



# Interreg



UNION  
EUROPÉENNE

## MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional



PROMETEIA

# CATALOGUE NUMÉRIQUE

## EXEMPLES DE MODÈLES MULTIFONCTIONNELS ET DURABLES

### VAR ET ALPES MARITIMES

La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au cœur de la Méditerranée

REGIONE  
TOSCANA



**Quinn**

Consorzio Universitario in Ingegneria per la Qualità e l'Innovazione



**Laore**

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



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



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

**AViTeM**

Agence des Villes et Territoires  
Méditerranéens Durables

## Entreprises multifonctionnelles dans les Alpes-Maritimes et le Var (France)

<b>DEPARTEMENT DES ALPES MARITIMES .....</b>	<b>3</b>
1. LA BIGARADE.....	3
2. LE POTAGER DE SAQUIER.....	8
3. LE VIGNOBLE DES HAUTES COLLINES DE LA CÔTE D'AZUR.....	12
<b>DEPARTEMENT DU VAR .....</b>	<b>18</b>
1. LA FERME SAINT PIERRE.....	18
2. LES GÎTES DU MERLE .....	22
3. SAFRANANS.....	26

## DEPARTEMENT DES ALPES MARITIMES

### 1. LA BIGARADE



<http://www.labigarade.com/>

#### 1. Structure et histoire de l'entreprise

La SARL La Bigarade a été créée en 2007 à Vallauris, dans la zone littorale maralpine proche d'Antibes. Contrairement à beaucoup d'exemples de structures agritouristiques, ce projet est devenu réalité une fois que ses propriétaires sont partis en retraite. N'ayant pas de formation agricole à la base, les propriétaires de la Bigarade ont appris la culture d'agrumes de façon autodidacte en dédiant tout leur temps à ce nouveau projet. En premier lieu, la Bigarade a été développée comme un gîte touristique proposant également un service de table d'hôtes sur demande. Elle s'est par la suite diversifiée en développant petit-à-petit une activité agricole composée d'arboriculture et culture de plantes aromatiques. La culture arboricole est principalement orientée sur les agrumes et notamment l'orange amère, aussi appelée bigarade, fruit typique de ce territoire maralpin.

#### 2. Production et ses spécificités

L'activité principale de la Bigarade est la culture de fruits, notamment l'agrumiculture avec la production d'agrumes.

La culture du bigaradier est une tradition séculaire de la région et Vallauris Golfe Juan reste une des seules communes à exploiter cette plantation. Le bigaradier est l'arbre le plus présent sur le domaine de La Bigarade (80 sujets centenaires). Les bigaradiers sont non greffés ce qui leur donne un air plus sauvage que sont ses frères les orangers. Ils portent de longues épines, leurs feuilles sont pointues, et font aussi un bel arbre d'ornement, avec une floraison très odorante. Le bigaradier porte un fruit, la bigarade, également nommé *orange amère*. Ce fruit est plus petit que l'orange douce et sa peau est rugueuse teintée de vert ou de jaune. Sa chair est acide, peu juteuse,

très amère et contient beaucoup de pépins. Très parfumée, la fleur de bigaradier sert à la fabrication de l'absolu de fleur d'oranger, de l'eau de fleur d'oranger et de l'essence de néroli utilisée en parfumerie et pour aromatiser les aliments.

La Bigarade cultive d'autres agrumes et autres arbres tels que l'orange amère, la clémentine, la mandarine, le pamplemousse, l'orange douce, le pomelo, le kumquat, le kumbava, le cédrat et la bergamote. La structure produit également d'autres fruits comme des kiwis, des mirabelles, des avocats ou encore des bananes. Une petite partie du terrain est dédiée à la culture de plantes aromatiques. La très grosse majorité des récoltes est destinée à la vente au détail à l'extérieur de l'entreprise, tandis qu'une petite partie est vendue sur le lieu de production.

Les propriétaires de la Bigarade, Antoine et Gislaine Damiano, sont très attachés à la qualité de leurs produits. Ils sont donc attentifs à maintenir une filière courte, à effectuer régulièrement des contrôles de qualité afin que leurs produits soient certifiés. Selon Gislaine Damiano, « *la qualité est le bien-fondé de l'agriculture biologique, avec la conservation du patrimoine local. Il faut être fier de vendre des produits sains.* »

Le couple s'attache à innover, aussi bien en termes de produits qu'en termes de diversification de son activité. Pour Gislaine Damiano, « *innover, c'est trouver un produit ou une activité pas encore expérimenté. C'est s'adapter à l'évolution des besoins et des pratiques* ».

Sur le plan de l'innovation de produit, la Bigarade a instauré une agriculture biologique. Depuis 2013, l'exploitation est entièrement considérée comme produisant des produits BIO, grâce à l'aide d'AGRIBIO 06 et de Bureau Véritas. La Bigarade produit et imprime manuellement ses propres étiquettes, les découpe et les colle sur ses produits. Ainsi, une production à taille humaine, manuelle et sans intermédiaire est privilégiée, à la place d'une innovation de processus consistant à acheter de nouvelles machines par exemple.

Sur le plan de la diversification, La Bigarade se réinvente en renouvelant ses produits : confitures, eaux florales, sirops, entre autres. Elle les vend aux professionnels comme aux particuliers.

#### L'exemple de l'exploitation de la fleur de bigaradier :

L'exploitation de la fleur de bigaradier se fait au sein de la Coopérative Agricole Nérolium. Presque 110 ans plus tard, cette coopérative est fière de n'avoir pas tellement évolué depuis sa création. En effet, les techniques de travail et de distillation sont, à peu de choses près, les mêmes qu'à l'époque ce qui confère au produit final une authenticité et une qualité inégalable. « En même temps » précise Philippe Dodu, « il n'y a qu'une façon de distiller la fleur d'oranger pour obtenir les produits ».

Le processus de distillation de la Nérolium est le même depuis 1904. « La distillation se fait dans des alambics en cuivre » expose Philippe Dodu. « On met une proportion égale de fleurs et d'eau dans les alambics: si on prend 1000 kg de fleurs d'oranger, on met 1000 litres d'eau. Quand on a 1000 kg de fleurs, plus 1000 litres d'eau, cela fait un total de 2000 kg et on obtient 1 kg de Néroli. Il faut donc une grande quantité de fleurs fraîches pour une faible quantité de Néroli mais c'est le propre de toutes les plantes à parfum. En général, les rapports sont très faibles ».

La Coopérative Agricole Nérolium manufacture plusieurs types de produits. « Premièrement, à partir de la fleur d'oranger, on obtient deux produits qui sont le Néroli, vendu aux industriels de la parfumerie (marché professionnel) et une eau florale, vendue sur plusieurs circuits (particuliers, revendeurs, ...) et qui sert dans la fabrication de cosmétiques et dans l'alimentation » explique Philippe Dodu. L'eau de fleur d'oranger est par exemple utilisée dans la traditionnelle Fougassette de Grasse. « Ensuite, le Néroli sert dans la fabrication de fragrances. C'est un fixateur des parfums ».

haut de gamme et un composant. On peut retrouver le Néroli dans différentes fabrications de parfums, qu'ils soient avec des notes de tête de rose, de jasmin ou de muguet. C'est un produit qui sert à fixer l'odeur sur le corps plus longtemps qu'un autre produit ».

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

Le domaine de la Bigarade a développé une pluriactivité : étant au départ un gîte touristique, le domaine a petit-à-petit développé sa culture d'agrumes.

Sa vocation première a donc été d'offrir des services touristiques, en proposant des chambres d'hôtes afin de faire découvrir la région. Le domaine peut accueillir dix personnes dans ses chambres d'hôtes tout au long de l'année. Les hôtes peuvent également manger à la Bigarade, qui propose des services de restauration le soir et sur demande afin d'assurer la qualité du repas. Le domaine de la Bigarade prend le parti d'un accueil des voyageurs « comme à la maison », en leur faisant découvrir Golfe Juan et la Côte d'Azur tout en sensibilisant les hôtes sur la protection du patrimoine horticole. Les propriétaires sont également toujours disposés à faire découvrir la culture d'agrumes et à conseiller les visiteurs sur les activités et sorties à faire dans la région.

Le domaine effectue également des services verts à travers sa production d'agrumes de façon artisanale et biologique. Les propriétaires de La Bigarade ont travaillé l'an dernier avec un apiculteur, lui laissant une place sur le terrain pour que les abeilles puissent butiner les fleurs de bigaradier, et dans le même temps aidé à la pollinisation. La Bigarade a tiré les bénéfices de cet échange, qui a permis de récolter une quantité de fleurs beaucoup plus importante que les années précédentes. D'autre part, le domaine dispose d'une cuve et un bassin de 43 m<sup>2</sup> de récupération d'eau de pluie pouvant être utilisée pour l'irrigation de sa culture d'agrumes. La structure est également équipée et d'un système thermique pour le chauffage et l'eau sanitaire et de panneaux photovoltaïque pour la production de son électricité. De plus, elle participe au recyclage des déchets de production en créant et utilisant un compost biologique et du bois ramé fragmenté (BRF) pour ses cultures.

La Bigarade effectue des services au territoire en créant des liens et en travaillant avec différentes structures. Elle est par exemple particulièrement liée au Groupement des Agriculteurs Biologiques des Alpes-Maritimes (AgriBio 06) et participe à la promotion de l'héritage culturel de la région en participant aux fêtes locales.

### 4. Réseaux et relations

La Bigarade est un domaine à taille humaine qui est très attaché à la valorisation de sa région. De ce fait, le domaine vend la majorité de ses produits à l'échelle régionale, qui représente la moitié de la totalité de ses réseaux commerciaux. Toutefois, La Bigarade est de plus en plus présente à l'échelle locale et à l'échelle nationale, à travers le développement de son site internet et la possibilité d'acheter les produits en ligne par exemple. Une grande part de la clientèle de la Bigarade est étrangère (à hauteur de 40% en 2016). Quant à la clientèle française, elle provient majoritairement de l'ensemble du territoire (40%), et est plus modestement complétée par une clientèle locale (10%) et régionale (10%).

La Bigarade vend ses produits directement sur les marchés locaux, canal privilégié pour la vente à l'échelle locale. L'entreprise n'a recours à aucun intermédiaire et n'est pas en lien avec la grande

distribution. Elle vend en revanche ses produits à travers des canaux dits « spécialisés », c'est-à-dire les restaurants, les bars, les magasins gastronomiques et spécialisés aux niveaux local, régional et national. Ses produits sont aussi vendus dans les établissements locaux pour la restauration collective, comme les écoles par exemple.

Le site internet de la Bigarade lui permet de diffuser son offre à l'échelle nationale et même à l'étranger. Il est possible de réserver une chambre en ligne et d'acheter les produits en ligne. Le site figure Booking.com. Le site internet est le meilleur canal de l'entreprise pour vendre ses produits à toutes les échelles, notamment régionale et nationale et internationale, et en complément de la vente directe pour l'échelle locale.

De plus, l'activité de la Bigarade est relayée par le guide touristique du Routard, ainsi que par les Offices du tourisme d'Antibes, de Vallauris et des Alpes-Maritimes. Elle a établi une relation de confiance avec certains fournisseurs comme le Groupement des Agriculteurs Biologiques des Alpes-Maritimes (AgriBio 06) ou encore Ickowicz, qui lui fournit des pots en verre. Elle est également membre du regroupement d'associations Gadseca et d'une association de protection de l'environnement et du patrimoine appelée Avenir 06, permettant à Gislaïne Damiano de « *partager des connaissances, de faire une recherche permanente, et de prendre conscience de là où on est* ».

Les propriétaires de la Bigarade ont majoritairement acquis leur connaissance de façon interne en développant leurs compétences de façon autonome, par passion. Cette autonomie a été soutenue par des compétences transmises par le cercle familial et par d'autres producteurs, notamment à travers la mise en place de nombreux échanges d'expériences.

La Bigarade fait également appel à des compétences extérieures si nécessaire, notamment concernant les services informatiques, les services administratifs et légaux, ou encore la formation à la gestion d'un site internet, à l'édition de flyers ou de supports de communication, aux réseaux sociaux, et à l'apprentissage de l'anglais. Lorsque l'entreprise a besoin de conseils ou de suggestion pour son activité, elle s'adresse à AgriBio 06 et à l'office de tourisme d'Antibes.

La Bigarade n'a à ce jour aucun contrat de réseaux. Elle n'a de surcroît aucun accord de moyen/long termes avec d'autres entreprises et professionnels.

## Conclusion

L'entreprise la Bigarade met en place un modèle de multifonctionnalité. En effet, d'abord destinée à être un gîte touristique, la structure a diversifié ses services en proposant d'abord une table d'hôte sur demande. Elle a ensuite développé une production d'agrumes sur son terrain fertile, en cultivant notamment des bigaradiers selon la tradition de la région. Alliant tradition, savoir-faire et services d'accueil, la Bigarade s'est petit-à-petit ancrée dans son territoire en tant qu'entreprise multifonctionnelle, mettant l'accent sur le « comme à la maison », sur le bien-être, partir ailleurs pour se sentir comme chez soi. En développant une production d'agrumes et de plantes aromatiques à côté de son activité de chambre d'hôte, la Bigarade a pu proposer un modèle de tourisme écologique et respectueux de l'environnement, en faisant découvrir une production biologique aux visiteurs et un autre visage de la région, connue pour son tourisme de masse surtout pendant l'été.

La Bigarade présente donc un certain nombre de bonnes pratiques dans son développement et son fonctionnement. Tout d'abord, sa petite taille, et la volonté de rester ainsi, lui permet d'offrir

un service de qualité centré sur les besoins des visiteurs, tout en gardant une ambiance conviviale et familiale. Sa petite taille lui permet aussi de vendre directement ses produits à travers la vente directe sur les marchés de la région, sans faire appel à aucun intermédiaire. Ce circuit court garantit un produit de qualité et une interaction consommateur/producteur s'inscrivant dans le contexte de l'économie circulaire et permettant une revalorisation des producteurs, de ses produits. Cette démarche répond également à une forte demande des consommateurs qui souhaitent de plus en plus connaître la provenance des produits qu'ils consomment et créer un lien avec la structure qui les produit à côté de chez eux.

La création et le développement d'un site internet a également permis de moderniser la communication de la structure, car il permet de toucher une plus large cible en proposant ses produits ou encore la réservation de chambres d'hôtes via internet. A travers ce biais, la Bigarade peut toucher des cibles à l'échelle nationale et internationale sans être présent physiquement sur ces marchés.

D'autre part, l'effort de diversification que la Bigarade s'impose est payant, puisqu'il permet d'attirer de nouveaux consommateurs, de faire goûter les nouveaux produits aux hôtes, de vendre les produits sur les marchés. Le choix d'une production biologique fait également partie d'une stratégie de diversification, qui permet d'assurer des produits de qualité, mais aussi de limiter les déchets liés à la production agrumicole en utilisant les branches pour faire du compost, en vendant les fleurs pour en extraire l'essence, en utilisant la totalité des fruits pour les vendre tels quels ou transformés. La Bigarade s'inscrit dans son territoire car elle a construit un réseau avec d'autres producteurs, des groupements, des associations, afin d'échanger leurs bonnes pratiques et de créer des liens de confiance avec des acteurs du territoire. Ce lien s'incarne notamment à travers la création d'une vitrine des savoir-faire de la région au sein de la Bigarade, où la structure expose des objets artisanaux réalisés par les artisans du coin, comme de la poterie par exemple.

## 2. LE POTAGER DE SAQUIER



<http://www.lepotagerdesaquier-nice.fr/>

### 1. Structure et histoire de l'entreprise

Installés sur les coteaux niçois depuis plusieurs générations, le potager de Saquier pratique l'agriculture biologique depuis 1996. Elle exerce son activité sur 2,5 hectares : 1 hectare sur la propriété située à Saquier et 1 hectare sur un terrain communal mis à disposition et prêt à usage d'une superficie totale de 5 hectares, encore à débroussailler à Carros. Elle propose également des chambres d'hôtes et organise des visites de l'exploitation et des repas saisonniers conçus à partir de la production agricole. Cette structure se distingue principalement grâce à un projet très ambitieux de création d'une structure beaucoup plus grande, sur la commune de Carros, sur le modèle de l'exploitation actuelle. L'objectif est de valoriser l'agriculture et l'artisanat local en créant une exploitation agrotouristique en partenariat avec d'autres producteurs et artisans locaux et comprenant une vingtaine de gîtes.

### 2. Production et ses spécificités

Le Potager de Saquier exerce le maraîchage biologique. C'est une exploitation à taille humaine offrant exclusivement des produits Bio et de saison, promouvant un travail respectueux de l'environnement, n'offrant de ce fait que des produits de saison. La diversité étant une priorité pour le Potager de Saquier, ce dernier met l'accent sur la rotation des cultures, la biodiversité et le respect de la terre. Considérant que la fertilité de la terre est la base de l'alimentation des plantations qu'elle va supporter, l'exploitation pratique la rotation des cultures afin que chaque culture apporte des nutriments différents à la terre. Cette méthode permet de ne pas utiliser de pesticides. Ensuite, pour favoriser la biodiversité des plantes et la diversification des insectes, le Potager utilise la polyculture afin que les insectes qui s'y installent, soient multiples, et qu'ils se mangent les uns les autres. La polyculture évite ainsi les attaques ingérables et l'utilisation d'insecticides. Plutôt que sur le rendement, le domaine met l'accent sur le respect de la terre et de la faune, la qualité de l'eau, la biodiversité florale endémique qui attire les abeilles et bourdons, utiles à la pollinisation.

Selon Pierre Magnani, propriétaire du Potager de Saquier, « *c'est la qualité gustative et environnementale qui est importante. Elle passe par une façon propre de travailler* ». Il ajoute qu' « *un bon produit a bon goût et est rentable pour l'entreprise* ». Le Potager de Saquier offre des produits spécifiques à la région comme le mesclun, et l'oléiculture, avec 160 oliviers (80 oliviers exploités et 80 en friche sur le terrain municipal). L'exploitation produit des confitures de figes et d'agrumes : de l'orange amère en passant par l'orange douce, les cédrats, bergamotes, citrons, kumquats ; des piments à l'aigre doux entiers comme les "lampions de Nice" ou les piments siciliens, asiatiques ou bien aussi des piments à l'aigre doux en purée ; ou encore des confitures de fraises, figes et abricots selon les récoltes.

Au cours des cinq dernières années, le Potager de Saquier a introduit de nouveaux produits à travers la diversification de sa production pour obtenir une production agricole riche et diversifiée, et innové son processus de production. Pour Pierre Magnani, « *innover, c'est aller là où d'autres ne sont jamais allés. Sur le plan des idées, [...] nous sommes précurseurs de beaucoup de choses (les graines germées, les pousses asiatiques, les tomates colorées, etc.)* ».

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

Initialement, l'activité principale du Potager de Saquier est le maraîchage biologique. Toutefois, le coût des charges sociales a poussé ses propriétaires à commencer une activité d'agro-tourisme avec réception et visite olfactive, sensitive et gustative dans les serres, avec un repas autour du produit de la saison. Le Potager organise environ un repas par semaine en haute saison et accueille régulièrement des personnes en Woofing.

La serre est un endroit important pour le Potager. Pendant cinq ans, les propriétaires souhaitaient créer une belle serre pour mieux traverser les hivers, répondre à la demande croissante de paniers en AMAP et accueillir décemment leurs clients. Après de nombreux dossiers administratifs, et notamment grâce aux revenus fixes d'AMAP, à de gros emprunts et à une "Aide à l'Investissement et à la Modernisation des Exploitations" du Conseil Général des Alpes Maritimes, axée sur la production des cultures agricoles, c'est en 2009 que le Potager a pu commencer à niveler son petit terrain pour pouvoir y construire une serre, ou plus exactement un grand tunnel à 3 chapelles. Afin de compléter leurs revenus, les propriétaires ont alors décidé de créer un lieu d'accueil pour faire partager leur passion des cultures nourricières dans la serre, avec le soutien administratif de "Bienvenue à la ferme", association labellisée de la chambre d'agriculture. Aujourd'hui, les visiteurs peuvent sur réservation venir en "visite à la ferme" découvrir et déguster les produits du potager.

En plus de ces services de découverte et de dégustation dans la serre, le Potager de Saquier propose un service de restauration en haute saison à raison d'un repas par semaine pendant 6 mois tout au long de l'année pour une cinquantaine de personnes, et un service d'hébergement pour deux personnes avec petit déjeuner tout au long de l'année, avec possibilité d'acheter les produits cultivés directement sur place. Le domaine possède une petite chambre d'hôte de 20m<sup>2</sup> pouvant accueillir deux personnes. La majorité des personnes qui passent une nuit au potager de Saquier sont des locaux (à 70%). Les personnes venant de la région et de l'étranger sont minoritaires (15% et 15% respectivement). Les visiteurs peuvent également, sur demande, expérimenter un séjour spécial "immersion" en agriculture maraîchère biologique, qui consiste à participer à raison d'une ou deux heures par jour aux travaux des champs, suivies d'un déjeuner "d'ouvrier agricole" avec l'équipe.

Cependant, le Potager de Saquier est en pleine phase de restructuration. En effet, cette activité touristique est le prototype d'un projet à plus large échelle afin de convaincre par l'exemple. La mairie de Carros a mis à disposition un terrain sur lequel les propriétaires du Potager sont invités à reproduire leur entreprise à plus grande échelle, avec une vingtaine de gîtes prévus. Pour ce projet d'extension, les propriétaires sont en train de collaborer avec l'entreprise EDF pour installer des panneaux solaires sur le toit de la nouvelle serre.

## 4. Réseaux et relations

Le principal et unique canal commercial du Potager de Saquier est local. La structure vend directement ses produits sur le lieu de production, notamment en les proposant aux personnes venant dormir au gîte, mais également sur les marchés (marché de Nice au Cours Saleya le week-end et à Colomars le samedi matin), les foires auxquelles elle participe, et à travers la vente de paniers AMAP.

Une AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) est un système d'économie solidaire qui met directement en relation des agriculteurs locaux et un groupe de consommateurs. Elle est régie par une Charte. Pour la région PACA, il s'agit d'Alliance Provence. Le paysan s'engage à fournir un panier de produits frais issus de son exploitation aux dimensions humaines. Elle doit être respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal. Le consommateur s'engage lui à venir chercher son panier chaque semaine, pendant une saison déterminée. Ils se retrouvent donc de façon régulière, sur un lieu de distribution pour livrer ou recevoir les paniers pour lesquels ils se sont engagés. Des visites à la ferme sont prévues chaque année pour rapprocher agriculteurs et citoyens. Les paysans sont régulièrement contrôlés pour assurer le maintien de cette charte. La charte d'Alliance Provence est ainsi un gage de qualité et de confiance pour le client.

En plus de ces canaux directs, le Potager de Saquier vend ses produits à travers son site internet, et offre la possibilité de réserver une chambre directement en ligne. L'entreprise vend également ses produits pour de la restauration collective au niveau local afin de garantir des produits de qualité au public scolaire, et à des magasins et restaurants spécialisés comme le Restaurant Olivera, Le Fromager, et le Restaurant Alain Ducasse à Monaco.

L'entreprise travaille en lien étroit avec Guide Gantié, la Chambre d'agriculture, le Groupement des Agriculteurs Biologiques (AgriBio), ou encore l'organisme de contrôle et de certification Écocert. Elle est présente dans des réseaux lui permettant un bon référencement et un gage de qualité comme AirBnB, le site de WOOF France ou encore le réseau « Bienvenue à la ferme », spécialisé dans l'accueil à la ferme et la mise en relation de particuliers avec des structures d'accueil agricoles.

D'autre part, l'exploitation a su construire des relations de confiance avec ses fournisseurs de matières premières et de machines, comme la Coopérative agricole de Nice par exemple (pour la fourniture de piquets, engrais, élastique, fils de fer, etc.). Parmi ses fournisseurs, on trouve Duccretet, Graines Voltz, La Ferme de Sainte Marthe, SARI du Tilleul, les Jardins de la Siagne, Robert Bernabei, ou encore l'association Kokopelli.

Dans le cadre de son projet de restructuration, le Potager de Saquier coopère avec la mairie de Carros qui lui prêt un terrain afin de développer son projet d'extension. Elle coopère également avec EDF pour la mise en place de panneaux solaires sur les toits de la nouvelle serre, et avec AirFrance.

Les propriétaires du potager de Saquier ont développé leurs connaissances en famille et par passion, en autonomie, et ont également suivi des formations professionnelles. Ils font appel à un agent comptable pour une assistance technique budgétaire.

## Conclusion

D'abord dédié au maraîchage de produits régionaux et à l'oléiculture, le Potager de Saquier a diversifié ses activités en développant un service de restauration et d'hébergement, ainsi que des services verts et touristiques pour découvrir le maraîchage et l'agriculture biologique. L'exploitation est très engagée dans la préservation de l'environnement et met l'accent sur une production respectueuse et la sensibilisation du grand public sur ces sujets. Le Potager offre donc des produits exclusivement régionaux et biologiques, complétés par une offre de produits diversifiés comme des confitures. Elle permet aux visiteurs de découvrir ces produits à travers l'organisation de repas et des visites pédagogiques sous la serre. La mise à disposition d'une chambre d'hôte est un moyen de compléter ses revenus mais aussi de sensibiliser à l'agriculture biologique en proposant par exemple un séjour en immersion pour découvrir le travail d'une exploitation agricole biologique.

Le Potager vend presque exclusivement ses produits par un canal direct sur les marchés et les foires, et s'est fortement engagée dans la vente de paniers AMAP, marque de qualité et de transparence pour les consommateurs.

Enfin, l'exploitation se distingue par sa forte capacité de collaboration avec différentes structures, à la fois en étant intégrée dans des réseaux de producteurs, en étant référencée dans des réseaux de marque d'entreprises agrotouristiques, mais aussi en collaborant avec des entreprises privées et publiques pour donner corps à leurs rêves.

### 3. LE VIGNOLE DES HAUTES COLLINES DE LA CÔTE D'AZUR



<http://vignoblestjeannet.fr/>

#### 1. Structure et histoire de l'entreprise

Il y a 20 siècles, les romains sont arrivés sur une colline de Saint-Jeannet, dans l'arrière-pays niçois. Ils y ont installé un oppidum pour surveiller la vallée et ont planté les premières vignes et les premiers oliviers. Petit coin de Toscane aux pieds des Baous, protégés du nord et merveilleusement exposés au sud, ces coteaux n'ont cessé de produire du raisin. Les ruines d'un pressoir de l'époque romaine en témoignent.

Dans l'histoire plus récente, le père de George Rasse, propriétaire actuel du Domaine des Hautes collines, a commencé par livrer ses belles grappes de Saint Jeannet tardif - dont les vieux niçois se souviennent encore - aux grands hôtels du bord de mer durant la période de Noël. Quand le raisin en grappe ne s'est plus vendu, le domaine a décidé de fournir en jus les premières stations uvales. Puis, en 1948 il s'est lancé dans cette belle aventure du vin. Sur les conseils d'amis bordelais, M. Rasse a planté du Merlot, du Mourvèdre, de la Syraha, du Grenache, du Cabernet Sauvignon et du Gamay aussi, pour la fraîcheur. En 1986, George Rasse a créé le Vignoble des Hautes Collines de la Côte d'Azur en prenant le relais de son père. Depuis 30 ans, il assemble les cépages pour composer des cuvées plus fines, plus élégantes et plus typées.

Le Vignoble des Hautes Collines est donc une structure familiale, qui est principalement une exploitation viticole biologique. Cependant, le Domaine a également développé une activité oléicole en marge de son activité agricole. Une cave, servant de lieu de vente et d'accueil de publics se situe sur le site d'exploitation. En plus des visites de l'exploitation et des dégustations de la production, l'entreprise a mis en place une offre de camping à la ferme dès les années 1980, en plein cœur des vignes. Elle constitue un exemple précurseur du développement de l'agrotourisme maralpin. Il existe également une sorte de parcours écotouristique au sein même du village : en effet, le Domaine des Hautes Collines se situe à proximité de trois autres producteurs (viticoles, oléicoles et maraîchers), la ferme maraîchère propose des marchés sur place plusieurs fois par semaine.

## 2. Production et ses spécificités

Le Domaine des Hautes Collines produit principalement du vin naturel. Selon George Rasse, « *un produit de qualité est un produit le plus naturel possible. Ce produit de qualité que nous produisons, c'est une histoire de génération en génération, de transformation du produit* ». Pour une production de vin de qualité, le Vignoble des Hautes Collines utilise des raisins cultivés de façon biologique et récoltés à la main. Ils font d'ailleurs l'objet d'une certification biologique. Le Domaine privilégie la filière courte et l'innovation de produits et de processus, considérées comme nécessaire pour l'obtention d'un produit de qualité.

Le Domaine se différencie de ses concurrents car il produit ses vins de façon naturelle grâce au soleil. La culture du vin est réalisée sans conservateurs, seulement grâce au soleil, méthode très ancienne de stabilisation du vin. Le domaine effectue tout d'abord une méthode de vinification classique, en cuve pour les vins rouges, en tonneau pour les vins blancs. Ensuite, l'affinage du vin se réalise dans des bonbonnes en verre, au soleil, ce qui évite de rajouter des produits de conservation (sulfite) dans le vin. Les vins restent en moyenne 3 ou 4 mois au soleil. Les ultraviolets protègent le vin et remplacent le sulfite, et les chocs thermiques permettent d'agglomérer les petits dépôts protéiques du vin et de les faire se déposer au fond (remplaçant le collage habituel). Le Vignoble des Hautes Collines propose une offre plutôt limitée de cuvées, axée sur la qualité : la Cuvée du pressoir Romain, les Cuvées de Grande Garde, les Naturellement Doux.

La Cuvée pressoir Romain Blanc :

Le cépage traditionnel « Rolle » donne une robe d'un jaune intense rappelant le soleil méditerranéen.

La vinification s'effectue en fût de chêne suivi d'un bétonnage sur lies fine durant 3 mois.

La mise en bouteille est réalisée après 8 mois en barriques. Au nez, un sentiment de fraîcheur de printemps développe parfaitement des arômes de raisin. C'est plus la finesse, le fond et le bel équilibre qui séduisent et donnent une certaine amplitude, riche en bouche.

La Cuvée pressoir Romain Rosé :

Après une courte macération, les baies éclatées par le « pistage » ancestral au pied laissent se dissoudre les pigments colorés de la pellicule. Ce vin de teinte vive, avec un nez fruité, dès la première gorgée s'exalte en bouche. Grâce à son fruité et à sa fraîcheur il sera le fidèle compagnon des repas de l'été.

La Cuvée pressoir Romain Rouge :

Comme l'ont fait ici même les vigneronns depuis 2000 ans, les raisins sont vinifiés selon la méthode artisanale la plus traditionnelle. Le pourcentage de chaque cépage dépendra du moment. Charge maîtrisée, maturité contrôlée, vignes effeuillées sont des critères essentiels.

En dégustation une réelle sensation de plaisir par la complexité du bouquet : fruits rouges, épices, musc, fumé, cuir... Tous ces arômes se retrouvent au palais avec des tanins nobles et jeunes très prometteurs. Vieilli 3 mois au soleil puis 12 en barriques de chênes, ce vin n'est ni collé ni filtré.

### Cuvée Longo Maï

Cépages : Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah, Grenache, Mourvèdre, Braquet. Les mêmes six qui composent cette cuvée exceptionnelle, l'étalement des vendanges de Septembre à Novembre laisse au raisin tout le temps nécessaire à sa parfaite maturation. Une sélection des meilleures grappes et une micro vinification de 18 à 21 jours, suivie d'un élevage de 36 mois en fûts de chêne permettent la complexité de ses arômes. Au nez vous êtes en prise directe avec des pruneaux macérés, le final épicé souligne cette rondeur et donne une aptitude certaine au vieillissement : « Longo Maï » (longtemps encore).

### Tuilé de Saint Jeannet

C'est une vieille tradition St Jeannoise qui permet d'élaborer ce vin très typé qui peut remplacer un rouge. Elle consiste à élever le vin en bonbonne au soleil pendant 6 à 8 mois selon l'ensoleillement pour le stabiliser naturellement et lui donner des arômes de madère, épice « exceptionnel ! ».

### Blanc cuvée Prestige

C'est une sélection des meilleures grappes en maturité exceptionnelle. Une vinification et un long élevage en fût de chêne, bois américain, chauffe moyenne, lui donne des arômes de fruits confits. Très aromatique avec des larmes de gras d'un vin généreux, grande longueur.

### Muscat doré

Passerié sur vigne. On attend que le raisin nous donne son maximum de maturité pour pouvoir le vendanger (Muscat d'Alexandrie). Ainsi, en fonction des années, il restera plus ou moins liquoreux. Mais les arômes de Muscat confit qui envahissent la bouche en dégustation nous rappellent ce fameux Muscat doré de Saint-Jeannet.

### Vendanges Tardives

L'originalité du terroir, l'altitude et le climat permettent d'obtenir des surmaturations d'une noblesse exceptionnelles qui confèrent un moelleux, riche et dense (arômes de miel, d'abricot confit).

Les cépages ROLLE en dominante et SEMILLON sont vendangés en pourriture noble, puis mis en fût de chêne pour une fermentation très lente, et un élevage sur lie fine durant plusieurs mois. La mise en bouteilles ne se fera que 4 ans après.

### Rancio

On attend jusqu'aux premiers jours d'hiver, que le botytris noble envahisse les grappes pour vendanger les raisins qui permettront à ce vin d'être naturellement doux. Fermenté très lentement en fûts de chêne aux basses températures hivernales, il s'affinera par la suite lorsqu'il sera exposé en bonbonnes au soleil 2 années. Il terminera son élevage en fût de chêne 2 ans encore. Gras, riche et dense, avec des notes de pruneaux et de noix, ce grand vin acquerra, au cours des âges, de remarquables arômes de madère.

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

Le Vignoble des Hautes Collines a développé d'autres produits que le vin, en renouant avec l'activité initiale, avant même la création du Domaine, de production de jus de raisin. Elle dispose également d'oliviers entretenus avec attention, dont certains ont été estimés âgés de 2000 ans par des archéologues dans les années 1970. Grâce à ces arbres, le Domaine produit de l'huile d'olive avec des olives Caillette, également appelées « olive de Nice », qui sont de petites olives charnues et allongées dont la couleur varie entre le marron, le rouge et le noir.

Pour se perfectionner dans sa démarche biologique et respectueuse de l'environnement, le Vignoble dispose de panneaux solaires l'alimentant en électricité, ainsi que d'un chauffe-eau solaire, et d'un système de compost recyclant le marc de raisin.

En plus de diversifier ses produits, le Vignoble a développé des services touristiques au sein de sa structure, dans le but de faire découvrir son activité vitivinicole. Elle est notamment un exemple original d'œnotourisme, combinant la découverte d'une région avec des activités centrées sur le vin : visite du domaine viticole, dégustation de vin et explications sur les différents vins. L'offre s'adresse aussi bien à des tours opérateurs qu'à des particuliers. D'autre part, le domaine propose une formule « camping à la ferme » avec 25 emplacements de tentes aux pieds des oliviers, disponibles 5 mois dans l'année, de mai à octobre.

### 4. Réseaux et relations

Très ancré dans son territoire, le Domaine des Hautes collines développe son réseau et sa communication en faisant partie de plusieurs initiatives qui lui permettent de développer une image de marque auprès des consommateurs et des professionnels du secteur. En effet, le Vignoble fait partie du consortium touristique de la Route des vins, mais aussi des réseaux Bienvenue à la ferme et Gîtes de France. Il est également cité dans le Routard depuis plusieurs années, le Lonely Planet et l'ANWB (guide touristique hollandais). L'ancrage territorial du Vignoble s'exprime aussi par sa participation annuelle, en avril, à une démarche collective baptisée « La France de ferme en ferme », qui consiste à partager son métier et sa passion. De plus, le Vignoble organise tous les ans depuis une dizaine d'année une fête de la musique, avec un repas partagé. Et, occasionnellement, un restaurateur du village, propose un dîner au vignoble avec les produits de l'exploitation. Enfin, Le Domaine a construit des relations de confiance avec un verrier italien qui produit des bouteilles personnalisées, et un imprimeur local pour les étiquettes des produits. En effet, pour les étiquettes de ses bouteilles, George Rasse n'utilise que des reproductions d'œuvres de Rémy Rasse, son frère. Les tableaux sont également exposés au domaine, offrant au visiteur de s'autoriser une petite pause culturelle entre deux dégustations.

Le Vignoble vend majoritairement ses produits à des particuliers, et réserve la vente à des professionnels pour des établissements de marque, gages de produit de qualité. Le Vignoble des Hautes Collines privilégie la vente directe de ses produits, après les avoir fait découvrir lors d'une dégustation par exemple. Ainsi, 50% des ventes de vin sont effectuées sur place par les visiteurs s'étant déplacés pour découvrir le Domaine, ses vins et son processus de fabrication original.

Cependant, le Vignoble vend ses produits à travers d'autres canaux qui, même s'ils sont moins importants, n'en sont pas moins nécessaires : 30% des ventes sont effectuées aux grands restaurants, notamment des restaurants étoilés Michelin sur la Côte d'Azur, et à des caves de la

Côte d'Azur. 10% sont vendus à des caves spécialisées dans la vente de vins originaux et particuliers sur l'ensemble du territoire français, et les 10% restants sont destinés à l'export, notamment aux Etats-Unis, au Canada, au Vietnam, au Japon, et dans les pays scandinaves.

D'autre part, le Domaine coopère avec la métropole Nice Côte d'Azur, dans le cadre de la mise en place d'une sorte de dépôt-vente dans lequel ne sont vendus que des produits garantis produits dans les Alpes-Maritimes. Le Domaine travaille également avec la Chambre d'agriculture et fait partie d'un groupement d'utilisation de matériel agricole (GUMA).

George Rasse a majoritairement acquis ses compétences de son père à travers l'héritage familial, et les a approfondi et affinées à travers la passion et l'échange avec les autres producteurs. Il n'hésite pas à faire appel à des compétences extérieures, notamment à un producteur de vin en biodynamique, au syndicat des vignerons du vin, pour se tenir au courant de la mise à jour des normes, et à la Chambre d'agriculture pour les oliveraies. Le Domaine fait également appel à des experts pour mener des analyses (certification bio, AOC etc.) et à un agent comptable.

## Conclusion

Le Domaine des Hautes Collines est un exemple d'exploitation agricole ancienne où le passé est lié au présent et dont l'histoire du terrain depuis l'Antiquité explique les cépages qui y sont aujourd'hui présents. De tradition familiale, l'activité s'est d'abord centrée sur la production de jus de raisin, et a plus tard dérivé sur la production vitivinicole. La multifonctionnalité du Domaine s'explique tout d'abord la production de vins différents, mais on ne peut cependant pas centrer la multifonctionnalité sur cette diversité qui reste limitée, dû à la petite taille de la structure et à la volonté de ne pas dénaturer l'histoire de l'exploitation et de son terrain.

En revanche, le Domaine a su développer un processus innovant de fabrication du vin, en produisant du vin naturel biologique grâce au soleil. L'ensemble de la production du Vignoble repose donc sur un savoir-faire ancestral oublié, qu'il a à cœur de remettre au goût du jour et de faire découvrir à ses visiteurs. La volonté de produire un vin naturel sans additifs ni conservateurs motive ce choix original. Les teintes des vins reposant en bombonnes pendant des mois à l'extérieur donnent des allures multicolores au Domaine tout au long de l'année.

La multifonctionnalité de cette exploitation agrotouristique tient également dans la possibilité pour les visiteurs de venir camper au beau milieu des oliviers du Domaine, et dans la possibilité de faire de l'œnotourisme en dégustant les vins produits sur place, mais aussi les produits de la région.

En développant des services verts dans le cadre de sa démarche d'une production locale respectueuse de l'environnement et de l'homme, le Domaine a pu être intégré à différents réseaux qui lui donnent une image de qualité et de confiance auprès du grand public. On peut notamment citer la certification biologique, Bienvenu à la ferme, ou encore Gîtes de France, qui sont des tampons instaurant une relation de transparence entre la structure et le consommateur.

Cette transparence s'incarne aussi à travers les relations de confiance qu'a construit le Domaine avec le verrier italien lui produisant ses bouteilles depuis des années, ou encore à travers l'utilisation des tableaux d'un membre de la famille pour illustrer les étiquettes des bouteilles, en faisant des bouteilles uniques et rares, que l'amateur de vin a plaisir à regarder et à boire.

Enfin, le Vignoble a aussi développé une communication de qualité grâce à l'originalité de sa production : outre le développement de son site web et des réseaux sociaux dédiés à la

découverte de ses produits, l'activité du Domaine a également été relayée par la télévision française et les journaux.

Pour conclure, les longues racines profondément ancrées dans le territoire de Saint-Jeannet et la tradition familiale du Domaine des Hautes Collines lui a permis de s'affirmer comme un producteur de vin naturel à taille humaine, utilisant un savoir-faire original et oublié qui lui a permis de se démarquer face à la concurrence. Le développement de l'œnotourisme, du camping, de dégustation, et d'une bonne communication, en font un parfait exemple de structure agrotouristique multifonctionnelle.

## DEPARTEMENT DU VAR

### 1. LA FERME SAINT PIERRE



<https://www.fermesaintpierre.net/>

#### 1. Structure et histoire de l'entreprise

La construction de la Ferme Saint Pierre, c'est l'histoire d'un projet familial. Tout a commencé par la recherche d'un lieu pouvant accueillir le projet d'une ferme « autogérée », projet qui a germé au cours du parcours et de la formation Maria Montessori suivie par les propriétaires du domaine. Le jour où ces derniers ont un coup de cœur pour Saint Pierre, proche de leur lieu d'habitation initial et à l'abandon depuis plus de vingt ans, l'hésitation n'a pas été grande. C'est là, en 2000, que tout a commencé. La Ferme Saint-Pierre est située à Bargème, au nord-est du département varois. Elle a été créée en 2002 et se divise en trois statuts distincts : microentreprise, exploitation agricole et association. La structure mène d'abord une activité agricole de maraîchage biologique ainsi qu'une activité de ferme pédagogique. Elle propose également de l'hébergement de longue durée ou à la journée. En plus d'un public touristique, l'entreprise accueille des publics dits spécialisés. L'offre d'hébergement est ici encore très diversifiée et l'entreprise propose également des paniers repas pour ses clients.

#### 2. Production et ses spécificités

La Ferme Saint Pierre est à la fois une microentreprise, une association et une exploitation agricole. La structure mène d'abord une activité d'élevage équin et de maraîchage biologique, ainsi qu'une activité de ferme pédagogique et de services d'hébergement.

La ferme Saint Pierre garde ses chevaux et s'en occuper tout au long de l'année. Sa cavalerie est variée, allant du mini poney pour les plus jeunes, au cheval de trait pour les plus aguerris. Si les premiers temps, elle s'est composée de poneys "adoptés", elle a vite évolué par l'achat de poneys

et chevaux aux qualités mentales indéfectibles assurant par la même occasion la reproduction de sujets pouvant assurer la sécurité et l'évolution nécessaires aux jeunes cavaliers. Ses propriétaires soignent et nourrissent leurs chevaux douze mois sur douze, pour seulement trois mois d'activité touristique. Cette méthode permet aux propriétaires de connaître vraiment chaque individu de la « bande », leur caractère, leur place dans la hiérarchie, leur manière de réagir dans telle ou telle circonstance. Cette connaissance pointue de leurs chevaux leur permet d'attribuer le plus adéquatement possible une monture à un nouveau cavalier, et de décider de sa place dans le groupe en randonnée. Très sensible aux méthodes douces, à l'équitation au naturel et à l'éthologie, les propriétaires de la Ferme Saint Pierre n'utilisent aucune cravache, éperons ou coups de talons dans le ventre, mais privilégient la communication par la voix et une approche plus sensorielle avec leurs chevaux. D'autre part, ils mettent un point d'honneur à la création d'un lien avec les chevaux, en invitant les touristes qui souhaitent faire une randonnée à cheval à venir chercher leur monture au pré, à la conduire jusqu'à la barre d'attache, à la brosser, l'étrier, lui curer les sabots puis à la seller. Ce rituel permet au cheval et à son cavalier de faire connaissance et de se mettre en confiance. De plus, la plupart des chevaux sont « sans fers », et le domaine opte de plus en plus pour des selles sans arçons et du matériel sur mesure. Les chevaux ne vivent pas en box : été comme hiver, ils sont tous au pré et en groupe comme dans la nature.

C'est dans ce cadre que la Ferme équestre et de découverte Saint Pierre propose des stages équestres-randonnées pour les enfants lors des vacances scolaires, par petits groupes dans une ambiance familiale et chaleureuse. Le domaine propose également des stages d'initiation ou de perfectionnement à l'éthologie, des randonnées, des préparations (voltige, CSO, dressage) mais aussi le passage d'examens Fédéraux, des jeux, ou du travail en liberté. Elle a également développé une démarche de zoothérapie et accueille différents publics dans sa ferme pédagogique : scolaires, foyers, familles, ou encore hôpitaux psychiatriques.

La ferme dispose d'un petit potager bio, qui renaît sous la neige chaque printemps. Les propriétaires de la ferme, aidés par les enfants et les bénévoles, sèment, plantent, binent, arrosent, désherbent et récoltent. La terre de la région est dure, pauvre et pierreuse, et nécessite une attention toute particulière d'autant que la Ferme de Saint Pierre travaille en bio (biodynamie, association de plantes, etc.) sans aucun produits, ni engrais, ni traitements. Les animaux de la ferme sont en quasi liberté : poules, oies, colombes, pigeons, canards, paons, dindons, tortues, lapins, ânes lama, brebis, poneys et chevaux.

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

En plus de son domaine où elle élève ses chevaux, la Ferme Saint Pierre propose des repas pendant huit mois de l'année, et la vente de paniers repas, qu'elle peut servir froids ou chauds, mais elle a surtout développé une offre touristique écologique variée et originale.

*« Innover c'est apporter de nouvelles offres qui pérennisent la clientèle ou en attirent une nouvelle. La principale stratégie innovante a été de créer tous les ans de nouveaux hébergements et de nouveaux formats d'accueils et d'activités (projet de séjour bien-être par exemple) », Marcellin-Gabriel Berté.*

En effet, la Ferme Saint Pierre dispose de 68 places disponibles réparties en divers logements. Outre les trois chambres d'hôtes et les quatre emplacements de tentes pour le camping à la ferme, elle dispose en effet de trois gîtes pouvant accueillir de 2 à 10 personnes, ou encore de quatre roulottes : une « super écolo » avec vue sur la vallée de l'Estang et sur le village de Bargème, une

destinée aux amoureux avec vue sur le soleil levant et le Mont Lachens, et deux roulottes familiales plus spacieuse situées au beau milieu des pâturages et des chevaux. Les visiteurs peuvent également choisir de dormir dans des yourtes situées à 300 mètres à pieds de la bergerie. Douillettement enveloppées et couvertes de feutre en poil de brebis pour une isolation naturelle efficace, les sols des yourtes sont carrelage et la décoration intérieure invite au voyage dans la steppe et les grands espaces. Les sanitaires sont à côté de la yourte, et une cuisine toute équipée est à votre disposition ainsi que de grandes tables familiales. De juin à septembre, il est possible de dormir dans un tipi, authentique tente amérindienne offrant dépaysement et fonctionnalité. Les sanitaires sont situés juste à côté et une cuisine d'été est à disposition. Enfin, des « cabanes » sont à disposition, comme la cabane sur la thématique africaine, ou encore la « cabane aux étoiles » perchée tout en haut du domaine St Pierre offre la possibilité de scruter le ciel et ses étoiles, avec à disposition une lunette d'observation ainsi que de la documentation sur les constellations, les planètes et la carte du ciel.

La structure propose des visites guidées ou libres de la ferme pour publics scolaires et familiaux, des randonnées avec des ânes, des lamas ou des poneys. Par exemple, elle propose des randonnées itinérantes de plusieurs jours avec deux ânes pour compagne de voyage. En premier lieu, les visiteurs font connaissance, vont chercher les ânes au pré, les brossent, les soignent, les préparent, puis apprennent à les 'bâter' (sangler le bat sur leur dos) et à équilibrer les vastes sacoches de portage. Vient ensuite une petite initiation à la psychologie et à la conduite de l'animal, puis une petite balade au village. La randonnée itinérante commence dès le lendemain, carte en main, pour arriver le soir au gîte d'étape ou sur le lieu d'un bivouac.

Enfin, la Ferme Saint Pierre propose des services de bien-être sur rendez-vous, de détente physique et émotionnelle, à travers des soins massages, du reiki, des massages Thaï, de la réflexologie ou encore la possibilité de rencontrer un ostéopathe. Ses propriétaires souhaiteraient créer un festival de yoga dans leur infrastructure.

La clientèle de la Ferme Saint Pierre est majoritairement régionale (70%) et nationale (25%), et complétée par une clientèle internationale (5%).

## 4. Réseaux et relations

Le propriétaire de la ferme Saint Pierre a acquis ses connaissances en totale autonomie, par passion. Lorsqu'elle s'est installée en 2002, la structure n'a pas eu beaucoup d'échanges ni de coopération avec d'autres producteurs alentours. Elle a petit-à-petit développé son réseau de relations, et fait aujourd'hui partie du réseau Bienvenue à la Ferme. Elle coopère également avec le Parc naturel régional du Verdon et avec différents offices de tourisme, dispose également de son site internet et est présente sur Booking.com. La ferme Saint Pierre a établi des liens avec les fournisseurs Pelissier, Cocoon, Gamm Vert, Horizon et Bomaco pour la fourniture de matières premières, et collabore avec des producteurs locaux pour élaborer des paniers repas. De plus, comme tout bon adhérent au réseau LPO (ligue de protection des oiseaux) la Ferme met à disposition des livres naturalistes, des jumelles, des cartes de randonnées, etc., pour observer la nature et sa faune mi-méditerranéenne et mi-alpine.

## Conclusion

Le triple statut endossé par la ferme Saint-Pierre, à la fois microentreprise, association et exploitation agricole, incarne sa forte multifonctionnalité. Son activité originale d'élevage équin s'est développée vers toujours plus de respect et de soin autour de l'animal, notamment en développant des techniques alternatives de communication avec les chevaux, le respect de leur nature et de leurs personnalités. La sensibilisation à ces techniques est permise à travers la mise en place de stages d'initiation et de perfectionnement, de colonies de vacances pour les enfants, d'activités de ferme pédagogique, de zoothérapie, d'accueil de publics très variés. L'esprit d'une ferme biologique autogérée ouverte sur l'extérieur pour apprendre et sensibiliser les petits comme les grands sur les chevaux et tous les animaux de la ferme, sur la nature, la découverte et l'aventure. Les randonnées en âne ou à cheval proposées sont également un moyen de créer du lien entre les hommes et les animaux.

La plus importante source de multifonctionnalité et de diversification de l'élevage équin de la Ferme Saint Pierre est le développement d'une multitude de logements, chacun ayant une ambiance et une atmosphère propre, permettant d'attirer des visiteurs amoureux de la nature et de coller à leurs intérêts. Cette offre d'hébergement qui convient à tous les goûts s'accompagne également d'une offre de restauration et de paniers repas composés de produits locaux, grâce à la collaboration de la ferme avec des producteurs du coin.

Ainsi, le mélange entre élevage équin, production maraîchère biologique, ferme pédagogique, services de bien-être et services d'hébergements originaux et variés, font de la Ferme Saint Pierre un modèle d'agrotourisme multifonctionnel, permettant aussi la sensibilisation des petits et des grands vers un plus grand respect de la nature et de l'environnement.

## 2. LES GÎTES DU MERLE



<http://www.gitesdumerle.com/>

### 1. Structure et histoire de l'entreprise

Les gîtes du Merle sont situés à Cogolin, à proximité du golfe de Saint-Tropez. Il s'agit d'une société simple ayant vu le jour en 1923 et gérée de manière familiale. Orientée à la base sur le maraîchage, cette entreprise s'est tournée en 1983 vers des activités d'accueil touristique et de viticulture. Installée sur une propriété de quinze hectares, la structure est aujourd'hui principalement composée de gîtes ruraux ainsi que d'une exploitation viticole de vins de Provence qui occupent cinq hectares.

### 2. Production et ses spécificités

Les gîtes du Merle possèdent une exploitation viticole conventionnelle, sur laquelle 90% du territoire est spécialisé dans l'exploitation de raisins de cuve rouge, et dédiant les dix pour cent restant de son territoire aux raisins de cuves blanches. La spécialité des Gîtes du Merle est le vin rosé. Au fil des années, les Gîtes ont réalisé des innovations en introduisant de nouveaux cépages dans leur exploitation afin de diversifier leur production.

Cependant, si les Gîtes du Merle assurent la production viticole sur leur exploitation, elle ne réalise aucune activité de production ni de vente sous une marque propre. Elle a en effet entièrement délégué la transformation et la vente du vin à une coopérative, la cave des vigneronns de Grimaud. Cette dernière est donc en charge de toutes les activités de transformation et de vente du vin. Chaque année, 300 hectolitres de vin sont produits à partir des raisins cultivés sur l'exploitation des Gîtes du Merle, et 70% d'entre eux sont protégés par une Appellation d'Origine Protégé (AOP). La coopérative des vigneronns de Grimaud assure donc un rôle d'intermédiaire et de gestionnaire des activités de vente. Elle vend la grande majorité des vins sur le marché local via la grande distribution ou la vente directe via le site internet de la coopérative.

Ainsi, seulement 1% des vins produits par la coopérative sont utilisés dans le cadre des activités touristiques des Gîtes du merle et aucun produit n'est vendu directement par les Gîtes du Merle. Les consommateurs et les visiteurs ne sont donc pas impliqués dans le processus productif qui a lieu à l'extérieur du domaine.

Bien qu'ils ne le produisent pas eux-mêmes, les gîtes du Merle sont attentifs à la qualité de leur vin. Comme l'affirme le propriétaire des Gîtes du merle, « *la qualité est un impératif. Il s'agit de faire des vins de qualité, des vins beaux et bons. Un bon produit, c'est un produit qui plait.* ». La qualité des vins issus de la production viticole des Gîtes du merle et transformés par la coopérative de la cave des vigneron de Grimaud a d'ailleurs déjà été évaluée et reconnue, à travers la réception de plusieurs prix.

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

Depuis 1983, les gîtes du Merle proposent un accueil touristique en gîte rural. Cinq gîtes ruraux sont disponibles sur le terrain avec une capacité totale de 20 lits. Tous les gîtes disposent d'une terrasse, d'une cuisine équipée, et de plusieurs lits, avec accès au barbecue et à la piscine extérieure du domaine. Ils sont ouverts de Pâques à la Toussaint, durant 6 mois. Depuis 2014, les tenanciers ont également mis leur maison en location sur Airbnb. De plus, un nouveau gîte est en cours de construction sur le terrain.

Les gîtes du Merle n'ont pas d'activité de restauration et ne proposent pas de repas à leurs hôtes. Cependant un barbecue est à disposition des hôtes sur le terrain. Par ailleurs, l'entreprise ne propose pas d'activités directement liées à leur production agricole mais présente sur son site internet les découvertes touristiques à faire sur le territoire du golfe de Saint Tropez dans l'onglet « à visiter ».

Néanmoins, pour eux, la principale innovation réside dans le développement des moyens de communication tels que les sites internet ou les plateformes de réservations. La présence du gîte sur les plateformes telles que Booking, Airbnb, Dewo ou le site agrivacances.com permet d'attirer de nouveaux clients qui peuvent de plus loin et ne restent qu'un court séjour sur le lieu. On peut donc parler d'une innovation en termes de stratégie de marketing et de communication qui a permis à l'entreprise de réaliser d'obtenir des revenus supplémentaires.

### 4. Réseaux et relations

Toutes les activités de transformation et de vente des produits cultivés sur le terrain des gîtes du Merles sont gérées par la coopérative « La cave des vigneron de Grimaud », qui s'occupent aussi des aspects techniques et juridiques. Les vins produits sont vendus à 90% sur le marché local via la grande distribution ou la vente directe via le site internet de la coopération. L'entreprise ne vend donc aucun produit sur place ni en marque propre.

Les hébergements proposés par les gîtes du Merle sont référencés sur différents canaux de réservations tels que Booking, Airbnb ou Dewo, etc ainsi que sur plusieurs guides de voyage comme le Routard ou French Holiday. Ces différents référencements ont permis aux gîtes d'attirer une clientèle venue de loin. En effet, 20% de clients sont français contre 80% d'étrangers, venus principalement d'Europe.

La propriétaire des gîtes du Merle est la présidente de la Fédération Régionale des Groupes d'Etudes et de développement agricoles (FRGEDA). La FRGEDA propose un appui méthodologique aux collectifs de développement agricole, des formations d'agriculteurs et de responsables agricoles. Elle réalise aussi des activités d'information via des journées d'échange et le développement d'un site internet et anime un portail d'agritourisme dans la région PACA : Agrivacances.com.

Par ailleurs, les gîtes du Merle sont membre du Centre d'Etudes Techniques Agricoles du Var. Le CETA et la FRGEDA apportent un appui sur le plan technique, administratif, juridique et managérial.

La propriétaire des gîtes du Merle souligne en revanche une forte pression financière du fait de sa localisation sur le Golfe de St-Tropez. L'entreprise est assujettie à l'impôt sur la fortune du fait de cette localisation. Elle explique aussi : « *Nous avons eu la volonté de recréer une filière pour le liège de nos bouchons car nous avons des chênes à liège dans la région, du fait de notre localisation dans le golfe de St-Tropez, nous n'avons droit à aucune subvention.* »

## Conclusion

La structure des Gîtes du Merle est peut-être moins multifonctionnelle que d'autres retenues, du fait qu'elle ne transforme pas sa production viticole, mais en laisse la charge à une coopérative de vignerons de la région. Cependant, les Gîtes du Merle restent un exemple d'évolutivité du secteur agrotouristique à travers le temps dans un même territoire : créée en 1923, l'entreprise est d'abord spécialisée dans le maraîchage, puis se converti à la viticulture, pour finalement exercer une activité principale d'accueil touristique au sein de ses cinq gîtes touristiques en 1983. La structure s'améliore constamment en construisant de nouveaux gîtes et en mettant à disposition des infrastructures telles qu'une piscine et un barbecue commun, lui conférant un aspect familial et convivial apprécié des visiteurs.

Par ailleurs, la structure est un membre actif de réseaux d'entreprises agricoles sur son territoire, par exemple à travers ses activités de présidence de la Fédération Régionale des Groupes d'Etudes et de développement agricoles (FRGEDA) de Provence-Alpes-Côte d'Azur, et de membre du Centre d'Etudes Technique Apicole (C.E.T.A.) de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ainsi, en animant une fédération régionale des entreprises agricoles ainsi qu'un portail d'agritourisme, elle participe à la mise en réseau et à la promotion des structures agrotouristiques sur le territoire.

Enfin, en donnant des informations sur le patrimoine culturel, traditionnel et naturel sur son site internet, l'entreprise participe au rayonnement touristique et au développement économique du territoire, et œuvre à la sensibilisation des visiteurs en leur offrant des infrastructures au milieu de la nature.

### 3. SAFRANANS



<https://fr-fr.facebook.com/safranans/>

#### 1. Structure et histoire de l'entreprise

C'est en 2015, que Safranans, jeune entreprise située à Nans-les-Pins, dans le quart sud-ouest du Var, a été créé. En 2013, l'actuelle propriétaire de Safranans était alors secrétaire et commençait à réfléchir à sa reconversion, poussée par une forte envie de changement, de retourner au grand air. Elle décide donc de quitter ses bureaux pour venir s'installer dans le domaine nanséen qui appartient sa famille, où elle commence par planter pour la première fois sur ses terres, 40 000 bulbes de *crocus sativus* en 2015. « *J'avais envie de travailler la terre mais je cherchais une activité qui ne demandait pas de manipulations de matériels trop lourds pour que je puisse m'en sortir seule, explique Christel, alors j'ai pensé au safran* ». « *Je débute, alors j'ai préféré que ma production reste à taille humaine pour ne pas être débordée* » ajoute-t-elle.

L'activité agricole réalisée par Safranans est d'une immense diversité. Si elle s'axe principalement autour de la culture de safran, elle se compose également de culture truffière, de plantes aromatiques et d'arboriculture. L'entreprise accueille également du public pour des visites pédagogiques dans l'exploitation autour de la culture safranière. La plupart de la production agricole est transformée au sein même de l'entreprise en une diversité de produits : confitures, biscuits, gelées, etc. Dans le cadre de son développement, l'entreprise a également un projet de mise en place d'une offre d'hébergement touristique.

#### 2. Production et ses spécificités

Safranans exerce une activité agricole de safran, truffes, plantes aromatiques, et arbres fruitiers (arbres à coings, mûrier sauvage, figuiers). La structure utilise cette production pour élaborer des produits transformés avec du safran ou non, ou des fruits comme des biscuits, de la gelée, de la confiture ou encore du risotto au safran, du riz au lait au safran, du sirop, du thé.

Concernant la production de safran, production principale de la structure, trois étapes doivent être absolument réalisées dans la même journée :

- La récolte

La floraison du safran s'étale sur plusieurs semaines, en moyenne 4 à 5 semaines, avec un pic où plus de 60% des fleurs apparaissent en même temps entre fin octobre et début novembre. Les bulbes d'une grande taille fleurissent les premiers, alors que les petits bulbes et les plantations tardives fleurissent plus tardivement. Les fleurs sont récoltées avant leur ouverture, tôt le matin avant l'arrivée des chaleurs du jour, afin d'éviter la fanaison des stigmates qui survient quelques heures de l'ouverture de la fleur une fois celle-ci exposée aux rayons solaires. En général, la durée de récolte ne dépasse pas 2 à 3 heures par jour. Les fleurs sont récoltées une à une à la main et sont prises à leur base entre le pouce et l'index de la main et coupées par les ongles. La récolte est ramassée dans des petits paniers rigides puis rassemblées au fur et à mesure dans un plus grand pour éviter l'entassement et la cassure des stigmates. Ce dernier est placé à l'ombre pour empêcher le dessèchement des fleurs.

La récolte du safran est physique car les cueilleurs travaillent pliés du matin au soir pendant plusieurs semaines, au ras du sol, pour ne louper aucune petite fleur mauve. De plus, ils doivent faire preuve d'une extrême vigilance quand ils manipulent les fleurs pour ne pas endommager le pistil. A noter qu'il faut entre 170 et 200 fleurs pour produire 1 gramme de safran. Conditionné entre 0,01 gramme et 10 grammes, l'or rouge sera ensuite vendu entre 5 et 70 euros sur les marchés de Noël ou auprès des professionnels de la restauration. En 2016, le kilo de safran s'échangeait entre 30 000 et 40 000 euros.

- L'émondage

Après la récolte, les fleurs sont acheminées à la maison pour l'émondage (séparation des stigmates de la fleur). Cette opération est réalisée le jour même juste après la récolte. Les précautions prises lors de la récupération des stigmates conditionnent la qualité du produit. Il faut prendre soin de couper les stigmates juste avant le style de couleur jaune qui déprécie le safran. Les pistils frais sont souples et au touchés soyeux sans odeur particulière.

- Le séchage

Une fois les stigmates isolés, ils sont séchés pour dévoiler enfin tout leur arôme. Selon les pays et les régions, le séchage est réalisé en four électrique, gaz ou bois, sur poêle à bois, en séchoir à pollen, au-dessus d'un brasero, à l'air libre, abrité ou au soleil, etc... à chacun sa méthode. Le safran aura une saveur épicée si le séchage est long ou bien safranée s'il est rapide. Les méthodes avec dégagements de fumées, exposition à la lumière ou ventilation peuvent altérer l'odeur et la qualité du produit.

Selon Christel Berrut, propriétaire de Safranans, « *la qualité, c'est la rigueur de faire avec ce que l'on a* ». Un bon produit, « *c'est un produit qui plaît aux clients, avec un bon rapport qualité/prix, c'est un produit qui donne envie d'acheter* », ajoute-t-elle.

### 3. Stratégie multifonctionnelle de l'entreprise

La propriétaire de Safranans produit uniquement de façon artisanale et met au point de nouveaux produits chaque année afin de diversifier son offre tout en mettant à l'honneur le safran de Provence. « *L'innovation, c'est essayer d'avoir un attrait auprès des clients. On a besoin de rigueur, de stabilité dans le travail. Je développe chaque année une nouvelle gamme de produits, car les clients se lassent. Dernièrement, j'ai effectué la demande pour faire passer 13 de mes produits en certification bio* », explique-t-elle.

Consciente que l'épice rouge n'est pas à la portée de tous, la productrice de Safranans a eu l'idée d'en faire des produits dérivés qu'elle vend sur son domaine. Elle cuisine donc des produits dérivés à base de safran, comme des cannelés, des financiers, des meringues, des pâtes de coin, des confitures, des sablés, etc. *« Je suis passionnée de cuisine et j'ai plein d'idées ! Alors j'ai voulu donner une autre image aux gens que celle de la paëlla ou de la bouillabaisse. Avec l'aide de ma mère, je cuisine tout maison »*. Safranans réfléchit à innover et élaborer une déclinaison cosmétique de sa production de safran, comme des crèmes, des shampoings, des masques, etc. *"C'est une épice qui a énormément de vertus. Et en plus, ça serait inédit !"*

D'autre part, la structure a mis en place une activité touristique permettant de visiter la structure et souhaiterait développer une activité hôtelière, sous forme de gîte. La propriétaire organise donc des tours de visite et de découverte du safran, des chênes truffiers, du verger de cognassier. Le groupe de visiteurs parcourt les abords des champs pour comprendre les différentes étapes de la culture du safran, et termine la visite avec une dégustation des produits maison.

Enfin, la structure est impliquée dans la protection de l'environnement à travers des activités de ramassage des déchets et l'exercice d'une agriculture de plus en plus biologique, utilisant le compost et le broyat. Safranans s'inscrit dans son territoire en participant à des foires gastronomique et du terroir.

#### 4. Réseaux et relations

Safranans vend ses produits à toutes les échelles, qu'elles soient locale, régionale, nationale ou internationale. Elle effectue de la vente directe à la ferme après dégustation des produits, mais aussi de la vente directe en dehors de l'entreprise. La structure passe également par des canaux spécialisés, notamment par des épiceries fines, des magasins biologiques, ou encore des restaurants. Sa clientèle est notamment régionale et nationale (35% et 35% respectivement), et complétée par une clientèle locale (15%) et internationale (15%), provenant notamment de Suisse, de Belgique, et d'Allemagne.

Safranans est en train de développer son site internet et sa page Facebook.

La structure collabore s'inscrit dans son territoire en coopérant avec différents acteurs, comme OdelVar ou encore les Offices de tourisme de la Provence verte, et a établi des liens avec la graphiste Magali Angot Magri'ph et les photographes Sandrine du Var est ouvert et Jessica Le Bot et avec le dessinateur Jean-Marc Rossi. Safranans coopère également avec AgribioVar, avec l'Association des safraniers de Provence, avec l'ADEAR 13 et ADEAR 83, et également avec le Parc naturel régional de la Sainte Baume. La propriétaire de Safranans a acquis ses connaissances en totale autonomie, par passion, et a également appris des autres producteurs. Elle fait également appel à une expertise externe pour effectuer l'analyse en laboratoire de ses produits, et à un agent comptable.

#### Conclusion

Si Safranans s'axe principalement autour de la culture de safran, elle s'est petit-à-petit diversifiée en prenant en compte les chênes truffiers de son territoire, les plantes aromatiques et autres arbres fruitiers. La culture de safran requiert un niveau intense de travail en une période limitée, raison pour laquelle Safranans reste à taille humaine avec une petite production. L'utilisation du

safran dans des produits dérivés cuisinés sur place comme des biscuits, permet à la structure d'avoir des revenus supplémentaires. La propriétaire de Safranans attache beaucoup d'importance à l'innovation de produits pour toujours surprendre ses visiteurs et renouveler son offre, comme dernièrement du thé vert bio avec safran.

Safranans a développé sa multifonctionnalité à travers la mise en place de services d'accueil touristique et en organisant des visites guidées afin d'ouvrir le monde de la culture de safran à des personnes extérieures. Cela lui permet d'avoir des revenus complémentaires et de faire découvrir les produits de l'entreprise lors d'une dégustation, rendant le safran plus accessible aux simples visiteurs. La propriétaire souhaiterait également ouvrir un gîte ouvert aux touristes, augmentant sa multifonctionnalité.

Enfin, bien que jeune, la structure s'inscrit dans son territoire en développant de nombreux réseaux avec des acteurs très différents, en étant en contact avec les producteurs locaux, et en participant à des événements comme des foires.