

Vers un outil de valorisation
des producteurs des Garrigues



Restitution des résultats - 9 Février 2018
Animée avec l'aide du Collectif des Garrigues

Océane Cobelli - Marion Delporte - Arnaud Guéry - Violette Le Guern

En partenariat avec le Collectif des garrigues et la Faculté des sciences de Montpellier - Année 2017/2018

Sommaire :

1. Constats
2. Le projet : création d'un outil de valorisation des producteurs du territoire
3. Intérêts et attentes des consommateurs
4. Besoins et contraintes des producteurs
5. Les personnes ressources
6. Conclusion

→ Discussion et questions relatives au projet



Collectif
des
Garrigues 

1. Constats :

- Garrigues = Territoire de 340 000 ha
- Activités anthropiques = identité
- Grande biodiversité
- Intérêt pour des produits de qualité
- ✘ Abandon agricole et pastoral
- ✘ Etalement urbain
- ➡ Réappropriation par l'homme et valorisation des activités respectueuses



Collectif
des
Garrigues



2. Le projet : création d'un outil de valorisation

Philosophie du projet :

- Répondre aux **nouveaux comportements** de consommation
- **Valoriser les producteurs** des Garrigues soucieux de l'**environnement**
- Gage de **qualité** et d'**identité territoriale**

Moyens :

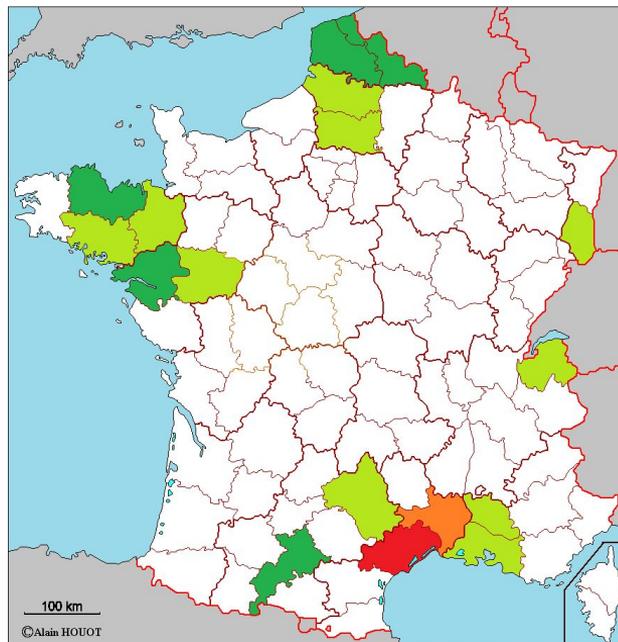
- Enquêtes auprès de consommateurs et de producteurs → **cerner l'engouement**
- Entretiens avec acteurs-clés → **définir l'outil le + adapté**



Collectif
des
Garrigues 

2. Intérêt et attentes des consommateurs

Répartition des enquêtés à l'échelle de la France (119 personnes)



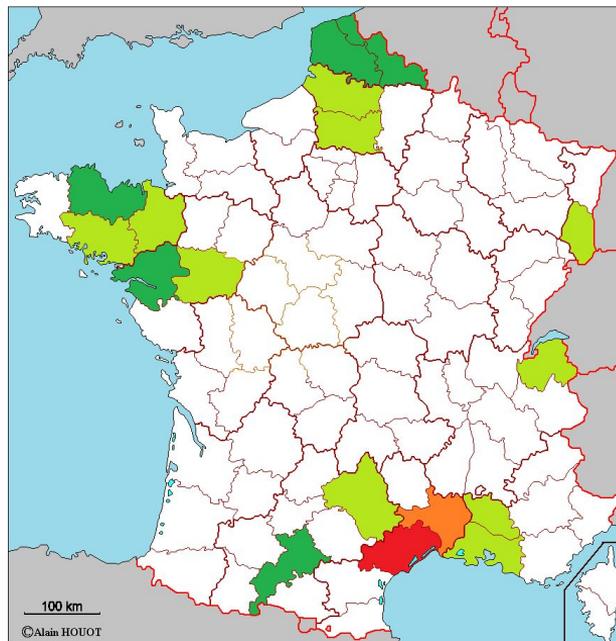
- 1 personne
- 2 à 10 personnes
- 11 à 20 personnes
- 61 -70 personnes



Collectif
des
Garrigues

2. Intérêt et attentes des consommateurs

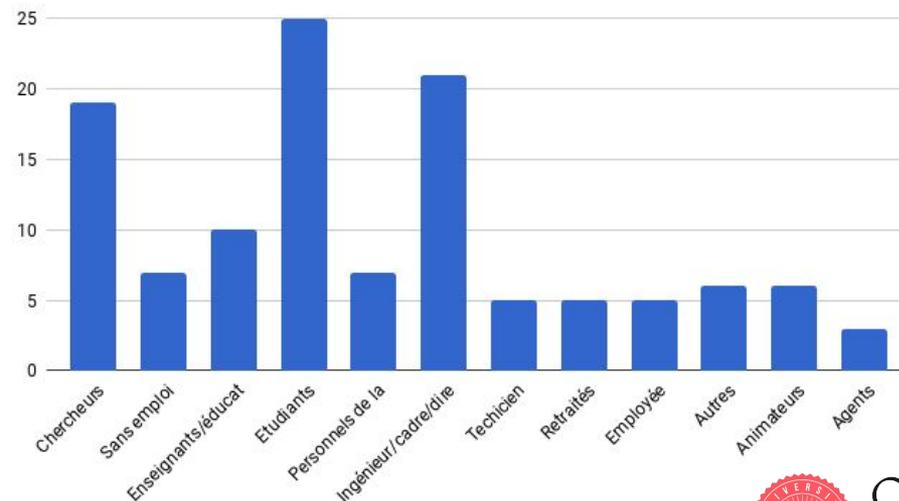
Répartition des enquêtés à l'échelle de la France (119 personnes)



- 1 personne
- 2 à 10 personnes
- 11 à 20 personnes
- 61 -70 personnes

→ 96 % achètent local en vacances

Proportion socio-professionnelle des enquêtés (119 personnes)



Collectif
des
Garrigues

2. Intérêt et attentes des consommateurs

Critères

1. Origine
2. Ingrédients
3. Labels



Attentes / contenu d'un label

1. Qualité/sain
2. Environnement
3. Economie locale



Collectif
des
Garrigues 

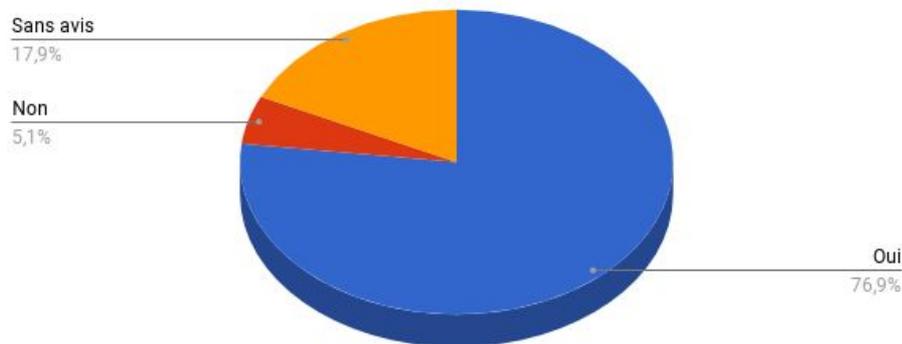
2. Intérêt et attentes des consommateurs

→ 77% de consommateurs intéressés

Exigences

- Favoriser les acteurs locaux (80%)
- Transparence claire (72%)
- Identification facile (58%)
- Qualité (50%)

Pourcentage des opinions pour un label Garrigues (119 personnes)



Collectif
des
Garrigues



3. Besoins et contraintes des producteurs

Besoins

- Qualité des milieux : dépendance au territoire (40%)
- Préserver le terroir et valoriser le territoire (40%)
- Valoriser le producteur et ses pratiques (20%) : implication dans l'économie locale + respect environnemental



Collectif
des
Garrigues



3. Besoins et contraintes des producteurs

Exigences

- Transparence
- Cahier des charges rigoureux + suivi régulier
- Réseau de producteurs labellisés
- Visibilité et crédibilité auprès du grand public (labels AB et Sud de France)



Exigences pour intégrer une démarche de qualité

- La transparence de la démarche
- Un suivi des pratiques par l'organisme certificateur
- Le développement d'un réseau de producteurs labellisés
- De la visibilité pour mon entreprise
- Une réunion annuelle sur l'innovation avec un objectif de coopération entre producteurs et d'amélioration des méthodes et des pratiques
- La gratuité de cette certification
- Des manifestations dédiées
- N'a pas souhaité répondre

Communication ultra importante !!!



Collectif
des
Garrigues



3. Besoins et contraintes des producteurs

Contraintes

- Trop de labels → nuit à la visibilité
- Temps passé pour les démarches relatives au label (réunions + tâches administratives) → 70%
- Investissement financier pour obtenir la certification (50%)



Collectif
des
Garrigues 

4. Les personnes ressources

Personnes ressources : Professionnels, spécialistes de la problématique abordée.

Profils recherchés : producteurs, personnes investies sur le territoire, professionnels ou chercheurs qui s'intéressent aux marques et autres outils de valorisation.

Intérêt de la démarche : Apporter les informations nécessaires au bon déroulement de la démarche et à une compréhension claire du contexte local et des outils de valorisation.

EXPERT



Collectif
des
Garrigues



4. Les personnes ressources

Une dizaine de personnes rencontrées

Ce qui ressort :

- Un enthousiasme de la mise en valeur des Garrigues et ses producteurs
→ “Garrigue” : mot fort représentant un territoire avec une vraie identité
- Faire attention à la multiplication des labels : “trop de labels tue les labels”
→ Avoir une bonne stratégie de communication
- Les outils de valorisation ne se valent pas
→ Choisir l’outil adapté au contexte local



Collectif
des
Garrigues



4. Les personnes ressources

Une multitude d'outils de valorisation

- marques “territoire”

→ pas d'obligation de certification par un tiers

→ grande liberté dans l'élaboration des critères de sélection

→ ancrage territorial facilitant la communication



Collectif
des
Garrigues 

4. Les personnes ressources

Une multitude d'outils de valorisation

- marques “territoire”
- **labels certifiés par un tiers**

→ vraie reconnaissance due à la certification par un organisme indépendant



Collectif
des
Garrigues 

4. Les personnes ressources

Une multitude d'outils de valorisation

- marques “territoire”
- labels certifiés par un tiers
- **labels certifiés par SPG : Système Participatif de Garantie**

→ création d'un réseau formé par les adhérent au SPG

→ modification régulière donc innovation possible

→ lien avec le consommateur dû à la présence de représentants dans le groupe de certification



Collectif
des
Garrigues



5. Conclusion : quel outil ?

Outil le plus adapté ?

→ Une marque ancrée sur le territoire avec un système de certification participatif (type SPG) ?



Collectif
des
Garrigues



5. Conclusion : quel outil ?

Outil le plus adapté ?

→ Une marque ancrée sur le territoire avec un système de certification participatif (type SPG) ?

Quels critères?

→ impact social



Collectif
des
Garrigues



5. Conclusion : quel outil ?

Outil le plus adapté ?

→ Une marque ancrée sur le territoire avec un système de certification participatif (type SPG) ?

Quels critères?

→ impact social

→ économie locale



Collectif
des
Garrigues



5. Conclusion : quel outil ?

Outil le plus adapté ?

→ Une marque ancrée sur le territoire avec un système de certification participatif (type SPG) ?

Quels critères?

→ impact social

→ économie locale

→ environnement



Collectif
des
Garrigues



Merci de votre attention