



Interreg



UNION
EUROPÉENNE



PRO
ME
TEA

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional



ESEMPI DI MODELLI MULTIFUNZIONALE E SOSTENIBILE

VAR E ALPI MARITTIME

La coopération au cœur de la



La coopération au cœur del Mediterraneo

Méditerranée

Laore

Agenzia regionale
pro s'isvilupu in agricultura
Agenzia regionale
per lo svilupu in agricultura



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE D'AJACCIO
ET DE LA CORSE-DU-SUD

AViTem

Agence des Villes et Territoires
Méditerranéens Durables

Casi studi - Aziende multifunzionali nelle Alpi Marittime e nel Var

I ALPI MARITTIME	3
LA BIGARADE	Erreur ! Signet non défini.
LE POTAGER DE SAQUIER	Erreur ! Signet non défini.
LE VIGNOLE DES HAUTES COLLINES DE LA CÔTE D'AZUR	Erreur ! Signet non défini.
IL VAR	17
LA FERME SAINT PIERRE	17
LES GÎTES DU MERLE	Erreur ! Signet non défini.
SAFRANANS	Erreur ! Signet non défini.

LE ALPI MARITTIME

LA BIGARADE



1. Struttura e storia dell'azienda

SARL La Bigarade è stata creata nel 2007 a Vallauris, nella zona costiera maralpina vicino ad Antibes. Contrariamente a molti esempi di strutture agrituristiche, questo progetto è diventato realtà una volta che i proprietari sono andati in pensione. Non avendo una formazione agricola alla base, i proprietari di La Bigarade hanno imparato a coltivare gli agrumi in modo autodidatta, dedicando tutto il loro tempo a questo nuovo progetto. In primo luogo, La Bigarade è stato sviluppato come bed and breakfast, offrendo anche un servizio di table d'hôte su richiesta. Si è poi diversificata sviluppando gradualmente un'attività agricola composta da arboricoltura e coltivazione di piante aromatiche. L'arboricoltura è orientata principalmente agli agrumi e in particolare all'arancio amaro, detto anche arancio amaro, frutto tipico di questo territorio maralpino.

2. La produzione e le sue specificità

L'attività principale della Bigarade è la coltivazione di frutta, soprattutto di agrumi.

La cultura dell'arancio amaro è una tradizione secolare della regione e Vallauris Golfe Juan rimane uno degli unici comuni a sfruttare questa piantagione. L'arancio amaro è l'albero più presente nella tenuta di La Bigarade (80 alberi centenari). Gli alberi di arancio amaro non vengono innestati, il che conferisce loro un aspetto più selvaggio rispetto ai loro fratelli arancioni. Portano lunghe spine, le loro foglie sono appuntite, e fanno anche un bell'albero ornamentale, con una fioritura molto profumata. L'arancio amaro porta un frutto, l'**arancio amaro**, noto anche come arancio amaro. Questo frutto è più piccolo dell'arancia dolce e la sua buccia è ruvida con una sfumatura verde o gialla. La sua polpa è acida, non molto succosa, molto amara e contiene molti semi. Molto profumato, il fiore d'arancio amaro è usato per fare l'assoluta di fiori d'arancio, l'acqua di fiori d'arancio e l'essenza di neroli usata in profumeria e per aromatizzare i cibi.

La Bigarade coltiva altri agrumi e altri alberi come l'arancio amaro, clementina, mandarino, pompelmo, arancio dolce, pomelo, kumquat, kumbava, cedro e bergamotto. La struttura produce anche altri frutti come kiwi, prugne mirabelle, avocado e banane. Una piccola parte del terreno è dedicata alla coltivazione di piante aromatiche. La stragrande maggioranza del raccolto è destinata alla vendita al dettaglio al di fuori dell'azienda, mentre una piccola parte è venduta sul luogo di produzione.

I proprietari di La Bigarade, Antoine e Gislaine Damiano, sono molto legati alla qualità dei loro prodotti. Sono quindi attenti a mantenere la catena di produzione corta e ad effettuare regolari controlli di qualità affinché i loro prodotti siano certificati. Secondo Gislaine Damiano, *"la qualità è alla base dell'agricoltura biologica, con la conservazione del patrimonio locale". Bisogna essere orgogliosi di vendere prodotti sani.* »

La coppia è impegnata nell'innovazione, sia in termini di prodotti che di diversificazione del business. Per Gislaine Damiano, *"innovare significa trovare un prodotto o un'attività che non è ancora stata sperimentata. Significa adattarsi al mutare delle esigenze e delle pratiche".*

In termini di innovazione di prodotto, La Bigarade ha introdotto l'agricoltura biologica. Dal 2013, l'azienda è stata interamente considerata come produttrice di prodotti BIOLOGICI, grazie all'aiuto di AGRIBIO 06 e Bureau Véritas. La Bigarade produce e stampa manualmente le proprie etichette, le ritaglia e le incolla sui propri prodotti. Si privilegia così una produzione manuale a misura d'uomo, senza intermediari, invece di un'innovazione di processo che consiste, ad esempio, nell'acquisto di nuove macchine.

In termini di diversificazione, La Bigarade si sta reinventando rinnovando i suoi prodotti: marmellate, acque floreali, sciroppi, tra gli altri. Li vende sia ai professionisti che ai privati.

L'esempio dello sfruttamento dei fiori d'arancio amaro:

Lo sfruttamento dei fiori d'arancio amaro viene effettuato all'interno della Cooperativa Agricola Nerolium. Quasi 110 anni dopo, questa cooperativa è orgogliosa di non essere cambiata molto dalla sua creazione. Infatti, le tecniche di lavorazione e di distillazione sono più o meno le stesse di allora, il che conferisce al prodotto finale un'autenticità e una qualità incomparabile. "Allo stesso tempo", spiega Philippe Dodu, "c'è solo un modo per distillare i fiori d'arancio per ottenere i prodotti".

Il processo di distillazione del Nerolium è lo stesso dal 1904. "La distillazione avviene in alambicchi di rame" spiega Philippe Dodu. "Mettete una proporzione uguale di fiori e acqua negli alambicchi: se prendete 1000 kg di fiori d'arancio, mettete 1000 litri d'acqua. Quando si hanno 1000 kg di fiori, più 1000 litri d'acqua, si ottiene un totale di 2000 kg e si ottiene 1 kg di Neroli. Quindi è necessaria una grande quantità di fiori freschi per una piccola quantità di Neroli, ma questa è la caratteristica di tutte le piante profumate. In generale, i rapporti sono molto bassi".

La Cooperativa Agricola Nerolium produce diversi tipi di prodotti. "In primo luogo, dal fiore d'arancio, otteniamo due prodotti che sono il Neroli, venduto all'industria dei profumi (mercato professionale) e un'acqua floreale, venduta su diversi circuiti (privati, rivenditori, ...) e che viene utilizzata nella produzione di cosmetici e alimenti" spiega Philippe Dodu. L'acqua di fiori d'arancio viene utilizzata ad esempio nella tradizionale Fougassette de Grasse. "Poi, il Neroli viene utilizzato nella produzione di profumi. È un fissativo per profumi di alta gamma e un componente. Il neroli si trova in varie creazioni di profumi, sia con note di testa di rosa, gelsomino o mugugno. È un prodotto che serve a fissare il profumo sul corpo più a lungo di qualsiasi altro prodotto".

3. Strategia aziendale multifunzionale

Il Domaine de la Bigarade ha sviluppato una multiattività: inizialmente come bed and breakfast, la tenuta ha progressivamente sviluppato la coltivazione degli agrumi.

La sua prima vocazione è stata quindi quella di offrire servizi turistici, proponendo bed and breakfast per far scoprire la regione. La tenuta può ospitare dieci persone nelle sue camere per gli ospiti durante tutto l'anno. Gli ospiti possono anche cenare al La Bigarade, che offre servizi di catering la sera e su richiesta per garantire la qualità del pasto. Il Domaine de la Bigarade accoglie i viaggiatori "come se fossero a casa loro", presentando loro Golfe Juan e la Costa Azzurra e sensibilizzando gli ospiti sulla tutela del patrimonio orticolo. I proprietari sono inoltre sempre pronti a far conoscere ai visitatori la coltivazione degli agrumi e a consigliarli sulle attività e le gite da fare nella regione.

L'azienda svolge anche servizi verdi attraverso la produzione di agrumi, sia artigianali che biologici. I proprietari della Bigarade hanno lavorato l'anno scorso con un apicoltore, dandogli un posto sulla terra per le api per foraggiare i fiori d'arancio amaro, e allo stesso tempo aiutando l'impollinazione. La Bigarade ha beneficiato di questo scambio, che ha portato alla raccolta di una quantità di fiori molto maggiore rispetto agli anni precedenti. Inoltre, la tenuta dispone di un serbatoio e di un bacino di recupero dell'acqua piovana di 43 m² che può essere utilizzato per irrigare le colture di agrumi. La struttura è inoltre dotata di un impianto termico per il riscaldamento e l'acqua sanitaria e di pannelli fotovoltaici per la produzione di energia elettrica. Inoltre, partecipa al riciclaggio dei rifiuti di produzione creando e utilizzando compost organico e legno speronato frammentato (BRF) per le sue colture.

La Bigarade fornisce servizi al territorio creando collegamenti e collaborando con diverse strutture. Ad esempio, è particolarmente legata al Groupement des Agriculteurs Biologiques des Alpes-Maritimes (AgriBio 06) e partecipa alla promozione del patrimonio culturale della regione partecipando a feste locali.

4. Reti e relazioni

La Bigarade è una tenuta a misura d'uomo molto legata allo sviluppo della sua regione. Di conseguenza, la proprietà vende la maggior parte dei suoi prodotti su scala regionale, che rappresenta la metà del totale delle sue reti commerciali. Tuttavia, La Bigarade è sempre più presente su scala locale e nazionale, ad esempio attraverso lo sviluppo del suo sito web e la possibilità di acquistare prodotti online. Gran parte della clientela de La Bigarade è straniera (40% nel 2016). Per quanto riguarda la clientela francese, essa proviene principalmente da tutta la Francia (40%), ed è più modestamente integrata da clienti locali (10%) e regionali (10%).

La Bigarade vende i suoi prodotti direttamente sui mercati locali, il canale preferito per le vendite locali. La società non si avvale di intermediari e non è legata alla distribuzione di massa. Invece, vende i suoi prodotti attraverso i cosiddetti canali "specializzati", ovvero ristoranti, bar, negozi gastronomici e specializzati a livello locale, regionale e nazionale. I suoi prodotti sono venduti anche in locali per la ristorazione collettiva, come ad esempio le scuole.

Il sito web de La Bigarade le permette di diffondere la sua offerta su scala nazionale e anche all'estero. E' possibile prenotare una camera online e acquistare prodotti online. Il sito si chiama Booking.com. Il sito web è il miglior canale dell'azienda per la vendita dei propri prodotti su tutte le scale, anche regionali, nazionali e internazionali, oltre alla vendita diretta per la scala locale.

Inoltre, l'attività della Bigarade è trasmessa dalla guida turistica di Le Routard, così come dagli Uffici del Turismo di Antibes, Vallauris e Alpes-Maritimes. Ha instaurato un rapporto di fiducia con alcuni fornitori come il Groupement des Agriculteurs Biologiques des Alpes-Maritimes (AgriBio 06) o Ickowicz, che gli fornisce vasetti di vetro. È anche membro del gruppo di associazioni Gadseca e di un'associazione per la tutela dell'ambiente e del patrimonio denominato Avenir 06, che permette a Gislaine Damiano di *"condividere la conoscenza, di fare ricerca permanente e di prendere coscienza di dove siamo"*.

I proprietari de La Bigarade hanno acquisito le loro conoscenze per lo più internamente, sviluppando le loro competenze in modo indipendente, per passione. Questa autonomia è stata sostenuta dalle competenze trasmesse dalla cerchia familiare e da altri produttori, in particolare attraverso la realizzazione di numerosi scambi di esperienze.

La Bigarade si avvale anche di competenze esterne quando necessario, in particolare nei settori dei servizi informatici, dei servizi amministrativi e legali, della formazione per la gestione di siti web, della pubblicazione di volantini o di materiali di comunicazione, dei social network e della formazione in lingua inglese. Quando l'azienda ha bisogno di consigli o suggerimenti per la sua attività, contatta AgriBio 06 e l'ufficio turistico di Antibes.

La Bigarade non ha finora alcun contratto di rete. Inoltre, non ha accordi a medio-lungo termine con altre società e professionisti.

Conclusioni

La società la Bigarade sta implementando un modello di multifunzionalità. Infatti, inizialmente destinata ad essere un bed and breakfast, la struttura ha diversificato i suoi servizi offrendo prima un table d'hôte su richiesta. Ha poi sviluppato la produzione di agrumi sui suoi fertili terreni, in particolare coltivando alberi di arancio amaro secondo la tradizione della regione. Combinando tradizione, know-how e servizi di accoglienza, La Bigarade si è progressivamente affermata nel suo territorio come azienda multifunzionale, sottolineando "proprio come a casa", il benessere, andando altrove per sentirsi a casa. Sviluppando una produzione di agrumi e piante aromatiche accanto all'attività di bed and breakfast, La Bigarade ha saputo offrire un modello di turismo ecologico ed ecologico, introducendo i visitatori alla produzione biologica e ad un altro aspetto della regione, nota per il turismo di massa, soprattutto durante l'estate.

La Bigarade presenta quindi una serie di buone pratiche nel suo sviluppo e nel suo funzionamento. Innanzitutto, le sue dimensioni ridotte, e la voglia di rimanerci, le permettono di offrire un servizio di qualità incentrato sulle esigenze dei visitatori, mantenendo un'atmosfera amichevole e familiare. Le sue piccole dimensioni le consentono inoltre di vendere i suoi prodotti direttamente attraverso la vendita diretta sui mercati della regione, senza ricorrere ad alcun intermediario. Questo corto circuito garantisce un prodotto di qualità e un'interazione consumatore/produttore nel contesto dell'economia circolare e permette una rivalutazione dei produttori e dei suoi prodotti. Questo approccio risponde anche a una forte domanda da parte dei consumatori che vogliono sempre più conoscere l'origine dei prodotti che consumano e creare un legame con la struttura che li produce accanto.

La creazione e lo sviluppo di un sito web ha permesso anche di modernizzare la comunicazione della struttura, in quanto permette alla struttura di raggiungere un target più ampio offrendo i propri prodotti o prenotando le camere via internet. Attraverso questo mezzo, la Bigarade può raggiungere obiettivi su scala nazionale e internazionale senza essere fisicamente presente su questi mercati.

D'altra parte, lo sforzo di diversificazione che la Bigarade sta compiendo sta dando i suoi frutti, in quanto permette di attirare nuovi consumatori, di dare agli ospiti un assaggio dei nuovi prodotti e di vendere i prodotti sui mercati. La scelta della produzione biologica si inserisce anche in una strategia di diversificazione, che non solo garantisce prodotti di qualità, ma limita anche gli sprechi associati alla produzione di agrumi, utilizzando i rami per fare il compost, vendendo i fiori per estrarne l'essenza e utilizzando tutti i frutti per venderli così come sono o lavorati.

La Bigarade fa parte del suo territorio perché ha costruito una rete con altri produttori, gruppi e associazioni, per scambiare buone pratiche e creare legami di fiducia con gli attori locali. Questo legame si concretizza in particolare attraverso la creazione di una vetrina del know-how della regione all'interno di La Bigarade, dove la struttura espone prodotti artigianali realizzati da artigiani locali, come ad esempio la ceramica.

LE POTAGER DE SAQUIER



1. Struttura e storia dell'azienda

Installato sulle colline di Nizza da diverse generazioni, l'orto Saquier pratica l'agricoltura biologica dal 1996. Svolge la sua attività su 2,5 ettari: 1 ettaro sulla proprietà situata a Saquier e 1 ettaro su un terreno comunale messo a disposizione e pronto all'uso con una superficie totale di 5 ettari, ancora da sgombrare a Carros. Offre anche alloggio in bed and breakfast e organizza visite alla fattoria e pasti stagionali basati sulla produzione agricola. Questa struttura si distingue soprattutto grazie ad un progetto molto ambizioso di creare una struttura molto più grande, nel comune di Carros, basata sul modello dell'attuale fattoria. L'obiettivo è quello di valorizzare l'agricoltura e l'artigianato locale creando un'azienda agrituristica in collaborazione con altri produttori e artigiani locali e composta da una ventina di gîtes.

2. La produzione e le sue specificità

Le Potager de Saquier è un orto biologico. Si tratta di un'operazione a misura d'uomo che offre esclusivamente prodotti biologici e stagionali, promuovendo un lavoro rispettoso dell'ambiente, offrendo così solo prodotti stagionali. Essendo la diversità una priorità per il Potager de Saquier, quest'ultimo pone l'accento sulla rotazione delle colture, sulla biodiversità e sul rispetto del territorio. Considerando che la fertilità della terra è alla base del cibo delle piantagioni che sosterrà, l'azienda agricola pratica la rotazione delle colture in modo che ogni coltura porti alla terra nutrienti diversi. Questo metodo permette di non utilizzare pesticidi. Poi, per promuovere la biodiversità delle piante e la diversificazione degli insetti, l'Orto botanico utilizza la policoltura in modo che gli insetti che vi si insediano siano multipli e si mangino a vicenda. La policoltura evita così attacchi ingestibili e l'uso di insetticidi. Più che la resa, la tenuta sottolinea il rispetto del territorio e della fauna selvatica, la qualità dell'acqua e la biodiversità floreale endemica che attira api e calabroni, utili per l'impollinazione.

Secondo Pierre Magnani, proprietario del Potager de Saquier, *"è importante il gusto e la qualità ambientale".* *Richiede un modo di lavorare pulito".* Aggiunge che *"un buon prodotto ha un buon sapore ed è redditizio per l'azienda".* Il Potager de Saquier offre prodotti specifici della regione come il mesclun, e l'olivicoltura, con 160 olivi (80 coltivati e 80 a maggese su terreni comunali). L'azienda produce marmellate di fichi e agrumi: dall'arancia amara all'arancia dolce, agrumi, bergamotti, limoni,

kumquat; peperoni interi agrodolci come i "Lampions de Nice" o i peperoni agrodolci siciliani, asiatici o in purea; oppure marmellate di fragole, fichi e albicocche a seconda del raccolto.

Negli ultimi cinque anni, il Potager de Saquier ha introdotto nuovi prodotti attraverso la diversificazione della sua produzione per ottenere una produzione agricola ricca e diversificata, e ha innovato il suo processo produttivo. Per Pierre Magnani, *"innovare significa andare dove gli altri non sono mai andati prima". In termini di idee, [...] siamo i precursori di molte cose (semi germinati, germogli asiatici, pomodori colorati, ecc.)"*.

3. Strategia aziendale multifunzionale

Inizialmente, l'attività principale del Potager de Saquier è il giardinaggio biologico. Tuttavia, il costo degli oneri sociali ha spinto i proprietari ad avviare un'attività agrituristica con accoglienza e visita olfattiva, sensibile e gustativa nelle serre, con un pasto intorno al prodotto della stagione. L'orto organizza circa un pasto a settimana in alta stagione e accoglie regolarmente le persone a Woofing.

La serra è un luogo importante per l'Orto. Per cinque anni, i proprietari hanno voluto creare una bella serra per superare meglio gli inverni, per soddisfare la crescente domanda di cestini AMAP e per accogliere decentemente i loro clienti. Dopo molte pratiche amministrative, e in particolare grazie al reddito fisso dell'AMAP, ai grandi prestiti e a un "Aiuto all'investimento e alla modernizzazione degli sfruttamenti" del Consiglio generale delle Alpi Marittime, incentrato sulla produzione di colture agricole, è stato nel 2009 che il Potager ha potuto iniziare a livellare il suo piccolo appezzamento di terreno per poter costruire una serra, o più precisamente un grande tunnel con 3 cappelle. Per integrare il loro reddito, i proprietari hanno poi deciso di creare un luogo dove poter condividere la loro passione per le colture alimentari in serra, con il supporto amministrativo di "Bienvenue à la ferme", un'associazione marchiata dalla Camera dell'Agricoltura. Oggi i visitatori possono, su prenotazione, venire in "visita alla fattoria" per scoprire e degustare i prodotti dell'orto.

Oltre a questi servizi di scoperta e degustazione in serra, il Potager de Saquier offre un servizio di ristorazione in alta stagione al ritmo di un pasto a settimana per 6 mesi durante tutto l'anno per circa cinquanta persone, e un servizio di alloggio per due persone con colazione durante tutto l'anno, con la possibilità di acquistare i prodotti coltivati direttamente sul posto. La tenuta dispone di una piccola camera per gli ospiti di 20m² che può ospitare due persone. La maggior parte delle persone che trascorrono una notte nell'orto di Saquier sono locali (70%). Le persone provenienti dalla regione e dall'estero sono in minoranza (rispettivamente 15% e 15%). I visitatori possono anche, su richiesta, sperimentare una speciale "immersione" nel giardinaggio del mercato biologico, che consiste nel partecipare per una o due ore al giorno al lavoro sul campo, seguito da un pranzo "contadino" con la squadra.

Tuttavia, il Potager de Saquier è nel bel mezzo di una fase di ristrutturazione. In effetti, questa attività turistica è il prototipo di un progetto su larga scala per convincere con l'esempio. Il municipio di Carros ha messo a disposizione un appezzamento di terreno sul quale i proprietari dell'Orto sono invitati a riprodurre la loro attività su scala più ampia, con una ventina di gîtes previsti. Per questo progetto di ampliamento, i proprietari stanno collaborando con la società EDF per installare pannelli solari sul tetto della nuova serra.

4. Reti e relazioni

Il principale e unico canale commerciale del Potager de Saquier è locale. La struttura vende i suoi prodotti direttamente sul luogo di produzione, in particolare offrendoli a chi viene a dormire nel gîte, ma anche ai mercati (mercato di Nizza a Cours Saleya nel fine settimana e a Colomars il sabato mattina), alle fiere a cui partecipa, e attraverso la vendita di cestini AMAP.

Un AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) è un sistema di economia solidale che collega direttamente gli agricoltori locali e un gruppo di consumatori. È regolato da una Carta. Per la regione PACA, è Alliance Provence. Il contadino si impegna a fornire un cesto di prodotti freschi della sua fattoria a misura d'uomo. Deve essere rispettoso della natura, dell'ambiente e degli animali. Il consumatore si impegna a venire a prendere il suo cestino ogni settimana, durante una determinata stagione. Si incontrano quindi regolarmente in un punto di distribuzione per consegnare o ricevere i cestini che si sono impegnati a consegnare. Ogni anno sono previste visite alle fattorie per avvicinare gli agricoltori e gli abitanti delle città. Gli agricoltori sono regolarmente monitorati per garantire il mantenimento di questa carta. La carta Alliance Provence è quindi una garanzia di qualità e di fiducia per il cliente.

Oltre a questi canali diretti, il Potager de Saquier vende i suoi prodotti attraverso il suo sito web e offre la possibilità di prenotare una camera direttamente online. L'azienda vende anche i suoi prodotti per la ristorazione locale per garantire prodotti di qualità al pubblico scolastico e a negozi e ristoranti specializzati come il Ristorante Olivera, Le Fromager e il Ristorante Alain Ducasse di Monaco.

L'azienda lavora a stretto contatto con Guide Gantié, la Camera dell'Agricoltura, il Groupement des Agriculteurs Biologiques (AgriBio) e l'organismo di controllo e certificazione Écocert. È presente in reti che le forniscono un buon referenziamento e una garanzia di qualità, come AirBnB, il sito web WOOF France o la rete "Bienvenue à la ferme", specializzata nell'accogliere le persone in azienda e nel metterle in contatto con le strutture di sostegno all'agricoltura.

D'altra parte, l'azienda ha saputo costruire rapporti di fiducia con i propri fornitori di materie prime e macchinari, come ad esempio la Cooperativa Agricola di Nizza (per la fornitura di pali, fertilizzanti, elastici, filo metallico, ecc.) Tra i suoi fornitori ci sono Duccrettet, Graines Voltz, La Ferme de Sainte Marthe, SARI du Tilleul, les Jardins de la Siagne, Robert Bernabei e l'associazione Kokopelli.

Nell'ambito del suo progetto di ristrutturazione, il Potager de Saquier collabora con il municipio di Carros che gli presta un terreno per sviluppare il suo progetto di ampliamento. Collabora anche con EDF per l'installazione di pannelli solari sui tetti della nuova serra, e con AirFrance.

I proprietari dell'orto di Saquier hanno sviluppato le loro conoscenze in famiglia e per passione, in autonomia, e hanno anche seguito una formazione professionale. Si rivolgono a un contabile per l'assistenza tecnica di bilancio.

Conclusione

Inizialmente dedicato all'orticoltura di mercato dei prodotti regionali e all'olivicoltura, il Potager de Saquier ha diversificato le sue attività sviluppando un servizio di ristorazione e di alloggio, nonché servizi verdi e turistici per scoprire l'orticoltura di mercato e l'agricoltura biologica. L'azienda è molto impegnata nella conservazione dell'ambiente e pone l'accento sulla produzione rispettosa e sulla sensibilizzazione dell'opinione pubblica su questi temi. L'Orto offre quindi esclusivamente prodotti regionali e biologici, integrati da una gamma di prodotti diversificati come le marmellate. Permette ai visitatori di scoprire questi prodotti attraverso l'organizzazione di pasti e visite didattiche in serra. L'offerta di un bed and breakfast è un mezzo per integrare il proprio reddito ma anche per far conoscere l'agricoltura biologica, offrendo, ad esempio, un soggiorno di immersione per scoprire il lavoro di un'azienda agricola biologica.

Le Potager vende i suoi prodotti quasi esclusivamente attraverso un canale diretto sui mercati e le fiere, ed è fortemente impegnata nella vendita dei cestini AMAP, un marchio di qualità e trasparenza per i consumatori.

Infine, l'azienda si distingue per la sua forte capacità di collaborare con diverse strutture, sia per essere integrata in reti di produttori, sia per essere referenziata in reti di aziende agrituristiche di marca, ma anche per collaborare con aziende private e pubbliche per realizzare i loro sogni.

LE DOMAINE DES HAUTES COLLINES



1. Struttura e storia dell'azienda

20 secoli fa, i Romani arrivarono su una collina a Saint-Jeannet, nell'entroterra di Nizza. Lì hanno allestito un oppidum a guardia della valle e hanno piantato le prime viti e gli ulivi. Un piccolo angolo di Toscana ai piedi del Baous, protetto da nord e meravigliosamente esposto a sud, queste colline non hanno mai smesso di produrre uva. Le rovine di un torchio da vino del periodo romano ne sono la testimonianza.

Nella storia più recente, il padre di George Rasse, l'attuale proprietario del Domaine des Hautes collines, ha iniziato a consegnare i suoi bellissimi mazzi di Saint Jeannet del passato - che gli anziani di Nizza ricordano ancora oggi - ai grandi alberghi in riva al mare durante il periodo natalizio. Quando l'uva in grappolo non fu più venduta, la tenuta decise di rifornire di succo le prime stazioni uvales. Poi, nel 1948, si imbarcò in questa bella avventura vinicola. Su consiglio di amici di Bordeaux, il signor Rasse ha piantato anche Merlot, Mourvèdre, Syraha, Grenache, Cabernet Sauvignon e Gamay, per la freschezza. Nel 1986, George Rasse ha creato il Vignoble des Hautes Collines de la Côte d'Azur, subentrando al padre. Da trent'anni mescola i vitigni per comporre annate più fini, eleganti e tipiche.

Il Vignoble des Hautes Collines è quindi una struttura familiare, che è principalmente una cantina biologica. Tuttavia, la tenuta ha sviluppato anche un'attività olivicola ai margini dell'attività agricola. Sul luogo di sfruttamento si trova una cantina, che funge da luogo di vendita e di accoglienza del pubblico. Oltre alle visite alla fattoria e alle degustazioni della produzione, negli anni '80 l'azienda ha allestito un campeggio nella fattoria, proprio nel cuore dei vigneti. È un esempio pionieristico dello sviluppo dell'agriturismo nei Maralps. All'interno del villaggio c'è anche una sorta di percorso di ecoturismo: infatti, il Domaine des Hautes Collines si trova vicino ad altri tre produttori (viticoltori, olivicoltori e orticoltori), e la fattoria dell'orto offre mercati in loco più volte alla settimana.

2. La produzione e le sue specificità

Il Domaine des Hautes Collines produce principalmente vino naturale. Secondo George Rasse, *"un prodotto di qualità è un prodotto il più naturale possibile. Questo prodotto di qualità che produciamo è una storia di generazione in generazione, di trasformazione del prodotto"*. Per la produzione di vino di qualità, Vignoble des Hautes Collines utilizza uve da agricoltura biologica raccolte a mano. Sono

anche certificati biologici. L'azienda privilegia le linee di produzione brevi e l'innovazione di prodotto e di processo, ritenute necessarie per ottenere un prodotto di qualità.

Il Domaine si distingue dalla concorrenza perché produce i suoi vini in modo naturale grazie al sole. La coltivazione del vino viene effettuata senza conservanti, solo grazie al sole, un metodo antichissimo di stabilizzazione del vino. L'azienda esegue prima di tutto un metodo di vinificazione classico, in tini per i vini rossi, in botti per i vini bianchi. Poi, la maturazione del vino viene effettuata in bottiglie di vetro, al sole, che evita l'aggiunta di conservanti (solfito) al vino. I vini rimangono in media 3 o 4 mesi al sole. I raggi ultravioletti proteggono il vino e sostituiscono il solfito, e gli shock termici permettono ai piccoli depositi proteici nel vino di agglomerarsi e di depositarsi sul fondo (sostituendo la solfitazione abituale).

Il Vignoble des Hautes Collines offre una gamma piuttosto limitata di cuvée, incentrata sulla qualità: la Cuvée du Pressoir Romain, la Cuvée de Grande Garde, la Naturellement Doux.

La Cuvée Romain Blanc :

Il tradizionale vitigno tradizionale "Rolle" conferisce un colore giallo intenso che ricorda il sole del Mediterraneo. La

vinificazione viene effettuata in botti di rovere, seguita da un concaggio sulle fecce fini per 3 mesi.

Il vino viene imbottigliato dopo 8 mesi in botti. Al naso, una sensazione di freschezza primaverile sviluppa perfettamente gli aromi dell'uva. Sono più la finezza, lo sfondo e il bellissimo equilibrio che seducono e danno una certa ampiezza, ricca in bocca.

La Cuvée Romain Rosé pressa vino:

Dopo una breve macerazione, le bacche scoppiano per l'ancestrale "inseguimento" ai piedi lasciando che i pigmenti colorati della pellicola si dissolvano. Questo vino dal colore brillante e dal profumo fruttato, fin dal primo sorso, è esilarante al palato. Grazie alla sua fruttuosità e freschezza, sarà la fedele compagna dei pasti estivi.

La Cuvée pressoir Romain Rouge :

Come i viticoltori fanno qui da 2000 anni, le uve vengono vinificate secondo il metodo artigianale più tradizionale. La percentuale di ogni vitigno dipenderà dal momento. Carico controllato, maturità controllata, diradamento delle foglie sulla vite sono criteri essenziali.

In degustazione una vera sensazione di piacere per la complessità del bouquet: frutti rossi, spezie, muschio, muschio, fumo, cuoio... Tutti questi aromi si trovano al palato con tannini nobili e giovani molto promettenti. Invecchiato 3 mesi al sole e poi 12 in botti di rovere, questo vino non viene né affinato né filtrato.

Cuvée Longo Mai

Varietà di uva: Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah, Grenache, Mourvèdre, Braquet. Gli stessi sei che compongono questa cuvée eccezionale, lo scaglionamento della vendemmia da settembre a novembre dà alle uve tutto il tempo necessario per una perfetta maturazione. Una selezione dei migliori grappoli d'uva e una micro-vinificazione di 18-21 giorni, seguita da 36 mesi di affinamento in botti di rovere, permettono la complessità dei suoi aromi. Al naso si è a diretto contatto con prugne secche macerate, il finale speziato sottolinea questa rotondità e dà una decisa attitudine all'invecchiamento: "Longo Mai" (per molto tempo ancora).

Tuilé de Saint Jeannet

È un'antica tradizione di St Jeannoise che ci permette di produrre questo vino molto tipico che può sostituire un rosso. Consiste nell'affinare il vino in vasche al sole per 6-8 mesi a seconda della quantità di sole per stabilizzarlo naturalmente e conferirgli aromi di Madeira, una spezia "eccezionale"! ».

Cuvée Prestige Bianco

È una selezione dei migliori grappoli d'uva in eccezionale maturità. Una vinificazione e un lungo invecchiamento in botti di rovere, legno americano, medio tostato, gli conferiscono aromi di frutta candita. Molto aromatico con lacrime di grasso di un vino generoso, di grande lunghezza.

Moscato d'oro

Passato sopra le viti. Aspettiamo che l'uva ci dia la massima maturazione prima della vendemmia (Moscato di Alessandria). Così, a seconda degli anni, rimarrà più o meno sciropposo. Ma gli aromi di moscato candito che invadono la bocca in degustazione ci ricordano questo famoso moscato dorato di Saint-Jeannet.

Vendemmia tardiva

L'originalità del terroir, l'altitudine e il clima ci permettono di ottenere una surmaturazione eccezionalmente nobile che conferisce una morbidezza, ricchezza e densità (aromi di miele, albicocca candita).

I vitigni dominanti ROLLE e SEMILLON vengono raccolti in muffa nobile, poi messi in botti di rovere per una fermentazione molto lenta e un invecchiamento sulle fecce fini per diversi mesi. L'imbottigliamento avverrà solo 4 anni dopo.

Rancio

Aspettiamo i primi giorni dell'inverno che il nobile botytris invada i grappoli per raccogliere le uve che permetteranno a questo vino di essere naturalmente dolce. Fermentato molto lentamente in botti di rovere a basse temperature invernali, maturerà poi quando sarà esposto al sole per 2 anni. Finirà il suo invecchiamento in botti di rovere per altri 2 anni. Grasso, ricco e denso, con note di prugne secche e noci, questo grande vino acquisirà, nel corso degli anni, notevoli aromi di Madeira.

3. Strategia aziendale multifunzionale

Il Vignoble des Hautes Collines ha sviluppato prodotti diversi dal vino, rilanciando l'attività iniziale, ancor prima della creazione della tenuta, di produzione di succhi d'uva. Ha anche curato con cura gli olivi, alcuni dei quali sono stati stimati dagli archeologi negli anni Settanta 2000 anni. Grazie a questi alberi, il Domaine produce olio d'oliva con olive Caillette, chiamate anche "olive de Nice", che sono piccole olive carnose e allungate di colore variabile tra il marrone, il rosso e il nero.

Per migliorare il suo approccio organico e rispettoso dell'ambiente, il vigneto è dotato di pannelli solari che gli forniscono energia elettrica, nonché di uno scaldabagno solare e di un sistema di compostaggio che ricicla la vinaccia.

Oltre a diversificare i suoi prodotti, il Vigneto ha sviluppato all'interno della sua struttura servizi turistici, con l'obiettivo di far scoprire la sua attività vitivinicola. In particolare, è un esempio originale di enoturismo, che unisce la scoperta di un territorio con attività enologiche: visita alla cantina, degustazione di vini e spiegazioni sui diversi vini. L'offerta è rivolta sia agli operatori turistici che ai privati. Inoltre, la tenuta offre una formula "campeggio in fattoria" con 25 piazzole per tende ai piedi degli ulivi, disponibili 5 mesi all'anno, da maggio a ottobre.

4. Reti e relazioni

Profondamente radicato nel suo territorio, il Domaine des Hautes Collines sta sviluppando la sua rete e la sua comunicazione partecipando a diverse iniziative che gli permettono di sviluppare un'immagine di marca presso i consumatori e i professionisti del settore. Infatti, il Vigneto fa parte del consorzio turistico della Strada del Vino, ma anche delle reti Bienvenue à la ferme e Gîtes de France. Da diversi anni viene citato anche nel Routard, nel Lonely Planet e nell'ANWB (guida turistica olandese). L'ancoraggio territoriale del vigneto si esprime anche attraverso la partecipazione annuale, nel mese di aprile, ad un'iniziativa collettiva denominata "La France de ferme en ferme" (Francia di fattoria in fattoria), che consiste nel condividere la sua professione e la sua passione. Inoltre, ogni anno, da una decina d'anni circa, il Vigneto organizza ogni anno un festival musicale con un pasto in comune. E, occasionalmente, un ristorante del villaggio offre una cena in vigna con i prodotti della fattoria. Infine, il Domaine ha instaurato un rapporto di fiducia con un vetraio italiano che produce bottiglie personalizzate e uno stampatore locale per le etichette dei prodotti. George Rasse usa solo riproduzioni di opere del fratello Rémy Rasse per le etichette delle sue bottiglie. Anche i dipinti sono esposti nella tenuta, offrendo ai visitatori una piccola pausa culturale tra una degustazione e l'altra.

The Vineyard vende i suoi prodotti principalmente a privati, e riserva la vendita ai professionisti per gli stabilimenti di marca, a garanzia di un prodotto di qualità.

Il Vignoble des Hautes Collines privilegia la vendita diretta dei suoi prodotti, dopo averli fatti scoprire ad esempio durante una degustazione. Così, il 50% delle vendite di vino sono effettuate sul posto dai visitatori che sono venuti a scoprire la tenuta, i suoi vini e il suo originale processo di produzione.

Tuttavia, la Vineyard vende i suoi prodotti attraverso altri canali che, sebbene meno importanti, non sono meno necessari: il 30% delle vendite è destinato a ristoranti di alto livello, compresi i ristoranti stellati Michelin della Costa Azzurra, e alle cantine della Costa Azzurra. Il 10% viene venduto a cantine specializzate nella vendita di vini originali di proprietà privata in tutta la Francia, mentre il restante 10% è destinato all'esportazione, in particolare verso gli Stati Uniti, il Canada, il Vietnam, il Giappone e i paesi scandinavi.

D'altra parte, il Dominio collabora con la metropoli Nizza Costa Azzurra, nell'ambito della creazione di una sorta di deposito di vendita in cui vengono venduti solo i prodotti garantiti prodotti nelle Alpi Marittime. Il Domaine collabora anche con la Camera dell'Agricoltura e fa parte di un gruppo per l'utilizzo di attrezzature agricole (GUMA).

George Rasse ha acquisito la maggior parte delle sue competenze dal padre attraverso l'eredità di famiglia, e le ha approfondite e affinate attraverso la passione e lo scambio con altri produttori. Non esita a ricorrere a competenze esterne, tra cui un produttore di vino in biodinamica, il sindacato dei viticoltori, per aggiornarsi sulle norme aggiornate, e la Camera dell'Agricoltura per gli oliveti. Il Domaine si avvale anche di esperti per effettuare analisi (certificazione biologica, COA ecc.) e di un contabile.

Conclusione

Il Domaine des Hautes Collines è un esempio di antica fattoria dove il passato è legato al presente e dove la storia della terra fin dall'antichità spiega i vitigni che vi sono oggi presenti. Con una tradizione familiare, l'attività si è concentrata prima sulla produzione di succo d'uva e poi si è ramificata nella produzione di vino. La multifunzionalità della tenuta si spiega prima di tutto con la produzione di vini diversi, ma non possiamo concentrare la multifunzionalità su questa diversità che rimane limitata, a causa delle piccole dimensioni della struttura e della volontà di non snaturare la storia della tenuta e del suo territorio.

D'altra parte, il Domaine è stato in grado di sviluppare un processo di vinificazione innovativo, producendo vino biologico naturale grazie al sole. L'intera produzione del vigneto si basa quindi su un sapere ancestrale dimenticato, che ha a cuore di aggiornare e far scoprire ai suoi visitatori. Il desiderio di produrre un vino naturale senza additivi o conservanti motiva questa scelta originale. Le sfumature dei vini che riposano in bottiglia per mesi all'aperto conferiscono al Domaine un aspetto multicolore durante tutto l'anno.

La multifunzionalità di questa azienda agrituristica risiede anche nella possibilità per i visitatori di venire a campeggiare in mezzo agli uliveti della tenuta, e nella possibilità di fare l'enoturismo degustando non solo i vini prodotti in loco, ma anche i prodotti della regione.

Sviluppando servizi verdi nell'ambito di un approccio alla produzione locale rispettoso dell'ambiente e delle persone, il Domaine ha potuto essere integrato in diverse reti che gli danno un'immagine di qualità e di fiducia nei confronti del grande pubblico. Tra questi vi sono la certificazione biologica, Bienvenu à la ferme, e i Gîtes de France, che sono tamponi che stabiliscono un rapporto trasparente tra la struttura e il consumatore.

Questa trasparenza si concretizza anche attraverso il rapporto di fiducia che il Domaine ha costruito con il vetraio italiano che da anni produce le sue bottiglie, oppure attraverso l'utilizzo di dipinti di un membro della famiglia per illustrare le etichette delle bottiglie, realizzando bottiglie uniche e rare che gli amanti del vino si divertono a guardare e a bere.

Infine, il Vigneto ha sviluppato anche una comunicazione di qualità grazie all'originalità della sua produzione: oltre allo sviluppo del sito web e dei social network dedicati alla scoperta dei suoi prodotti, l'attività della Tenuta è stata veicolata anche dalla televisione e dai giornali francesi.

In conclusione, le lunghe radici profondamente radicate nel territorio di Saint-Jeannet e la tradizione familiare del Domaine des Hautes Collines gli hanno permesso di affermarsi come produttore di vino naturale a misura d'uomo, utilizzando un know-how originale e dimenticato che gli ha permesso di distinguersi dalla concorrenza. Lo sviluppo dell'enoturismo, il campeggio, la degustazione e la buona comunicazione ne fanno un perfetto esempio di struttura agrituristica multifunzionale.

IL VAR

LA FERME SAINT PIERRE



1. Struttura e storia dell'azienda

La costruzione di Ferme Saint Pierre è la storia di un progetto di famiglia. Tutto è iniziato con la ricerca di un luogo che potesse ospitare il progetto di un'azienda agricola "autogestita", un progetto nato durante il viaggio e la formazione di Maria Montessori seguito dai proprietari della tenuta. Il giorno in cui si innamorarono di San Pietro, vicino alla loro casa originaria e abbandonati per oltre vent'anni, non ci furono esitazioni. È lì, nel 2000, che tutto è cominciato. La Ferme Saint-Pierre si trova a Bargème, nel nord-est del dipartimento del Var. È stata creata nel 2002 ed è divisa in tre stati distinti: microimpresa, azienda agricola e associazione. La struttura svolge prima di tutto un'attività agricola di orticoltura biologica da mercato e un'attività di fattoria didattica. Offre anche alloggi a lungo termine o di un giorno. Oltre al pubblico turistico, l'azienda accoglie anche i cosiddetti visitatori specializzati. Anche in questo caso, la gamma di alloggi è molto diversificata e l'azienda offre anche cestini per i pasti per i suoi clienti.

2. La produzione e le sue specificità

Ferme Saint Pierre è allo stesso tempo una microimpresa, un'associazione e una fattoria. La struttura svolge prima di tutto un'attività di allevamento equino e di orticoltura biologica, nonché un'attività di fattoria pedagogica e servizi di alloggio.

La fattoria Saint Pierre tiene i suoi cavalli e si prende cura di loro tutto l'anno. La sua cavalleria è varia, dal mini pony per i più giovani, al cavallo da tiro per i più esperti. Se le prime volte era composto da pony "adottati", si è evoluto rapidamente acquistando pony e cavalli con qualità mentali immancabili

garantendo allo stesso tempo la riproduzione di soggetti in grado di garantire la sicurezza e l'evoluzione necessarie ai giovani cavalieri. I suoi proprietari curano e nutrono i loro cavalli dodici mesi all'anno, per soli tre mesi di attività turistica. Questo metodo permette ai proprietari di conoscere veramente ogni individuo della "banda", il suo carattere, il suo posto nella gerarchia, il suo modo di reagire in tale e tale circostanza. Questa conoscenza approfondita dei loro cavalli permette loro di assegnare un cavallo ad un nuovo cavaliere nel modo più appropriato possibile, e di decidere il suo posto nel gruppo quando cavalcano. Molto sensibili ai metodi dolci, all'equitazione naturale e all'etologia, i proprietari di Ferme Saint Pierre non usano fruste, speroni o tacchi nella pancia, ma privilegiano la comunicazione a voce e un approccio più sensoriale con i loro cavalli. D'altra parte, fanno un punto d'onore per creare un legame con i cavalli, invitando i turisti che desiderano andare a cavallo a venire a prendere il loro cavallo nel prato, a portarlo alla legatura, a spazzolarlo, a spazzolarlo, ad agitarlo, a raccogliergli gli zoccoli e poi a sellare il cavallo. Questo rituale permette al cavallo e al suo cavaliere di conoscersi e di rafforzare la loro fiducia. Inoltre, la maggior parte dei cavalli sono "senza scarpe", e la tenuta sta optando sempre più per selle senza alberi e attrezzature su misura. I cavalli non vivono in box: d'estate e d'inverno, sono tutti in prato e in gruppo come allo stato brado.

È in questo contesto che la Fattoria Equestre e Scoperta di Saint Pierre offre corsi di formazione equestre per i bambini durante le vacanze scolastiche, in piccoli gruppi in una calda atmosfera familiare. La tenuta offre anche corsi introduttivi o di perfezionamento in etologia, trekking, preparazione (acrobazia aerea, salto ostacoli, dressage) ma anche il superamento di esami federali, giochi o lavoro in libertà. Ha anche sviluppato un approccio zooterapico e accoglie un pubblico diverso nella sua fattoria didattica: scuole, case, famiglie o ospedali psichiatrici.

La fattoria dispone di un piccolo orto biologico, che rinasce sotto la neve ogni primavera. I proprietari della fattoria, con l'aiuto dei bambini e dei volontari, seminano, piantano, zappano, zappano, danno acqua, erbacce e raccolgono. Il suolo della regione è duro, povero e sassoso e richiede un'attenzione particolare, soprattutto perché la Ferme de Saint Pierre lavora in modo biologico (biodinamica, associazioni di piante, ecc.) senza prodotti, fertilizzanti o trattamenti. Gli animali della fattoria sono quasi liberi: galline, oche, colombe, piccioni, anatre, pavoni, tacchini, tartarughe, conigli, asini lama, pecore, pony e cavalli.

3. Strategia aziendale multifunzionale

Oltre alla tenuta dove alleva i suoi cavalli, Ferme Saint Pierre offre pasti per otto mesi all'anno e la vendita di cestini per i pasti, che può servire freddi o caldi, ma soprattutto ha sviluppato un'offerta turistica ecologica varia e originale.

"Innovare significa portare nuove offerte che fidelizzano i clienti o ne attirano di nuovi. La principale strategia innovativa è stata quella di creare ogni anno nuovi alloggi e nuovi formati di accoglienza e attività (per esempio, un progetto per un soggiorno di benessere)", Marcellin-Gabriel Berté.

Infatti, Ferme Saint Pierre ha 68 posti disponibili in vari alloggi. Oltre alle tre camere per gli ospiti e alle quattro piazzole per il campeggio nella fattoria, dispone di tre gîtes che possono ospitare da 2 a 10 persone, e quattro roulotte: una "super eco" con vista sulla valle di Estang e sul villaggio di Bargème, una per gli amanti con vista sul sole nascente e sul Mont Lachens, e due più spaziose roulotte per famiglie situate in mezzo a pascoli e cavalli. I visitatori possono anche scegliere di dormire in yurtte situate a 300 metri dall'ovile. Morbidamente avvolti e ricoperti di feltro di pelo di pecora per un efficace isolamento naturale, i pavimenti delle iurte sono piastrellati e l'arredamento interno invita a viaggiare nella steppa e nei grandi spazi aperti. I servizi igienici si trovano accanto alla yurtta, e una cucina

completamente attrezzata è a vostra disposizione, così come grandi tavoli per le famiglie. Da giugno a settembre è possibile dormire in un Tipi, un'autentica tenda amerindiana che offre un cambio di scenario e funzionalità. I servizi igienici si trovano nella porta accanto ed è disponibile una cucina estiva. Infine, sono disponibili "capanne", come la capanna a tema africano, o la "capanna delle stelle" appollaiata in cima al dominio di St Pierre, che offre la possibilità di scrutare il cielo e le sue stelle, con un telescopio per l'osservazione, oltre alla documentazione sulle costellazioni, i pianeti e la mappa del cielo.

La struttura offre visite guidate o gratuite della fattoria per il pubblico scolastico e familiare, escursioni con asini, lama o pony. Ad esempio, offre escursioni itineranti di più giorni con due asini come compagni di viaggio. I visitatori prima di tutto familiarizzano con gli asini, li vanno a prendere dal prato, li spazzolano, si prendono cura di loro, li preparano, poi imparano a 'batterli' (legare lo zaino-sella sulla schiena) e a bilanciare le grandi borse da sella. Segue una breve introduzione alla psicologia e al comportamento degli animali, seguita da una breve passeggiata nel villaggio. L'escursione itinerante inizia il giorno dopo, cartina alla mano, per arrivare la sera al gîte d'étape o al sito di un bivacco.

Infine, Ferme Saint Pierre offre servizi di benessere su appuntamento, relax fisico ed emozionale, attraverso trattamenti di massaggio, reiki, massaggio thailandese, riflessologia plantare o la possibilità di incontrare un osteopata. I suoi proprietari vorrebbero creare un festival dello yoga nelle loro infrastrutture.

La clientela di Ferme Saint Pierre è prevalentemente regionale (70%) e nazionale (25%), integrata da una clientela internazionale (5%).

4. Reti e relazioni

Il proprietario della fattoria di Saint Pierre ha acquisito le sue conoscenze in totale autonomia, per passione. Al momento della sua creazione, nel 2002, la struttura non aveva molti scambi o collaborazioni con altri produttori dell'area circostante. A poco a poco ha sviluppato la sua rete di relazioni, e ora fa parte della rete di Bienvenue à la Ferme. Collabora anche con il Parco Naturale Regionale del Verdon e con vari uffici turistici, ha un proprio sito web ed è presente su Booking.com. La ferme Saint Pierre ha stabilito legami con i fornitori Pelissier, Cocoon, Gamm Vert, Horizont e Bomaco per la fornitura di materie prime, e collabora con i produttori locali per sviluppare cestini per i pasti. Inoltre, come ogni buon membro della rete LPO (Lega per la protezione degli uccelli), l'azienda fornisce libri naturalistici, binocoli, carte escursionistiche, ecc. per osservare la natura e la sua fauna per metà mediterranea e per metà alpina.

Conclusioni

Il triplice status approvato dalla fattoria di Saint-Pierre, che è allo stesso tempo una microimpresa, un'associazione e una fattoria, incarna la sua forte multifunzionalità. La sua originale attività di allevamento equino si è sviluppata verso un sempre maggiore rispetto e cura dell'animale, in particolare sviluppando tecniche alternative per comunicare con i cavalli, nel rispetto della loro natura e della loro personalità. La conoscenza di queste tecniche è resa possibile attraverso l'allestimento di corsi di iniziazione e di miglioramento, campi di vacanza per bambini, attività di fattoria didattica, zooterapia, accoglienza di una grande varietà di persone. Lo spirito di una fattoria biologica autogestita e aperta al mondo esterno per insegnare e sensibilizzare bambini e adulti sui cavalli e su tutti gli animali

da fattoria, la natura, la scoperta e l'avventura. Le passeggiate a cavallo o a dorso d'asino proposte sono anche un modo per creare un legame tra le persone e gli animali.

La fonte più importante di multifunzionalità e diversificazione dell'allevamento equino a Ferme Saint Pierre è lo sviluppo di una moltitudine di alloggi, ognuno con la propria atmosfera e il proprio ambiente, che permette all'azienda agricola di attirare i visitatori amanti della natura e di rispettare i loro interessi. L'offerta di alloggi per tutti i gusti è accompagnata anche da una serie di ristoranti e cestini per i pasti a base di prodotti locali, grazie alla collaborazione dell'azienda con i produttori locali.

Così, il mix tra allevamento di cavalli, orticoltura biologica, fattoria didattica, servizi benessere e servizi di accoglienza originali e variegati, fanno di Ferme Saint Pierre un modello di agriturismo multifunzionale, permettendo anche la sensibilizzazione di grandi e piccini verso un maggiore rispetto per la natura e l'ambiente.

LES GITES DU MERLE



1. Struttura e storia dell'azienda

Les gîtes du Merle si trovano a Cogolin, vicino al Golfo di Saint-Tropez. È un'azienda semplice, fondata nel 1923 e gestita in modo familiare. Orientata alla base del giardinaggio di mercato, l'azienda si è orientata nel 1983 verso l'accoglienza turistica e le attività vitivinicole. Installata su una proprietà di 15 ettari, la struttura è oggi composta principalmente da gîtes rurali e da un'azienda vinicola di vini provenzali che occupa cinque ettari.

2. La produzione e le sue specificità

Les gîtes du Merle ha una cantina convenzionale, dove il 90% del territorio è specializzato in uve da vino rosso, e dedica il restante 10% del suo territorio alle uve da vino bianco. La specialità dei Gîtes du Merle è il vino rosato. Nel corso degli anni, i Gîtes hanno apportato innovazioni introducendo nuovi vitigni per diversificare la loro produzione.

Tuttavia, sebbene i Gîtes du Merle garantiscano la produzione di vino nella loro azienda, non svolgono alcuna attività di produzione o di vendita con il proprio marchio. Infatti, ha interamente delegato la trasformazione e la vendita del vino ad una cooperativa, la cantina dei viticoltori di Grimaud. Quest'ultimo è quindi responsabile di tutte le attività di trasformazione e vendita del vino. Ogni anno, 300 ettolitri di vino sono prodotti da uve coltivate nella tenuta Gîtes du Merle, di cui il 70% è protetto da una Denominazione di Origine Protetta (DOP). La cooperativa di viticoltori Grimaud funge quindi da intermediario e gestore delle attività di vendita. Vende la stragrande maggioranza dei vini sul mercato locale attraverso la distribuzione di massa o la vendita diretta attraverso il sito web della cooperativa.

Così, solo l'1% dei vini prodotti dalla cooperativa sono utilizzati nelle attività turistiche dei Gîtes du Merle e nessun prodotto è venduto direttamente dai Gîtes du Merle. I consumatori e i visitatori non sono quindi coinvolti nel processo di produzione che si svolge al di fuori della tenuta.

Anche se non lo producono loro stessi, i gîtes du Merle sono attenti alla qualità del loro vino. Come dice il proprietario del Gîtes du Merle, *"la qualità è un imperativo. Si tratta di fare vini di qualità, belli e buoni. Un buon prodotto è un prodotto che piace."* La qualità dei vini prodotti dai Gîtes du merle e lavorati dalla cooperativa di cantine Grimaud è già stata valutata e riconosciuta attraverso l'ottenimento di diversi riconoscimenti.

3. Strategia aziendale multifunzionale

Dal 1983, i gîtes du Merle offrono un'accoglienza turistica nei gîtes rurali. Sul terreno sono disponibili cinque gîtes rurali con una capacità totale di 20 posti letto. Tutti i gîtes hanno una terrazza, una cucina completamente attrezzata e diversi posti letto, con accesso al barbecue e alla piscina esterna della tenuta. Sono aperti da Pasqua a Ognissanti per 6 mesi. Dal 2014, gli inquilini hanno anche messo la loro casa in affitto su Airbnb. Inoltre, è in costruzione un nuovo gîte sulla proprietà.

Les gîtes du Merle non hanno un'attività di ristorazione e non offrono pasti ai loro ospiti. Tuttavia, un barbecue è a disposizione degli ospiti sul terreno. Inoltre, l'azienda non propone attività direttamente legate alla propria produzione agricola ma presenta sul proprio sito web le scoperte turistiche da effettuare sul territorio del Golfo di Saint Tropez nella scheda "da visitare".

Tuttavia, per loro, la principale innovazione risiede nello sviluppo di mezzi di comunicazione come i siti web o le piattaforme di prenotazione. La presenza del gîte su piattaforme come Booking, Airbnb, Dewo o il sito agrivacances.com permette di attirare nuovi clienti che possono andare oltre e rimanere solo per poco tempo sul sito. Si può quindi parlare di un'innovazione in termini di strategia di marketing e di comunicazione che ha permesso all'azienda di ottenere un reddito supplementare.

4. Reti e relazioni

Tutta la lavorazione e la vendita dei prodotti coltivati sui terreni dei Gîtes du Merles sono gestiti dalla cooperativa "La cave des vigneron de Grimaud", che si occupa anche degli aspetti tecnici e legali. Il 90% dei vini prodotti è venduto sul mercato locale attraverso i supermercati o la vendita diretta sul sito web della cooperativa. L'azienda non vende quindi prodotti a livello locale o con il proprio marchio.

Gli alloggi offerti dai gîtes du Merle sono referenziati su diversi canali di prenotazione come Booking, Airbnb o Dewo, ecc. così come su diverse guide turistiche come Le Routard o French Holiday. Queste diverse referenze hanno permesso ai gîtes di attirare clienti da lontano. Infatti, il 20% dei clienti sono francesi contro l'80% di stranieri, soprattutto europei.

Il proprietario dei gîtes du Merle è il presidente della Fédération Régionale des Groupes d'Etudes et de Développement Agricoles (FRGEDA). La FRGEDA offre supporto metodologico ai gruppi di sviluppo agricolo, formazione per agricoltori e dirigenti agricoli. Svolge anche attività di informazione attraverso giornate di scambio e lo sviluppo di un sito web e gestisce un portale di agriturismo nella regione PACA: Agrivacances.com.

Inoltre, i Gîtes du Merle sono membri del Centre d'Etudes Techniques Agricoles du Var. Il CETA e la FRGEDA forniscono supporto tecnico, amministrativo, legale e gestionale.

D'altra parte, il proprietario dei gîtes du Merle sottolinea una forte pressione finanziaria dovuta alla sua posizione sul Golfo di St-Tropez. La società è soggetta all'imposta patrimoniale a causa di questa ubicazione. Spiega anche: *"Abbiamo avuto la volontà di ricreare un settore per il sughero dei nostri tappi perché abbiamo querce da sughero nella zona, a causa della nostra posizione nel Golfo di St-Tropez, non abbiamo diritto ad alcuna sovvenzione. »*

Conclusioni

La struttura dei Gîtes du Merle è forse meno multifunzionale di altri serbatoi, in quanto non trasforma la sua produzione vinicola, ma la lascia ad una cooperativa di viticoltori locali. Tuttavia, il Gîtes du Merle rimane un esempio dell'evoluzione del settore agriturismo nel tempo nella stessa zona: creato nel 1923, l'azienda si è specializzata prima nell'orticoltura di mercato, poi si è convertita alla viticoltura, e infine ha svolto un'attività principale di accoglienza turistica nei suoi cinque gîtes turistici nel 1983. La struttura viene costantemente migliorata costruendo nuovi alloggi e mettendo a disposizione strutture come una piscina e un barbecue comune, che le conferiscono un'atmosfera familiare e amichevole apprezzata dai visitatori.

Inoltre, la struttura è membro attivo di reti di imprese agricole sul suo territorio, ad esempio attraverso le sue attività di presidente della Federazione regionale dei gruppi di studio e di sviluppo agricolo (FRGEDA) della Provenza-Alpi-Costa Azzurra, e come membro del Centre d'Etudes Technique Apicole (C.E.T.A.) della Provenza-Alpi-Costa Azzurra. Così, attraverso la gestione di una federazione regionale di aziende agricole e di un portale agriturismo, partecipa alla messa in rete e alla promozione delle strutture agrituristiche della regione.

Infine, fornendo informazioni sul patrimonio culturale, tradizionale e naturale sul suo sito web, l'azienda contribuisce all'influenza turistica e allo sviluppo economico del territorio, e lavora per sensibilizzare i visitatori offrendo loro infrastrutture in mezzo alla natura.

SAFRANANS



1. Struttura e storia dell'azienda

Safranans, una giovane società con sede a Nans-les-Pins, nel quartiere sud-occidentale del Var, è stata creata nel 2015. Nel 2013, l'attuale proprietaria di Safranans era all'epoca segretaria e ha iniziato a pensare alla sua conversione, spinta da un forte desiderio di cambiamento, per tornare ai grandi spazi aperti. Ha quindi deciso di lasciare il suo ufficio per venire a stabilirsi nella zona di Nantes, che appartiene alla sua famiglia, dove ha iniziato a piantare 40.000 bulbi di *crocus sativus* sul suo terreno per la prima volta nel 2015. *Volevo lavorare la terra, ma cercavo un'attività che non richiedesse attrezzature di movimentazione troppo pesanti da gestire da solo*", spiega Christel, *"così ho pensato allo zafferano. Ho appena iniziato, quindi ho preferito mantenere la mia produzione su scala umana per non essere sopraffatta"*, aggiunge.

L'attività agricola svolta da Safranans è di grande diversità. Se è principalmente incentrata sulla coltivazione dello zafferano, consiste anche nella coltivazione del tartufo, delle piante aromatiche e dell'arboricoltura. L'azienda accoglie inoltre il pubblico per visite didattiche all'azienda agricola basata sulla coltivazione dello zafferano. La maggior parte della produzione agricola viene trasformata all'interno dell'azienda stessa in una varietà di prodotti: marmellate, biscotti, gelatine, ecc. Nell'ambito del suo sviluppo, l'azienda ha anche un progetto per la creazione di un'offerta di alloggi turistici.

2. La produzione e le sue specificità

Safranans è un'attività agricola di zafferano, tartufi, piante aromatiche e alberi da frutta (cotogno, gelso selvatico, fico). La struttura utilizza questa produzione per realizzare prodotti lavorati con o senza zafferano, o frutta come biscotti, gelatina, marmellata o risotto allo zafferano, budino di riso con zafferano, sciroppo, tè.

Per quanto riguarda la produzione dello zafferano, la principale produzione della struttura, tre fasi devono assolutamente essere realizzate nello stesso giorno:

- **Il raccolto**

La fioritura dello zafferano si estende su diverse settimane, in media da 4 a 5 settimane, con un picco in cui più del 60% dei fiori compare contemporaneamente tra la fine di ottobre e l'inizio di novembre. I bulbi grandi fioriscono prima, mentre i bulbi piccoli e le piantagioni tardive fioriscono più tardi. I fiori vengono raccolti prima della loro apertura, *la* mattina presto, prima dell'arrivo del caldo del giorno, per evitare il fanatismo degli stigmi che si verifica poche ore dopo l'apertura del fiore una volta esposto ai raggi del sole. In generale, il tempo di raccolta non supera le 2 o 3 ore al giorno. I fiori vengono raccolti uno ad uno a mano e vengono presi alla base tra il pollice e l'indice della mano e tagliati con le unghie. Il raccolto viene raccolto in cestini piccoli e rigidi e poi raccolto in cestini più grandi per evitare l'affollamento e la rottura degli stimmi. Quest'ultimo viene posto all'ombra per evitare che i fiori si seccino.

La raccolta dello zafferano è fisica perché i raccoglitori lavorano piegati dalla mattina alla sera per diverse settimane, a livello del suolo, per non perdere nessun piccolo fiore viola. Inoltre, devono essere estremamente attenti quando maneggiano i fiori per non danneggiare il pistillo. Si noti che ci vogliono tra 170 e 200 fiori per produrre 1 grammo di zafferano. Confezionato tra 0,01 grammi e 10 grammi, l'oro rosso sarà poi venduto tra i 5 e i 70 euro nei mercatini di Natale o ai professionisti della ristorazione. Nel 2016, un chilo di zafferano è stato scambiato tra i 30.000 e i 40.000 euro.

- **Potatura**

Dopo il raccolto, i fiori vengono portati a casa per la potatura (separazione degli stimmi dal fiore). Questa operazione viene effettuata il giorno stesso subito dopo il raccolto. La qualità del prodotto dipende dalle precauzioni adottate per il recupero degli stigmi. Bisogna fare attenzione a tagliare gli stimmi poco prima dello stile di colore giallo che depreda lo zafferano. I pistilli freschi sono morbidi e setosi al tatto, senza un odore particolare.

- **Asciugatura**

Una volta isolati, gli stigmi vengono essiccati per rivelare finalmente tutto il loro aroma. A seconda del paese e della regione, l'essiccazione viene effettuata in forni elettrici, a gas o a legna, su stufe a legna, in essiccatoi a polline, sopra un braciere, all'aria aperta, al riparo o al sole, ecc... a ciascuno il suo metodo. Lo zafferano avrà un sapore speziato se l'essiccazione è lunga o lo zafferano se è veloce. Metodi con fumo, esposizione alla luce o ventilazione possono alterare l'odore e la qualità del prodotto.

Secondo Christel Berrut, proprietaria di Safranans, *"la qualità è il rigore di fare con ciò che si ha"*. Un buon prodotto, *"è un prodotto che piace ai clienti, con un buon rapporto qualità/prezzo, è un prodotto che fa venire voglia di comprare"*, aggiunge.

3. Strategia aziendale multifunzionale

La proprietaria di Safranans produce solo zafferano fatto in casa e sviluppa ogni anno nuovi prodotti per diversificare la sua offerta e allo stesso tempo onorare lo zafferano di Provenza. *"Innovazione" significa cercare di attrarre i clienti. Abbiamo bisogno di rigore e stabilità nel nostro lavoro. Ogni anno sviluppo una nuova gamma di prodotti, perché i clienti si annoiano. Recentemente ho fatto domanda per ottenere la certificazione biologica per 13 dei miei prodotti"*, spiega.

Consapevole che la spezia rossa non è alla portata di tutti, la produttrice di Safranans ha avuto l'idea di farne prodotti derivati, che vende nella sua tenuta. Cucina quindi sottoprodotti a base di zafferano, come cannelés, financiers, meringhe, pasta all'angolo, marmellate, frollini, ecc. *"Sono appassionato di*

cucina e ho un sacco di idee! Così ho voluto dare alla gente un'immagine diversa da quella della paella o della bouillabaisse. Con l'aiuto di mia madre, cucino tutto a casa. Safranans sta pensando di innovare e sviluppare una versione cosmetica della sua produzione di zafferano, come creme, shampoo, maschere, ecc. "È una spezia che ha molte virtù. E per di più, sarebbe una novità! "

D'altra parte, la struttura ha istituito un'attività turistica che permette di visitare la struttura e vorrebbe sviluppare un'attività alberghiera, sotto forma di gîte. Il proprietario organizza quindi tour per visitare e scoprire zafferano, querce da tartufo, mele cotogne. Il gruppo di visitatori gira per i campi per capire le diverse fasi della coltivazione dello zafferano e conclude la visita con una degustazione dei prodotti fatti in casa.

Infine, la struttura è impegnata nella tutela dell'ambiente attraverso attività di raccolta dei rifiuti e la pratica di un'agricoltura sempre più biologica, utilizzando compost e materiale triturato. Safranans è coinvolta nel suo territorio partecipando a fiere gastronomiche e regionali.

4. Reti e relazioni

Safranans vende i suoi prodotti su tutte le scale, sia locali, regionali, nazionali o internazionali. Effettua la vendita diretta in azienda dopo aver assaggiato i prodotti, ma anche la vendita diretta al di fuori dell'azienda. La struttura opera anche attraverso canali specializzati, come salumerie, negozi biologici e ristoranti. La sua clientela è principalmente regionale e nazionale (35% e 35% rispettivamente), ed è integrata da una clientela locale (15%) e internazionale (15%), principalmente da Svizzera, Belgio e Germania.

Safranans sta sviluppando il suo sito web e la sua pagina Facebook.

La struttura collabora all'interno del suo territorio collaborando con diversi attori, come OdelVar o gli Uffici del Turismo della Provenza Verde, e ha stabilito legami con il grafico Magali Angot Magri'ph e i fotografi Sandrine du Var est ouvert e Jessica Le Bot e con il vignettista Jean-Marc Rossi. Safranans collabora anche con AgribioVar, con l'Association des safraniers de Provence, con ADEAR 13 e ADEAR 83, e anche con il Parco naturale regionale di Sainte Baume. La proprietaria di Safranans ha acquisito le sue conoscenze in totale autonomia, per passione, e ha imparato anche da altri produttori. Si avvale inoltre di esperti esterni per effettuare le analisi di laboratorio dei suoi prodotti e di un commercialista.

Conclusione

Sebbene Safranans si concentri principalmente sulla coltivazione dello zafferano, si è gradualmente diversificata tenendo conto delle querce da tartufo del suo territorio, delle piante aromatiche e di altri alberi da frutto. La coltivazione dello zafferano richiede un intenso lavoro in un periodo di tempo limitato, ed è per questo che i safraniani rimangono a misura d'uomo con una piccola produzione. L'utilizzo dello zafferano nei sottoprodotti cotti in loco, come i biscotti, permette alla struttura di avere un reddito aggiuntivo. La proprietaria di Safranans attribuisce grande importanza all'innovazione dei prodotti per sorprendere costantemente i suoi visitatori e rinnovare la sua offerta, come il recente tè verde biologico allo zafferano.

Safranans ha sviluppato la sua multifunzionalità creando servizi di accoglienza turistica e organizzando visite guidate per aprire il mondo della coltivazione dello zafferano agli stranieri. Questo permette all'azienda di guadagnare un reddito aggiuntivo e di mostrare i propri prodotti durante una

degustazione, rendendo lo zafferano più accessibile ai semplici visitatori. Il proprietario vorrebbe anche aprire un gîte aperto ai turisti, aumentando la sua multifunzionalità.

Infine, anche se giovane, la struttura si inserisce nel suo territorio sviluppando molte reti con attori molto diversi tra loro, essendo a contatto con i produttori locali, e partecipando a eventi come le fiere.