASTEURISATION DE FRUITS EN CORREZE</b>
<b>Porteur de projet</b>	SASU Roule ta pomme – Dominique Roucher
<b>Coordonnée</b>	Le Got 19700 SAINT CLEMENT
<b>Fiche action concernée</b>	<a href="#"><u>2-1-1 Soutien et appui à l'émergence de nouvelles activités économiques</u></a>
<b>Présentation de la structure porteuse / contexte</b>	<p>L'idée d'atelier mobile de pressage/pasteurisation de jus de fruits vient des diverses expériences professionnelles du porteur de projet vécues sur l'intérêt de la mobilité mais aussi d'un constat sur la non utilisation des fruits présents dans les vergers des particuliers. Nombre de fruits ne sont pas récoltés pour cause d'abondance, de moyen de conservation ou d'habitudes de consommation. Pourtant de vieux fruitiers, de vieux vergers de plein vent sont présents et témoignent d'un intérêt passé.</p> <p>Par ailleurs, les concepts de circuits courts, de proximité sont en plein essor. La consommation et la valorisation des produits locaux reçoivent une écoute attentive auprès des consommateurs.</p> <p>L'atelier mobile ne vient pas répondre à une demande présente et identifiée. Il est complexe, dans le cadre d'une étude de marché, de définir le potentiel de production puisque l'on s'adresse en priorité à des particuliers et avec une prestation de service encore méconnue dans sa version itinérante.</p> <p>Cependant, des agriculteurs pratiquants la vente directe ont exprimé leur intérêt pour cette prestation afin de créer une valeur ajoutée supplémentaire sur leur exploitation. Il existe en Corrèze plusieurs ateliers de fabrication de jus de fruits. Mais ceux ci sont fixes et ne proposent pas toujours la pasteurisation et l'embouteillage. Certains exigent l'apport d'une quantité minimum de fruits dont ne dispose pas forcément un verger familial.</p> <p><b>Dans le cadre de ce projet, il s'agit de susciter un intérêt auprès d'une clientèle potentielle (particuliers, écoles, maisons de retraite, communes, agriculteurs, arboriculteurs, etc...).</b></p> <p>L'ensemble de l'étude est axé sur le produit « pomme », produit représentatif de la Corrèze. Le souhait est de valoriser les variétés locales et anciennes mais aussi d'en faire un inventaire. L'intérêt est aussi environnemental et patrimonial par l'entretien des paysages.</p> <p>C'est pourquoi un partenariat est engagé avec l'association des Croqueurs de Pommes de la Corrèze forte de plus de 200 adhérents.</p> <p>L'atelier mobile sera un vecteur de communication pour l'association, un outil de recensement des variétés et vergers puis un support dans le cadre d'actions pédagogiques au travers des activités périscolaires.</p> <p>Une enquête lancée auprès des adhérents des Croqueurs de Pommes et la présentation du projet auprès du conseil d'administration démontrent un vif intérêt pour ce type de prestation.</p> <p>Le choix du nom de la structure, à savoir « Roule Ta Pomme » se veut communicante et porteur des messages de l'itinérance, de la proximité, de l'échange, de la valorisation des produits présents dans son jardin. Portée par une SAS unipersonnelle, la société est constituée d'un seul associé et d'un capital de 5000 €.</p> <p>L'activité est répartie en trois périodes ; une haute saison de septembre à décembre pour les prestations de services auprès des particuliers et le périscolaire, une basse saison de février à mars pour poursuivre avec les périscolaires mais aussi les arboriculteurs et agriculteurs et enfin la période d'avril à juillet sera consacrée à l'entretien de vergers, la communication puis la préparation de la campagne à venir.</p> <p>L'offre de prestation est destinée aux particuliers avec une rencontre au coeur des villages ou sur le parking des surfaces commerciales. Le service sera également proposé aux communes dans le cadre d'activités périscolaires ou d'une animation locale.</p>

	<p>Aussi, les écoles dans le cadre de projets pédagogiques ou périscolaires, les associations comme les parents d'élèves pour la vente d'un produit seraient intéressées. Enfin, les agriculteurs et les professionnels arboricoles sont à considérer. La quantité minimum traitée (par client) sera de l'ordre de 80 kg.</p> <p>L'itinérance sera programmée sur le territoire corrézien. De plus, des prestations seront proposées dans le cadre de sollicitations de groupement de commandes avec un tonnage représentatif pour rentabiliser le déplacement.</p> <p>La communication de l'offre de service est le point essentiel et détermine 80 % de la réussite du projet. La structure devra donc être facilement identifiable par son logo mais aussi sa présence sur les outils internet, les réseaux sociaux etc...L'annonce de la tournée devra être relayée par les médias, les presses locale et professionnelle ainsi que les bulletins municipaux.</p> <p>Un premier business plan a été travaillé et comprend un plan de financement, un compte de résultat et un tableau de trésorerie sur les deux premières années. Le seuil de rentabilité est de 36 600 litres produits soit un équivalent de 71 tonnes de pommes.</p> <p>L'ensemble de ce projet fait l'objet d'un accompagnement par la Chambre des Métiers et de l'Artisanat. Le stage préparatoire à l'installation a été effectué en octobre 2016. Un dossier sera déposé auprès d'Initiative Corrèze.</p> <p>La SASU a été créée avec un statut « sans activité » pour permettre le dépôt des premières demandes d'aides publiques. Durant le dernier trimestre 2016, des visites d'expériences existantes (Bretagne, Hautes-Alpes...) seront effectuées. Dans le premier semestre 2017, une formation dédiée à la fabrication des jus de fruits (pasteurisation, réglementation etc...) sera suivie. La commande de l'équipement, fabriqué à la demande, devra s'effectuer vers février 2017 pour une livraison en juin/juillet et ainsi démarrer la campagne de communication.</p>
<p><b>Descriptif du projet</b></p>	<p>L'objet de la demande d'aide est l'acquisition de l'équipement nécessaire à la fabrication, la pasteurisation, l'embouteillage et l'itinérance de l'atelier : une remorque tractée, un bac de lavage, un élévateur, un broyeur, un pressoir à bande, un pasteurisateur et le nécessaire de mise en bouteille ou en « bag in box ® ».</p> <p>L'ensemble de cet équipement construit en Allemagne est normalisé au regard des réglementations nationale et européenne. Le véhicule tractant sera quand à lui loué au démarrage de l'activité.</p>
<p><b>Éléments d'évaluation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Objectif stratégique :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser l'émergence et la création d'une nouvelle activité économique,</li> <li>• Promouvoir une offre de proximité qui réponde à l'évolution des attentes des consommateurs ;</li> <li>• Favoriser la redynamisation des territoires</li> </ul> </li> <li>- <u>Population cible :</u> Grand public : particuliers, agriculteurs, association des croqueurs de pomme...</li> <li>- <u>Impact : Valorisation</u> des variétés locales et anciennes, création d'un emploi à temps partiel dans un 1<sup>er</sup> temps (0,5 à 0,8 ETP)</li> <li>- <u>Piste d'indicateur de suivi et de résultat :</u> Nombre d'animations organisées, tonnage de pomme, partenariat associatif, chiffre d'affaire</li> </ul>
<p><b>Éléments financiers</b></p>	
<p><b>Calendrier</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Démarrage de l'activité : septembre 2017</li> </ul>

## Grille d'analyse du projet

CARACTERE INNOVANT			REPONSES APORTEES	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partenariats engagés,</li> <li>Implication de la population</li> </ul>	<b>Favoriser la co-construction des projets, éviter l'isolement des projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet défini sur la base d'une étude associant un large panel de partenaires</li> <li>Volonté de développer le projet en partenariat avec des associations locales, des collectivités et les habitants</li> <li>Enquête lancée auprès des adhérents de l'association les Croqueurs de pomme</li> <li>Projet proposé aux communes dans le cadre d'activités périscolaires</li> </ul>	/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Approche prospective /transversale</li> <li>Type de Cibles/publics</li> <li>Approche ESS</li> <li>Respect de l'environnement</li> <li>Lien urbain rural</li> </ul>	<b>Anticiper et mutualiser pour prendre en compte les enjeux de demain</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Itinérance</li> <li>Valorisation de la diversité végétale</li> <li>Partenariat envisagé avec des associations de type association de parents d'élèves</li> </ul>	/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement des usages numériques</li> <li>Exemplarité / transfert d'expériences</li> <li>Accessibilité du projet /Volet de sensibilisation</li> </ul>	<b>Favoriser l'innovation tout au long de la vie des projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ambition d'utiliser les outils numériques pour la promotion du projet</li> <li>Lien avec l'association des Croqueurs de pomme pour contribuer au référencement des variétés anciennes</li> </ul>	/2
CARACTERE ECONOMIQUE			REPONSES APORTEES	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilisation, sensibilisation des acteurs</li> <li>Faisabilité du projet</li> <li>Viabilité du projet</li> </ul>	<b>S'assurer de la réalisation de projets faisables et viables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etude de faisabilité économique menée de manière concertée avec les acteurs notamment enquête lancée auprès des adhérents de l'association les Croqueurs de pomme</li> <li>Stage préparatoire à l'installation effectué en octobre 2016</li> </ul>	/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prise en compte des nouveaux potentiels / Zone de chalandise</li> <li>Effet levier sur l'économie / retombées</li> <li>Maintien / création / diversification</li> <li>Nouveaux services, nouveaux produits</li> </ul>	<b>Anticiper la reprise, favoriser la création ...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Création d'une nouvelle activité économique</li> <li>Nouveau service à destination d'une clientèle large</li> <li>Projet permettant d'augmenter la valeur ajoutée des exploitations agricoles ( jus de pomme et possibilité jus de tomates)</li> <li>Zone de chalandise prioritairement sur le bassin de Tulle</li> </ul>	/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement des usages numériques</li> <li>Pérennité du projet /Qualification de l'offre</li> <li>Diffusion de l'information</li> <li>Accessibilité du projet</li> </ul>	<b>Faciliter l'essor des projets (éviter reconduction actions identiques)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ambition d'utiliser les outils numériques pour la promotion du projet (réseaux sociaux et site internet dédié)</li> <li>Diffusion de l'information quand à la l'activité au travers de réseaux locaux (bulletins municipaux...)</li> </ul>	/2

CARACTERE STRUCTURANT / DEVELOPPEMENT TERRITORIAL			REPONSES APORTEES	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intégration locale du projet (bonne prise en compte des acteurs ...)</li> <li>▪ Structuration du projet par rapport à son environnement</li> </ul>	<b>Prendre en compte de l'existant dans la construction du projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Etude de marché menée sur la base d'une clientèle élargie : particulier, communes, écoles, associations agriculteurs et professionnels arboricoles</li> <li>○ Priorité donnée aux communes de moins de 3000 habitants</li> </ul>	/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Echelle territoriale</li> <li>▪ Mutualisation / mise en réseau</li> <li>▪ Promotion / valorisation du territoire</li> <li>▪ Amélioration du cadre de vie</li> <li>▪ Préservation de l'environnement</li> </ul>	<b>Valoriser les ressources et les dynamiques territoriales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Itinérance programmée a priori sur le territoire de l'agglomération de Tulle et la communauté de communes d'Uzerche</li> </ul>	/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Développement des usages numériques</li> <li>▪ Qualification de l'offre du territoire</li> <li>▪ Equilibres territoriaux et complémentarités entre zones urbaines/rurales</li> <li>▪ Accessibilité du projet</li> </ul>	<b>Mailler le territoire pour renforcer son attractivité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Itinérance</li> <li>○ Priorité donnée aux communes de moins de 3 000 habitants</li> </ul>	/2
BONUS	<b>Emergence en lien avec l'animation Pays – projet collectif (ex projet émergent du travail des groupes)</b>			/2
TOTAL				
REMARQUES				