

Modele de valorisation touristique des produits agroalimentaires artisanaux

Expérience dans 4 vallées pyrénéennes.

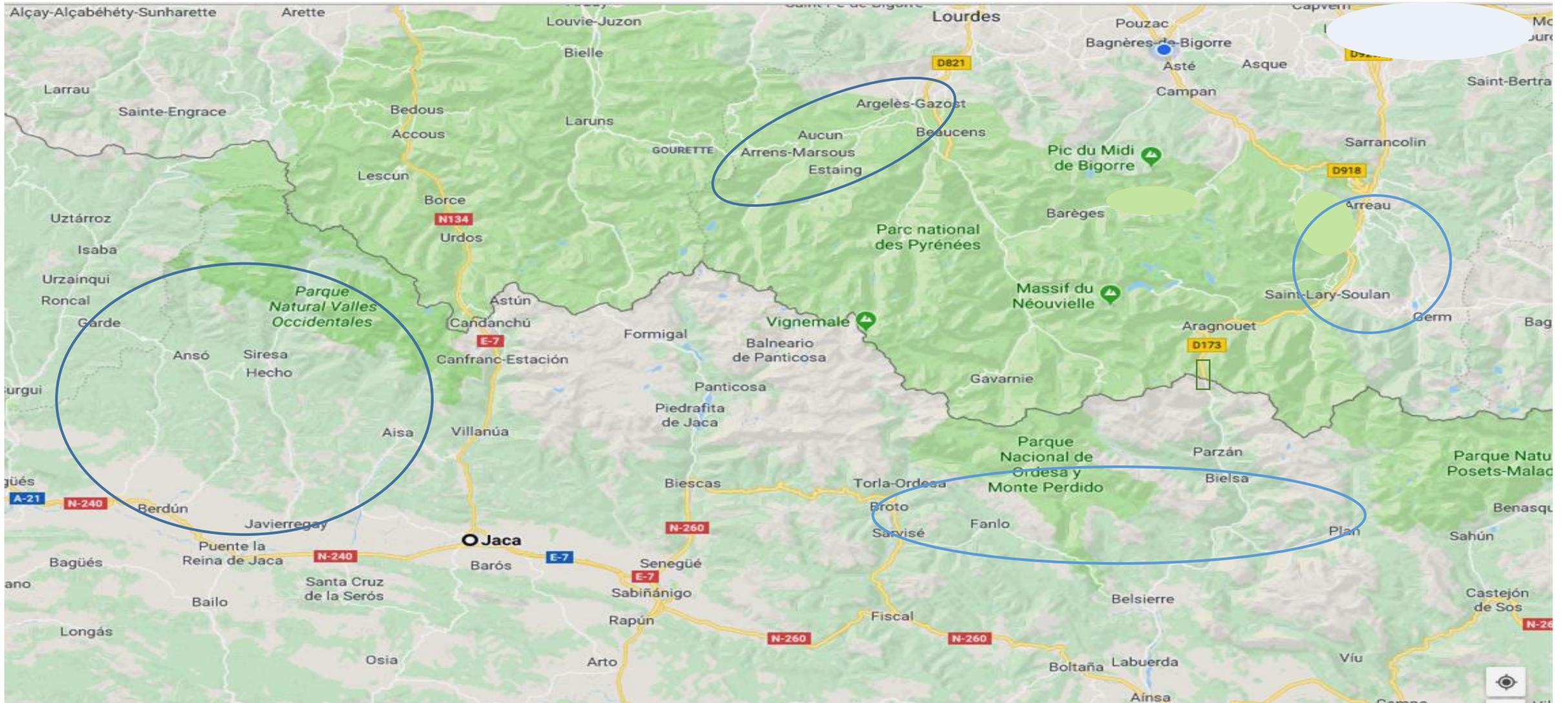
I-LE MODELE TOURISTIQUE: LES ELEMENTS CONSTITUTIFS DES CIRCUITS TOURISTIQUES

II- INTERETS DU PROJET, en lien avec :

1. Les tendances du tourisme
2. Les tendances de la gastronomie et de l'alimentation
3. Un modèle structurant pour un territoire
4. La commercialisation des produits locaux
5. La commercialisation des séjours touristiques

III- THEMES ET ACTIVITES PROPOSEES / FORMATIONS

Les territoires



I- LE CONCEPT DU PROJET, LES ÉLÉMENTS CONSTITUANT LES SÉJOURS TOURISTIQUES

Hôtel, adapté au thème du séjour et au type de public



Restaurant, repas adaptés au thème du séjour, au type de public

Produits locaux uniquement



Piquenique

Adapté au thème

Uniquement produits locaux



Séjour touristique thématique

(tourisme d'expérience, d'apprentissage...)

Une ou plusieurs activités



« Panier souvenir »



20 € produits alimentaires (« échantillons »)

10 € objet artisanal ou artistique

+ Possibilité facile d'acheter produits en plus avant de partir

+ Contacts producteurs et possibilités d'achat de ces produits par internet



II- INTERETS DU PROJET

II.1- LE PROJET REpond A 3 NOUVELLES TENDANCES DU TOURISME PYRENEEN

Tourisme de **confort et détente**, complémentaire de tourisme sport ou nature

Pyrénées :

➤ **Atouts** paysagers et culturels.

Nécessité d'offrir trois éléments :

➤ Hébergement de qualité

➤ **Restauration de qualité**

➤ Offre de détente (bains thermaux, offre artistique de qualité,...).

Tourisme d'**expérience** authentique et d'apprentissage

Le touriste doit sentir que :

On lui offre le meilleur, on écoute sa demande d'apprentissage intéressant,

On le considère ainsi avec respect et attention

Tourisme **responsable** et durable

Le touriste doit se sentir comme un partenaire, un ami, une personne utile, qui participe à l'économie du territoire et à son développement

II- INTERETS DU PROJET

II.2- LE PROJET REpond AUX NOUVELLES TENDANCES SOCIETALES POUR L'ALIMENTATION ET POUR LA RESTAURATION

« Clean
Supreme »

Transparence (traçabilité) sur les produits et les chaîne d'approvisionnement. Produits locaux / terroir.

« Alternative
verte »

Cuisine végétarienne ou « mixte ». Plus de place pour **produits végétaux (et champignons)**. Agriculture circulaire...

« A l'écoute de
son corps »

Meilleur équilibre goût-santé. Focus sur les sources de sucres (« lents » et « rapides » = notions erronées) // hyperglycémie, diabète, obésité

« Symphonie en
cuisine »

Innovations, esthétisme, cuisines ethniques

« Sophistication
simple »

Haut de gamme mais simple

II- INTERETS DU PROJET

II.2- LE PROJET REpond AUX NOUVELLES TENDANCES SOCIETALES POUR L'ALIMENTATION ET POUR LA RESTAURATION

Conclusions :

Il y a des opportunités pour la haute cuisine et pour une cuisine simple qui s'adaptent à ces tendances :

- produits tracés, issus des terroirs,*
- offre plus équilibrée : Produits animaux/produits végétaux; Goût/santé; Qualité/simplicité*
- Innovations*

II- INTERETS DU PROJET

II.4 - LE PROJET VISE A FAVORISER LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES ET LA RESTAURATION

Commercialisation des produits agricoles :

- 1. circuits courts agriculteurs / restaurants**
- 2. circuits courts agriculteurs / entreprises agroalimentaires**
- 3. Développement entreprises agroalimentaires**, pour leur propre développement, pour le développement des productions agricoles locales, pour développer l'identité du « terroir »
- 4. contacts touristes / producteurs à travers les activités touristiques** (visites à la ferme, « paniers-souvenirs »)
- 5. Développement lieux de vente collectifs** qui existent déjà ou bien en créer

Commercialisation par les hôtels-restaurants :

Des hôtels-restaurants ont une expérience directe de la commercialisation d'offres touristiques (Le Viscos en val d'Azun, l'auberge de Germ en val Louron, Casa Anita en vallée de Chistau). Il semble intéressant que les hôtels développent cette fonction d'acteur central et d'animateur des territoires :

la fonction d'accueil du public est une fonction essentielle, quelles que soient les offres touristiques.

Les hôtels qui ont cette expérience développent déjà des relations avec les accompagnateurs de montagne, des artistes locaux (spectacles en soirée,..)

Commercialisation par les organisateurs de voyage locaux.

Les petites entreprises locales qui organisent des séjours touristiques doivent développer des relations plus étroites avec les hôtels-restaurants, pour développer en fait des projets communs. Cela signifie que les hôtels et les restaurants doivent pouvoir s'adapter aux publics (exemple : repas thématiques)

Commercialisation par l'intermédiaire de ROADTRIP Pyrénées

L'élaboration d'une offre touristique locale suffisamment intéressante et riche (« projet territorial ») répondra aux critères recherchés par les acteurs commerciaux de ROADTRIP Pyrénées, qui cherchent des offres touristiques locales, en dehors des grands sites touristiques.

Commercialisation par des Tours-opérateurs Leader (Europe du Nord,...)

Des tour-leader importants seront également intéressés s'il existe une vraie synergie entre une activité touristique donnée (par exemple une activité sur le thème des chemins de Saint-Jacques) et une offre territoriale locale intéressante.

Exemple : un tour opérateur important de Castille et Léon recherche des projets territoriaux originaux et diversifiés autour du thème des champignons sylvestres d'une part et truffes d'autre part. Ce TO leader interviendra en partenariat avec des entreprises locales d'organisation de séjours. Ils peuvent intervenir également en partenariat avec des hôtels-restaurants.

III- THEMES TOURISTIQUES PROPOSES ET ACTIVITES

BIEN-ETRE ALTITUDE

LES CHEMINS SECRETS DE SAINT-JACQUES

LES SECRETS DES CHAMPIGNONS

L'INTELLIGENCE DES FORETS

SAVEURS AU SOMMET

« BIEN-ETRE ALTITUDE »

Activité 1 : « Petite séance de réveil énergétique et petit déjeuner vitalité »

Exercices de mise en forme

« Gérer » le petit déjeuner → adapté à objectif de bien-être

Activité 2 : « La randonnée attentive » et le pique-nique bien-être.

La randonnée en montagne vécue comme moyen de découvrir les secrets de la marche

Activité 3 : Intermèdes « méditation naturelle »

Développer ses capacités naturelles d'écoute et d'observation de la nature, durant des moments courts



Activité 4 : Initiation ou développement d'une discipline traditionnelle :

Yoga, Qi-Gong, Tai-Chi-Chuan,... Découvrir ou développer une pratique traditionnelle dans un contexte exceptionnel de nature.



Activité 5 : « Le repas bien-être »

Démontrer et expliquer des principes de base d'un repas adapté au bien-être, principes faciles à valoriser plus tard chez soi.

« BIEN-ETRE ALTITUDE »

Opportunités de création d'objets, de produits agroalimentaires locaux



« LES CHEMINS SECRETS DE SAINT-JACQUES »

Activité 1 : « La méditation du chemin »

Découvrir les bienfaits de la marche associée à la respiration consciente et notre capacité à nous relier aux éléments de la nature dans laquelle nous conduit le chemin.



Activité 2 : « Les trésors cachés du patrimoine, au fil du chemin »

L'expérience de la découverte de trésors cachés du patrimoine, quand nous savons emprunter les chemins discrets des territoires ruraux.



Activité 3 : « Le carnet de voyage »

Recueillir ses impressions et découvertes dans un carnet, tout en développant ses capacités d'observation et de créativité.



Activité 4 : Le piquenique et le repas du soir du pèlerin de Saint-Jacques

« LES CHEMINS SECRETS DE SAINT-JACQUES »

Opportunités de création d'objets, de produits agroalimentaires locaux



http://mariagemed.over-blog.com/pages/Sac_de_pelerin-152404.html



LES CHEMINS SECRETS DE SAINT-JACQUES

Les chemins secrets de Saint-Jacques

Le Carnet de Voyage



La méditation du chemin

« Le guide du pas »

Il y a deux façons de marcher: En nous laissant guider par notre pensée ou bien par notre souffle.

Trois secrets de la marche avec le souffle

1

Un outil pédagogique pour les touristes : un « carnet de voyage », pour diriger l'attention vers des éléments essentiels, noter, se souvenir, apprendre à dessiner,...

L'aquarelle



Les couleurs, les valeurs, les lumières et les ombres

L'aquarelle en étapes :

- 1) Peindre le ciel
- 2) Peindre l'arrière plan, en évitant une valeur trop forte. Cela va mettre en valeur le sujet principal : le château d'Arreau ici.
- 3) Peindre les autres éléments paysagers des premiers plans

- 4) Peindre le château, en veillant qu'il y ait un contraste entre le sujet (le château) et son environnement. Ici: Un contraste de couleurs et un contraste de lumières.



16

Les trésors cachés du patrimoine

Les repas du pèlerin

« A chaque bouchée de fromage, retrouvant les arômes des plantes de montagne, je prends à nouveau conscience de ce miracle de la transformation :

L'herbe et la chèvre font le lait
Le lait, le savoir-faire fromager et l'air des montagnes font le fromage... »

(Extrait du journal d' un touriste Pyrénéen).



27

« LES SECRETS DES CHAMPIGNONS »

Activité 1 : « Vivre une journée de cueillette » et repas Mycologique. L'aventure de la cueillette, sur une journée...
(+Piquenique des forêts et repas de champignons et produits locaux)



Activité 2 : « L'atelier de cuisine mycologique »
L'initiation aux secrets de la cuisine mycologique, sur une journée.
(+Repas de champignons et produits locaux)



«Activité 3 : « Le petit atelier de transformation des champignons »
(+Repas de champignons...)



Activité 4 : « Champignons sensations » : La découverte sensorielle des champignons. (+Dégustations de champignons cuits de différentes façons, associations avec produits locaux)



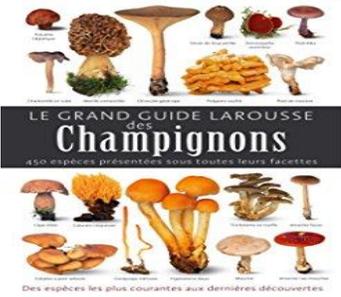
Activité 5 : « L'atelier de culture de champignons »
L'initiation aux secrets de la culture des champignons
(+Repas de champignons...)



Activité 6 : « Favoriser les champignons dans sa forêt »
Une initiation pour les propriétaires forestiers et pour les amateurs passionnés. (+Repas de champignons...)



« LES SECRETS DES CHAMPIGNONS » Exemples d'objets artisanaux, objets d'art, de préparations agroalimentaires....



Outils pédagogiques



6 - « Au fil des saisons, nous naissons et vivons d'air, d'eau et de lumière et puis nous donnons vie au sol tout en protégeant ses habitants. Savez-vous qui nous sommes et ce que nous apportons aux cèpes ? » *



* Réponse: Les feuilles. Les feuilles se développent en utilisant les molécules organiques qu'elles fabriquent elles-mêmes en réalisant la photosynthèse. Nous avons vu précédemment que les feuilles alimentent également les champignons grâce à la photosynthèse. Quand elles tombent au sol, elles forment la litière. La litière de l'année forme un tapis organique qui protège les mycéliums et les petites fructifications contre le dessèchement. Les feuilles des années précédentes se sont transformées en humus, si important pour la vie du sol.

10



* Réponse: La callune ressemble à la bruyère mais les pétales de ses fleurs ne sont pas soudées en « urnes ». La callune est favorable à l'installation des cèpes car ses racines excrètent dans le sol des substances qui sont toxiques vis-à-vis de nombreux autres champignons qui pourraient concurrencer le cèpe. Elle est également favorable car les plantes vivantes protègent les fructifications de cèpes vis-à-vis de l'ensoufflement excessif et du vent desséchant. La callune morte constitue un tapis organique qui est propice au développement des racines mycorhizées, du mycélium et des primordia. Il est également possible que le mycélium de cèpe puisse utiliser cette callune morte comme une source nutritionnelle. Ceci reste à vérifier cependant.

- « Pour l'éleveur et pour le forestier je suis signe de vrété mais pour le cueilleur je suis signe d'abondance. s bienfaits se comptent au moins par trois » *

« L'INTELLIGENCE DES FORETS »

Activité 1 : « L'intelligence de la forêt ». Approche sensible et écologique de la forêt. Relations entre les arbres et entre arbres et champignons. Les forêts de montagne.
(+Piquenique forestier)

Activité 2 : « Les bains forestiers » ou « Comment la présence des arbres nous permet de nous régénérer ». Molécules aromatiques: actions sur la respiration, détente,...Approches sensorielles,...

«Activité 3 : « Le repas forestier » La forêt nous accueille, nous abrite et elle peut nous nourrir. Cueillette, connaissance des plantes sauvages et champignons. Cours de « Cuisine forestière ». Associations produits forestiers et produits locaux.

« SAVEURS AU SOMMET »

Activité 1 : « Ballade gourmande » : Découvrir quelques lieux de production en faisant son « marché nomade », déguster ensuite les produits.

Si des petites dégustations sont également prévues chez les producteurs, on peut imaginer que le pique-nique soit fait à un horaire de repas espagnol (14 h, 14 h 30), ce qui laisse le temps pour la ballade du matin.

Activité 1bis : « Ballade gourmande et Nature »

Découvrir quelques lieux de production en faisant son « marché nomade », cueillir quelques plantes sauvages alimentaires, déguster ensuite les produits.

Activité 2 : « La ballade gourmande et l'atelier de cuisine »

Faire son marché nomade pour choisir les bons produits puis apprendre à les sublimer à travers une cuisine qui valorise simplement leurs qualités naturelles.

Les plus :

Un panier à emporter

Un **carnet de ballade**, avec quelques aquarelles des paysages, lieux de production et produit + quelques éléments clefs sur ces produits + grille de dégustation des produits

Formations, pour “finaliser” les offres touristiques







Entratamientos





Cueillette de plantes alimentaires sauvages et cuisine de plantes sauvages + produits locaux (Jacetania et Val d'Azun)



Cours de « cuisine santé »
Jacetania (Villanua)



Commercialisation produits fermiers (Jacetania)



Entreprise organisation de voyage, accompagnateur montagne, maire d'une commune forestière, restaurateur, public test



Entreprise organisation de voyage, accompagnateur montagne, public test



Restaurateurs, producteur de truffes, public test



- 3 Restaurateurs (Casa Anita, Casa Ruche, Lamiana)
- 2 producteurs de pâtés (« Paté de Ainsa et un Nouveau producteur)
- 1 entreprise d'organisation de voyage



POUR PÉRENNISER LES RELATIONS ENTRE ACTEURS :

- Guide sur les activités touristiques proposées
 - Carnets de voyage
 - Propositions de recettes
 - Propositions d'objets artisanaux
 - Contenus des formations
 - Exemples de flyers
-
- Chiffrage des offres par deux entreprises

Mise en œuvre des offres touristiques à partir de l'hiver et printemps

« Focus group » pour certaines offres à finaliser (Bien-être, saveurs de montagne)

Publics réels pour certaines offres déjà finalisées (Chemins de Saint-Jacques, Champignons)

- Création d'une association « Agir ensemble dans les Pyrénées » avec un repas de lancement le 14 Décembre en Val d'Azun (Gaillagos)

Repas avec produits locaux, animations sur la nutrition et la cuisine santé, animations culturelles...



Merci pour votre temps et votre attention !

Contacts projet :

Jean Rondet 06 86 18 53 68

jeanrondet@gmail.com