

D.U. Gardien de Refuge de Montagne

À propos des produits locaux





Université
de Toulouse

UNIVERSITÉ
DE TOULOUSE
LE MIRAIL

Cétia
Centre d'Études du Tourisme, de l'hôtellerie
et des Industries de l'Alimentation

D.U. Gardien de Refuge de Montagne

À propos des produits locaux



Sommaire

Introduction.....	1
1 - Qui pourrait influencer sur la consommation de produits locaux en refuge ?.....	2
1.1 Les propriétaires.....	2
1.2 Le territoire, via le Parc Naturel Régional.....	4
2 - Regards de gardiens.....	6
2.1 Le type de produits.....	6
2.2 Motivations : pourquoi acheter local en refuge ?	7
2.3 Limites à l'approvisionnement en produits locaux.....	9
2.4 Évolution	11
2.5 La clientèle	12
2.6 Communication.....	13
Nota bene : Le coût et la question de la marge !.....	14
Conclusion.....	17
Bibliographie.....	18
Annexe.....	19

Introduction

Qu'est-ce qu'un produit local ? Chacun entendra bien sûr le mot "local" à sa manière, je préciserai néanmoins que dans cet écrit, on s'en tiendra au lieu de production, et on parlera la plupart du temps de "produit local" quand il s'agit d'un produit de la vallée, même si la production peut se faire parfois sur le site-même du refuge, puis on élargira au département, et de façon beaucoup plus rare à la région. Au-delà de la région, il me semble difficile de parler de production locale. Soulignons que le qualificatif "local" ne veut pas dire forcément que le produit est "issu d'une agriculture biologique", et qu'il peut être parfois fabriqué industriellement.

Je propose ici un état des lieux de la consommation de produits locaux dans les refuges de montagne.

À cet effet, il me semble intéressant de jeter d'abord un œil du côté des propriétaires de refuges et du territoire dans lequel ils s'implantent – représenté pour cette étude par les Parcs Naturels Régionaux – afin de rechercher un éventuel intérêt de ces deux parties pour un "approvisionnement local" des refuges.

Dans un second temps, on se tournera vers les gardiens de refuge eux-mêmes, pour enquêter sur leurs pratiques et leur manière de voir le produit local dans leur approvisionnement.

1 - Qui pourrait influencer sur la consommation de produits locaux en refuge ?

1.1 Les propriétaires...

Dans son Guide d'application et recommandations¹ pour de bonnes pratiques environnementales dans les refuges situés sur son territoire, le Parc National de la Vanoise attire l'attention dès le préambule sur la nécessité de mettre en place des circuits de distribution courts pour réduire les gaz à effets de serre.

En ce qui concerne la restauration (chapitre 6), "lieu d'exercice de l'écoresponsabilité", il est recommandé aux gardiens de donner la priorité aux produits d'origine locale dans les menus et de faire connaître les producteurs locaux engagés dans une agriculture de qualité en mettant à disposition leur adresse.

Il est précisé que « des achats groupés pourront être réalisés par des associations de gardiens avec le soutien technique du Parc National de la Vanoise et celui de la Fédération des Clubs Alpains et de Montagne pour faciliter la démarche grâce à la mise en relation avec des fournisseurs, optimiser la logistique de livraison et réduire les coûts d'achat des denrées ».

On remarquera par la suite qu'en comparaison avec les autres propriétaires, le PNV donne aux gardiens de refuge une impulsion à mon avis notable quant à l'approvisionnement local, et on notera que cette démarche se poursuit de manière logique dans la sensibilisation qu'il exerce auprès des randonneurs. En effet, dans sa plaquette "Pour une gestion environnementale des refuges"², mise à leur disposition, il donne pour facteurs clés d'une bonne gestion environnementale et de développement durable du territoire Parc l'origine, le mode de production et la qualité des denrées alimentaires. Il souligne que « l'activité des refuges s'insérant dans l'économie locale, les pratiques de valorisation des produits locaux sont recommandées : menus privilégiant des produits issus d'une agriculture locale et de qualité et promotion des producteurs locaux ».

1 Voir bibliographie

2 Voir bibliographie

Le Parc National des Pyrénées n'a en revanche pour le moment pas de Charte pour une gestion environnementale des refuges. Joël Combes, Chargé de Mission « Tourisme durable » explique que le Parc travaille d'une part, « sur l'opération collective de gestion environnementale des refuges proposée par l'Agence Régionale Pour l'Environnement de Midi-Pyrénées à l'ensemble des propriétaires de refuges »³ de la chaîne pyrénéenne, d'autre part « sur une convention entre le PNP et les autres propriétaires de refuges de la zone cœur, le but étant également de développer des pratiques durables autour du fonctionnement des refuges ». Il ajoute que « ces deux démarches déboucheront peut-être sur la rédaction d'une Charte... ».

En tout cas, dans la présentation de l'opération collective, comme dans le Guide de gestion environnementale des refuges gardés dans les Pyrénées⁴, lui aussi conçu par l'ARPE, les thématiques majeures étant l'eau, l'énergie, et les déchets, rien n'y est mentionné au sujet de la nature de l'approvisionnement.

Cependant, Rozenn, la gardienne du refuge de Barroude (Hautes-Pyrénées) indique que dans les réunions à propos des refuges PNP il y a une sensibilisation des gardiens aux approvisionnements de leur refuge. Par ailleurs, dans le contrat d'affermage, on trouve la rubrique "Quelle est votre démarche éco-citoyenne ?". On supposera que les gardiens sont choisis en partie pour la nature de leur approvisionnement...

En attendant, Joël Combes précise qu' « il n'y a pas d'actions actuellement initiées par le Parc sur l'utilisation de produits locaux dans les refuges, sans présumer du fonctionnement des gardiens qui, maîtres de leur gestion, utilisent certainement des produits locaux ».

Corrine, de la communauté de communes du pays d'Ax, insiste sur le fait que le refuge a une fonction de service public local, s'approvisionner en produits locaux semble donc une évidence, d'ailleurs, « les gardiens le font d'eux-mêmes », en viande, fromage, vin et pain, car pour les légumes, « malheureusement, il n'y a pas de maraîchage local ».

3 Document de travail non publié, disponible auprès de l'ARPE

4 Voir bibliographie

Le président du CAF de Toulouse nous informe que le CAF, en tant que propriétaire, demande aux gardiens de faire leur commande dans le secteur du refuge, ce qui permet de développer l'économie locale. Il précise que c'est une recommandation, non une obligation, mais que « la commune en bas a un intérêt aussi ».

Somme toute, on trouve des propriétaires globalement soucieux des enjeux environnementaux et économiques d'un ravitaillement en circuit court, mais qui ne donnent pas franchement de directives aux gardiens établis, les laissant libres de choisir leurs fournisseurs comme bon leur semble.

1.2 Le territoire, via le Parc Naturel Régional

En stage d'été au refuge du Ras de la Carança (Pyrénées Orientales), où seuls le vin et le pain sont locaux, j'ai été surprise de découvrir parmi les dépliants en libre-service l'annuaire des producteurs, édité par le Parc Naturel Régional des Pyrénées catalanes. Dans son édito, le président du PNR des Pyrénées catalanes, Christian Bourquin, présente l'annuaire comme un « document du Parc regroupant l'ensemble des produits agricoles que l'on peut trouver sur son territoire, que ce soit dans les exploitations, sur les marchés ou lors des fêtes agricoles ». Quid des refuges ?

Je me suis demandé si le PNR prenait des initiatives pour pousser les gardiens à s'approvisionner en produits portant la marque Parc, et ce dans une logique propre au PNR, à savoir de développement des territoires et d'ouverture aux échanges et partenariats locaux.

Mathieu Altadill, Chargé de mission "valorisation des ressources et produits du territoire" et Chef de projet "marques Parc et offres touristiques" au Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes explique que le Parc travaille actuellement avec une coopérative sur la mise en place d'une boutique de produits locaux et d'une plateforme de distribution. « La plateforme est à destination des

professionnels : agriculteurs, restaurateurs, hébergeurs, épicerie et, s'ils sont intéressés, des refuges. L'accessibilité des refuges fait que c'est peut être plus compliqué, mais pour les produits non périssables, il y a moyen de faire quelque chose plus facilement. » Un stagiaire travaillant sur la plateforme de distribution devrait se rapprocher des refuges prochainement.

Les animations du Parc peuvent éventuellement permettre aux gardiens présents de découvrir les produits. Il en est ainsi pour Jean-Brice, gardien du refuge de Camporells (Pyrénées Orientales) : « C'est lors d'animations Parc où il était et où des produits marqués Parc étaient présents. De plus, le Parc a fait un annuaire professionnel. Je lui ai donc fourni. Il a fait un test avec des jus de pommes - à voir s'il poursuit. »

Mathieu remarque que dans tous les cas, « même si le refuge ne fait pas de produits locaux, il peut quand même faire la promotion des produits locaux - surtout que la clientèle dans ce type de refuge est susceptible d'acheter local ».

Du côté du Parc Naturel Régional des Pyrénées Ariégeoises, pas plus de stratégies de communication versus les gardiens de refuge... « On les connaît un petit peu par certaines animations », notamment les "rendez-vous des cimes", « principal contact avec les gardiens » et « ceux qui ont la volonté de faire ça, ils le font. Ils ne nous ont pas attendu », commente Julien Viaud, chargé de mission "circuit court, économie solidaire et marque Parc". Julien retient les « particularités pour s'approvisionner, acheminer ou stocker », note que « ce n'est jamais facile », mais qu'« un fromage du coin, c'est quand même facile à trouver ». Lorsque tel ou tel produit marqué "Parc" est proposé et qu'un gardien semble enthousiaste « ce ne sont que des paroles, après dans les actes c'est toujours plus compliqué » conclut-il.

Il apparaît que le refuge, établissement pourtant emblématique sur un territoire donné, n'est pas encore l'apanage des programmes de promotion favorisant la vente en circuit court.

2 - Regards de gardiens

Pour mener à bien cette enquête, j'avais initialement prévu de me rendre dans les refuges ariégeois, et d'interroger les gardiens sur leurs pratiques tout en les enregistrant. Suite à des problèmes d'ordre technique avec mon dictaphone, et surtout après m'être rendu compte du temps que me demanderait pareille entreprise, j'ai préféré réaliser un questionnaire⁵ à l'attention des gardiens qui, selon moi, auraient répondu le plus volontiers, et ce, même en pleine saison.

Les réponses données aux questions portant sur le type de produits achetés en filière courte, les motivations des gardiens à acheter ces produits, les limites à cet "approvisionnement local", l'évolution dans le temps de gardiennage, l'intérêt porté par la clientèle du refuge à une gastronomie locale et la communication auprès de cette dernière seront traitées dans les paragraphes suivants.

2.1 Le type de produits

À titre indicatif, voici un tableau recensant les produits locaux utilisés dans les refuges interrogés.

	Carança	Camporells	En Beys	Le Rulhe	Bastan	Barroude	La Glère
Pain	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Viande		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Charcuterie				✓	✓		✓
Fromage		✓	✓	✓		✓	✓
Légumes		✓		✓		✓	
Fruits		✓					
Gâteau						✓	
Vins	✓	✓	✓	✓			
Apéritifs & Digestifs			✓	✓			✓
Bière		✓	✓			✓	
Cola						✓	✓
Jus de pomme			✓				
Miel							✓
Confiture						✓	

5 Voir annexes

On remarquera que les produits locaux les plus couramment utilisés sont le pain, le vin, le fromage et la viande, le pain étant fréquemment fabriqué sur place.

2.2 Motivations : pourquoi acheter local en refuge ?

Le refuge de la Glère (Hautes-Pyrénées) se situe 50 m au-dessus d'une bergerie. La gardienne, Béatrice, tout comme ses prédécesseurs, y prend son fromage et les usagers du refuge y descendent pour acheter du fromage. Occasionnellement, comme le montre la photo ci-dessous, la vente se déroule même dans la grande salle du refuge ! Selon Béatrice, « tout le monde y gagne : le refuge a du bon fromage et le commerce de Denis le berger tourne. »



Refuge CAF de la Glère - Béatrice Caucat

Dans cette optique, acheter local est un échange de services où chacun s’y retrouve. Il s’agit de participer à la vie locale, créer une bonne entente entre gardiens et gens de la vallée, et pourquoi pas une relation de confiance. Rozenn, qui se fournit en bières chez un producteur du Pays Basque, a la possibilité de régler sa facture trois mois après l’achat, c’est-à-dire fin juillet, une fois que la saison est bien entamée. « On ne peut pas le faire avec Metro. »

Plus de la moitié des gardiens interrogés donnent comme motivation principale l’envie d’encourager l’économie locale, et principalement de la vallée: « faire tourner les producteurs locaux », « faire travailler les gens des vallées »; avec un aspect solidaire souvent : « faire fonctionner les commerçants que nous connaissons bien », « faire vivre des familles à proximité », un aspect militant parfois : « privilégier et favoriser le développement local face à la grosse chaîne de distribution ».

L’approvisionnement en produits locaux est motivé de même chez plus de la moitié des gardiens interrogés par le fait d’utiliser une filière courte, et donc de limiter les frais de transport et l’impact écologique.

Également en tête des motivations on trouve la qualité du produit, toujours pour 57% des gardiens ayant rempli le questionnaire : « Nous nous sommes aperçus que les produits locaux étaient de meilleure qualité et se conservaient plus longtemps au refuge, surtout pour les légumes. »

Arrive ensuite la volonté de sensibiliser la clientèle aux spécificités locales, faire découvrir et déguster aux vacanciers les produits locaux pour trois refuges, et enfin l’aspect "marketing", l’image qualité du "traditionnel / fait maison" pour deux refuges.

Un bon rapport qualité-prix est avancé seulement par Cédric, le gardien du refuge de Bastan (Hautes Pyrénées), qui se fournit en confit de canard produit dans une usine locale mais de manière industrielle. Nous verrons effectivement par la suite que le coût des produits locaux est plutôt considéré comme une limite à leur achat.

2.3 Limites à l'approvisionnement en produits locaux

Les gardiens interrogés citent comme limites à leur approvisionnement en produits locaux la nature-même des produits, la quantité requise, le temps d'approvisionnement et le coût.

La nature des produits

Rozenn nous fait part de sa difficulté à « trouver certaines denrées telles que les pâtes, le riz, les lentilles, en commerce local ». Selon Béatrice, la limite principale à l'approvisionnement en produits locaux se situe également au niveau des « produits de base : riz, pâtes, beurre, œufs, boissons ». Elle remarque que son grossiste est situé à Lourdes mais se pose la question de la fabrication des produits. Elle propose toutefois de « faire confiance aux grossistes locaux qui eux aussi jouent le jeu et ont des fournisseurs et producteurs locaux. Ex : petit producteur de pommes, génépi, liqueur de châtaigne et crème de framboise, bière et cola ».

Pour Calou, gardien du refuge du Rulhe (Ariège), la difficulté principale est d'obtenir tel ou tel morceau de viande précis. Les amis-éleveurs chez lesquels il se fournit vendent les bêtes entières, or, les quatre ou cinq menus proposés par le refuge sont constitués de viandes en sauce toujours à base du même morceau. « Au niveau de la viande le problème qui se pose est de devoir acheter une bête entière ou demie alors qu'on ne souhaite pas exploiter la totalité. Pour 30 kg de navarin, combien je vais rentrer de bestioles ? » Du coup, Calou complète son approvisionnement en viande aux abattoirs de Pamiers.

Inutile de rappeler que le café ou le cacao, produits de consommation courante largement utilisés en refuge, ne sont pas cultivés dans nos vallées pyrénéennes !

La quantité

La quantité de vivres nécessaire pour une saison en refuge dépend bien évidemment de la fréquentation du refuge. Mais de manière générale, quand on parle de producteurs locaux, à quelques exceptions près, il s'agit de petits producteurs ayant opté pour une agriculture raisonnée et ayant donc choisi de travailler davantage sur la qualité du produit que sur la quantité produite. Si nous prenons l'exemple du refuge de Bastan qui utilise 2500 cuisses de canards et 300 œufs dans la saison, on se rend compte que l'on se trouve face à un sérieux problème d'approvisionnement si l'on désire suivre les circuits courts ! Par ailleurs, lors de cet été 2011, les gardiens du refuge d'En Beys (Ariège) n'ont pu recevoir la bière artisanale qu'ils avaient commandée car la brasserie était en rupture de stock, et ce à quelques jours de l'héliportage...

Chaque gardien essaie cependant de trouver la solution qui lui convient le mieux, ainsi, Rozenn achète au vacher du coin une petite quantité d'œufs et prend le reste au supermarché, Calou, qui dit avoir « bataillé pour trouver un maraîcher » qui puisse lui procurer assez de volume, se fournit en légumes chez un maraîcher qui, même s'il n'a pas lui-même la quantité requise, réussit à « se dépanner ».

On pourrait aussi penser à modifier la nature-même de l'approvisionnement, de façon à s'accommoder des petites quantités prises ici et là, ou encore à prendre le temps de se ravitailler chez plusieurs producteurs pour un même produit...

Le temps d'approvisionnement

Selon Cédric, « la facilité d'approvisionnement se trouve diminuée quand on a de nombreux fournisseurs ». De la même manière, Valérie, la gardienne du refuge du Ras de la Carança, rappelle que la livraison à domicile n'est pas possible et que « les producteurs sont très éparpillés ». En effet, se rendre dans plusieurs endroits différents pour s'approvisionner augmente le temps passé à faire ses achats. « Dès que tu recherches autre chose, tu passes plus de temps, aller au marché une ou deux fois par semaine ça prend du temps » opine Viviane, la gardienne du refuge de Camporells. « Du temps que l'on a en préparation de saison mais pas pendant... » ajoute Valérie.

Le coût

Quatre refuges sur les sept ayant rempli le questionnaire soulèvent le fait que le prix d'achat est plus élevé chez les petits producteurs, ce qui incite bien souvent à rester dans le domaine de la grande distribution. Les gardiens du refuge d'En Beys notent qu'en effet, le « coût des matières premières est difficilement intégrable dans une catégorie de prestations "bon marché" pratiquées dans les refuges ».

2.4 Évolution

Il n'apparaît pas ou peu d'évolution commune chez les gardiens questionnés.

Béatrice, en place depuis seulement un an et demi à la Glère, dit ne pas avoir assez de recul pour se pencher sur une éventuelle évolution de sa consommation en produits locaux.

Rozenn explique : « Pour nous il n'y a pas eu d'évolution dans nos achats car dans la vie courante le reste de l'année nous avons la même démarche. C'est une évidence pour nous. »

Chez Valérie, en vingt-cinq ans de gardiennage, il n'y a pas eu d'évolution en matière d' "approvisionnement local" au refuge du Ras de la Carança.

Au refuge de Bastan, en une dizaine d'années, la seule évolution constatée porte sur la confiture : elle est faite maison depuis trois ans.

Au refuge de Camporells, où les gardiens se disent « de plus en plus soucieux de l'économie locale », ainsi qu'au refuge d'En Beys, où les gardiens se sentent « de plus en plus motivés », on tend à augmenter l'approvisionnement en produits locaux d'année en année. Il en est ainsi également au refuge du Rulhe, « surtout ces deux dernières années ». Calou l'explique ainsi : « à force de rechercher on trouve plus facilement les plans, en s'intéressant de plus en plus à ça tu as de plus en plus de contacts. »

2.5 La clientèle

Il eût été intéressant de sonder la clientèle se restaurant en refuge et de la laisser se prononcer elle-même sur ses aspirations ou non à "consommer local". Cela n'ayant été fait par manque de temps et de moyens, on se penchera sur une étude qui a traité des attentes des clientèles des refuges des Alpes françaises et qui a dressé une typologie des utilisateurs actuels des refuges⁶.

On remarquera que c'est chez les "non-initiés" que l'intérêt pour une gastronomie locale est le plus vif, « leurs attentes s'exprimant notamment en termes de demande de gastronomie et produits locaux typiques », entre autres. Chez les usagers nommés "utilisateurs attentifs", on note encore des exigences sur « le caractère équilibré et local de la cuisine », alors qu'on ne retient aucun souhait spécifique à l'alimentaire chez le dernier groupe d'usagers appelés "conservateurs".

Béatrice semble confirmer cette relation entre le niveau de pratique et l'intérêt porté à une gastronomie locale quand elle parle de sa clientèle estivale : « c'est une clientèle de touriste "petit randonneur" au refuge de la Glère donc sensible généralement, qui achète du fromage en redescendant et même du miel – j'ai eu le retour du fabricant – ou même la charcuterie.

Mais de manière générale, on note un intérêt croissant pour une cuisine de qualité, de terroir. Au refuge de Camporells, Jean-Brice et Viviane constatent chez les pensionnaires du refuge une demande pour consommer local, et remarquent que « bien souvent ils [nous] demandent les adresses, où acheter les produits consommés ».

Selon Rozenn, « les randonneurs fréquentant les refuges sont plus sensibles qu'avant aux repas proposés. Maintenant dans les refuges [je pense que] la soupe en poudre et autres plats lyophilisés sont bannis. » Il semble en effet que le refuge étant à présent souvent une destination finale, et plus rarement une étape pour une ascension, « par rapport à dix-quinze ans en arrière, les gens attendent de bien manger. »

6 Voir bibliographie

Calou abonde dans ce sens : « C'est de plus en plus important. C'est la gastronomie locale qui peut être appréciée, une cuisine de terroir de plats mijotés, trop longs à préparer pour beaucoup de randonneurs à leur domicile, avec des produits qu'ils n'ont pas le temps d'aller acheter. »

Pour ma part, lors de mes expériences en refuge, je n'ai pas perçu de franche sollicitation de la part de la clientèle pour connaître la provenance des produits proposés. Je note cependant que lors de ma dernière expérience, au Ras de la Carança, les seuls produits pour lesquels les clients ne tarissaient pas d'éloges étaient précisément le vin de pays des Côtes Catalanes et le pain de la boulangerie de Mont-Louis, ce que Valérie, observe aussi : « la clientèle apprécie le vin local [...] Ils demandent souvent d'où vient le pain car ils le trouvent bon et n'ont plus l'habitude de manger du pain de seigle ! »

2.6 Communication

Pour mettre en avant l'offre de produits locaux, la plupart des gardiens a recours à l'affichage sur place de panneaux indiquant la provenance des produits et à la mise à disposition des plaquettes des producteurs.



Refuge CAF du Col de la Vanoise - © Parc National de la Vanoise – Jean-Luc Gosselin

Certains, comme le refuge des Estagnous, utilisent également leur site Internet⁷ pour faire la promotion de leurs bons plats réalisés à partir de produits du terroir, quand le refuge de l'étang d'Araing consacre carrément une rubrique à la présentation de ses producteurs, où l'on peut retrouver coordonnées et horaires d'ouverture de chacun, et une autre rubrique à la présentation des vins, sirops, liqueurs et sorbets artisanaux fabriqués sur place.

Toutefois, le gros de la communication se fait avant tout par contact direct avec les randonneurs sur place, oralement, en faisant le service et au travers des discussions d'avant ou d'après le repas, en dialoguant : « La viande était très bonne. Oui, c'est la viande du boucher à Luz. »

Au refuge de la Glère, lors de mon stage de printemps, j'avais en effet pour consigne au moment de servir le fromage de brebis d'expliquer qu'il s'agissait de celui fait par le berger à cinquante mètres sous le refuge. Au refuge de Barroude, on a les mêmes habitudes : « Quand nous présentons notre viande au moment du service des plats le soir, nous précisons aux randonneurs que c'est de la viande de nos éleveurs. Quand nous proposons comme pâtisserie le gâteau à la broche, nous présentons son histoire et son lieu de fabrication. Le pain étant fait sur place, les randonneurs le voient et posent souvent la question. »

Nota bene : Le coût et la question de la marge !

Au Ras de la Carança, le sandwich "au fromage" est constitué de pain et de fromage à tartiner "Kiri". Lors de mon stage estival, les aide-gardiens et moi avons suggéré à Valérie de se fournir en fromage à la fromagerie de Saillagouse qui propose une tomme de vache à 17,00 € TTC le kg, soit 16,11 € HT.

Et nous avons fait les calculs suivants : Valérie achète la boîte de "Kiri" de 1,6 kg 19,32 € TTC, soit 18,31 € HT. Les trois portions de 25 g utilisées pour confectionner le sandwich correspondent à 75 g de "Kiri", soit un coût de 0,86 € HT.

⁷ Voir bibliographie

Pour ce même coût en fromage, nous avons pu préparer un sandwich avec plus de 50 g de tomme. Ce sandwich était ma foi tout à fait satisfaisant... bien meilleur!

A la Glère, Béatrice propose un dessert composé de greuil agrémenté de miel et pignons ou de confiture, éclats de pistache et pépites de chocolat. Le berger lui vend son greuil à 8,50 € TTC le kg, soit 8,06 € HT. Le dessert est vendu à 3 € TTC, soit 2,84 € HT. Dans ce dessert on trouve à peu près 150 g de greuil, ce qui correspond à un coût pour la gardienne de 1,21 €, et à une marge de 1,63 € si on laisse de côté miel et confiture.



Dessert du Berger – Béatrice Caucat

Si l'on se rend au supermarché et que l'on achète 1 kg de fromage blanc à 1,27 € TTC, donc à 1,20 € HT, à savoir le plus bas prix de l'Intermarché, le "même" dessert coûtera à la gardienne 0,18 € HT et on obtiendra une marge de 2,66 €, nettement supérieure à celle obtenue en revendant le greuil...

Mais la comparaison est-elle possible ?

À la Brasserie Artisanale d'Ariège Pyrénées, à Saint-Girons, la bouteille de bière 33 cl coûte 1,19 € HT et celle de 75 cl 2,60 € HT pour les revendeurs. Mais la brasserie propose aussi le fût de cinq litres à 14 € HT, sachant que la bière se

conserve trois jours après l'ouverture et que la tireuse est prêtée. 33 cl de bière à la pression coûteront au refuge 0,92 € HT.

Aux Estagnous la bière pression 33 cl est vendue 4,50 € TTC, donc 3,76 € HT. La marge sur une bière pression de 33 cl est donc de 2,84 €.

A Barroude, on revend 3,50 € TTC, donc 2,93 € HT la canette de bière basque achetée au fournisseur 1 € HT. La marge sur la vente d'une canette de bière basque est donc de 1,93 €. La canette de Cola basque est achetée 0,87 € HT et revendue 3 € TTC, donc 2,84 € HT. La marge sur une canette de Cola basque est de 1,64 €.

Une canette chez Intermarché coûte 0,50 € TTC, donc 0,42 € HT et est revendue généralement en refuge à 3 € TTC, donc 2,51 € HT. La marge est donc de 2,09 €.

Suit un tableau de façon à synthétiser ces dernières lignes :

Produit	33 cl de bière pression-brasserie de St-Girons	33 cl de bière basque en canette	33 cl de cola basque en canette	33 cl de bière Kronembourg en canette
Achat	0,92 € HT	1 € HT	0,87 € HT	0,42 € HT
Revente	4,50 € TTC	3,50 € TTC	3,00 € TTC	3 € TTC
Marge effectuée sur la vente	2,84 €	1,93 €	1,97 €	2,09 €

En choisissant une bière locale, on sera contraint soit à diminuer la marge effectuée sur la vente, soit à augmenter le prix de vente. On pourra éventuellement "jouer sur les deux tableaux", dans les proportions qui nous conviendront le mieux !

Conclusion

Bien souvent, l'achat de tel ou tel produit révèle une volonté écologique, une volonté éthique de celui que l'on nomme par un terme à la mode mais non dépourvu de sens : un consomm'acteur. Chacun de nous est en mesure de jouer un rôle non négligeable en faveur de la protection de l'environnement, et il est clair que notre implication dans la vie de tous les jours, j'entends hors-saison, conduira à une implication plus ou moins importante dans notre travail de gardiennage.

Cela dit, n'oublions pas que le gardien de refuge, de par sa fonction, véhicule une image forte de protecteur du milieu naturel dont il est responsable et qu'il peut être, par sa démarche éco-exemplaire, un véritable acteur de l'éducation à l'environnement.

De plus, la décision de s'orienter davantage et toujours plus vers les producteurs locaux est d'autant plus importante que nous avons vu que l'approvisionnement relève avant tout du choix personnel du gardien, en fin de compte seul maître à bord.

Pour finir je citerai Rozenn : « En tant que gardien, nous vivons une partie de l'année en pleine nature et donc sommes conscients qu'il faut la protéger. En ayant une démarche éco-citoyenne et "bio", nous participons à la pérennité de notre agriculture et de notre environnement. Nous devons en tant que gardien-protecteur de la nature protéger nos générations futures de l'agriculture intensive et de la "mal-bouffe". »

Bibliographie

Dossier ODIT France, Les refuges de montagne en Europe. Approche comparative sur 10 pays de différents massifs (Alpes / Pyrénées, Balkans, Scandinavie). Mai 2009

Parc National de la Vanoise, Gestion environnementale des refuges situés sur le territoire du Parc National de la Vanoise. Guide d'application et recommandations. Avril 2009

Parc National de la Vanoise, Pour une gestion environnementale des refuges, plaquette 2009

http://www.parcnational-vanoise.fr/fr/documentation-en-ligne/cat_view/16-documents-publics/98-developpement-durable-.html

Agence régionale pour l'environnement de Midi-Pyrénées, Guide de gestion environnementale des refuges gardés dans les Pyrénées

http://www.ademe.fr/midi-pyrenees/documents/publications/guide_refuges.pdf

Site Internet du refuge de l'étang d'Araing : <http://www.refuge-araing.fr>

Site Internet du refuge des Estagnous : <http://www.ariege.com/refuge-estagnous>

Annexe

Questionnaire à l'attention des gardiens et des gardiennes de refuge

1. Pouvez-vous lister les produits locaux que vous achetez régulièrement, ou que vous produisez vous-même au refuge ?
2. A combien (en pourcentage) estimez-vous la part de produits locaux dans votre approvisionnement alimentaire ?
3. Quelles sont vos motivations à acheter ce type de produits ?
4. Y a-t-il eu une évolution (baisse, augmentation) en matière d' « approvisionnement local » depuis que vous êtes gardien(ne) ? Si oui, pourquoi ? Précisez SVP le nombre d'années de gardiennage.
5. Y a-t-il, selon vous, des limites à l'approvisionnement en produits locaux ? Si oui, lesquelles ?
6. Vis-à-vis des usagers du refuge : mettez-vous en avant l'offre de produits locaux ? Si oui, comment exercez-vous cette communication ?
7. A votre avis, la clientèle du refuge porte-t-elle un intérêt à une gastronomie locale ?
8. Commentaires et observations complémentaires.