Interreg
MARITTIMO–IT FR–MARITIME
Fonds européen de développement régional
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

cap. terres

T1.1.1 - RAPPORT TERRITORIAL DE DIAGNOSTIC DES RESEAUX ET DES POSSIBILITES DE CONVERGENCES :

VAR.

T1.1.1 - RAPPORTO DI DIAGNOSI TERRITORIALE DELLE RETI E DELLE POSSIBILITÀ DI CONVERGENZA :

VAR.

Interreg
MARITTIMO–IT FR–MARITIME
Fonds européen de développement régional
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

CAP.TERRES

Capitalisation pour la vAlorisation des Producteurs locaux et des TERitoires duRablEs par des Systèmes intelligents

T1 : Renforcement des liens entre réseaux pour une mise en synergie

T1.1 : Diagnostic des réseaux et Stratégie conjointe de convergence

T1.1.1 Elaboration de grilles de diagnostic pour la collecte de données

Le projet CapTerres prévoit de créer des synergies territoriales et de construire un “réseau des réseaux” pour diffuser et transmettre les résultats de certains projets à capitaliser.
En particulier, ART2 et FRINET qui ont identifié des réseaux d'entreprises, F&W Market Place, Mare di Agrumi, Prometea, Terragir 3, Vivimed, et éventuellement d’autres pour leur approche par les réseaux et le travail réalisé avec les acteurs économiques locaux répondant aux besoins spécifiques des entreprises et des territoires en matière d'accès à l’offre de produits et de services. Ces projets ont permis l'expérimentation d'approches informatives et formatives basées sur des tutoriels et des ateliers territoriaux pour accompagner le secteur du tourisme durable dans une perspective d’amélioration du niveau qualitatif de l’offre et de l’organisation de sa commercialisation dans le cadre de la mise en œuvre d’activités et d’événements d'animation, de rencontres et d'échanges. Des projets plus récents du troisième et du quatrième Appels du programme, comme In Agro et CambioVia, dans lesquels divers partenaires de Cap.Terres sont impliqués, pourront être aussi sollicités dans les différentes activités du projet.

Cette synergie portera sur les connaissances acquises, sur les besoins identifiés des entreprises des secteurs prioritaires transfrontaliers liés à la croissance bleue et verte, sur la mise en œuvre d'actions de capitalisation en faveur des entreprises et des territoires et sur la mise en réseau des outils numériques et l'élargissement de l'attractivité des territoires. Le projet comprend des activités de formation, la participation à des événements communs, pouvant être également réalisés à travers des outils numériques qui garantissent la visibilité et la valorisation de l'offre et du réseau.
Les différentes expériences se complètent pour aboutir à une synergie et à une valorisation du système “production-entreprise-territoire”.

La composante T1 comprend les actions générales suivantes :

1) Identification descriptive des activités développées dans les projets à capitaliser afin d'élaborer un plan stratégique commun qui définit :

- tous sujets ou thèmes sur lesquels développer des formations à destination des entreprises ou réseaux d'entreprises appartenant à Cap.Terres ;

- un plan d'actions conjoint physiques et multimédias pour la promotion et la valorisation des opportunités territoriales (calendrier des événements).

Afin d'organiser l'activité décrite ci-dessus, un schéma simplifié est proposé que chaque partenaire doit renseigner pour permettre une vue d'ensemble des actions proposées, utiles pour la définition d'un plan stratégique tel que susmentionné.

Cette grille peut être utilisée pour chaque projet pour lequel le partenaire désire développer une capitalisation à partir de son territoire.

1) Partenaire du projet Food and Wine Marketplace et territoire de références : Corse, Var, Toscana, Sardegna, Liguria

2) Brève description du projet à capitaliser : Le projet F&W marketplace s'adresse à tous les acteurs du secteur agro-alimentaire de l'espace de coopération Marittimo.
Il se décline sur 2 volets :

- Marketplace numérique 100% gratuite

Elle fonctionne comme un réseau social :

- présentation du profil
- postage des annonces (produits)
- contact avec le prospect et négociation

- Les événements business

Des marchés de producteurs ont été organisés sur tous les territoires partenaires pour faire la promotion de la plateforme et des produits typiques de la zone de coopération. Les frais de transfert, d'hébergement et l'espace d'exposition ont été financés par les fonds du projet.

a) Thèmes traités avec une attention particulière sur les nouvelles formes de tourisme, identitaire, expérientiel et durable ;

L'attention était particulièrement tournée vers la création de la plateforme numérique pour augmenter la visibilité des producteurs locaux mais également pour faire découvrir les territoires partenaires.
Ainsi, le tourisme agro-alimentaire était ciblé en améliorant la visibilité des produits transfrontaliers, et en promouvant les produits locaux. Comment ? en accompagnant les producteurs et petites entreprises sur les territoires ciblés, (12 évènements au total) et en les mettant en contact à travers la plateforme numérique mais aussi lors des déplacements.

b) Problèmes rencontrés et traités dans le projet :

Concernant les activités de compétence de la CCIVAR, à savoir l'accompagnement des producteurs locaux sur des foires et salons dans le Var, Corse et en Italie, nous n'avons pas rencontré de problèmes. Bien au contraire, le projet a suscité grand enthousiasme et participation dans le secteur ciblé.

C) Résultats obtenus ;

Près de 150 entreprises ont été informées de la démarche, 80 ont assistées en présentiel aux réunions d'information, au moins 50 entreprises ont été accompagnées sur des foires et salons en Italie, dans le Var et en Corse.

De plus, nous avons organisé 2 rencontres BtoB qui ont comptabilisé près de 80

participants à chaque session.

Le projet a été un grand succès, il a permis aux entreprises de l'agroalimentaire de rentrer en contact entre elles et créer des synergies producteurs/ distributeur.

Des accords transfrontaliers ont été conclus entre entreprises italiennes et françaises.

3) Brève description de toutes les plateformes numériques développées pour la promotion et la vente en ligne (commerce électronique, vitrine multimédia, etc.), y compris des informations techniques sur le fonctionnement des outils développés :

La plateforme est la suivante :
https://www.fw-marketplace.com

Cette plateforme répertorie un grand nombre de produits locaux. Les producteurs sont présentés, ainsi que les différentes régions. Il est donc possible de chercher un produit par territoire ou par producteur. Le site est disponible en plusieurs langues (anglais, français et italien) ce qui facilite son utilisation. Enfin et surtout, il est possible d'acheter en ligne les produits de différentes entreprises et régions.

4) Indiquer s'il existe des réseaux d'entreprises et/ou des entreprises individuelles impliquées dans le projet à capitaliser ; décrire les réseaux d'affaires impliqués ou à impliquer

Il est possible de capitaliser sur l'ensemble des entreprises du projet et ainsi relancer leurs activités, qui au vu de la crise sanitaire, ont dû beaucoup en pâtir depuis la fin du projet F&W Market Place.
CCI VAR a le fichier de toutes les entreprises qui ont bénéficié au dispositif et pourra le réactiver facilement au besoin.

5) Faire une proposition de calendrier d'événements/ateliers (œnogastronomiques, culturels, folkloriques, etc.) en lien avec les thèmes abordés à enrichir par des activités en présentiel et en ligne

Le département du Var regorge d'événements liés à la gastronomie locale et d'excellence. Nous proposons ci-après une liste non exhaustive de **foires et salons** qui pourraient accueillir les entreprises de l'agroalimentaire.

- Salon des vins et du chocolat et de la Gastronomie à Toulon (1-2-3 novembre 2021) et (le 4-5-6 mars 2022)
- Salon des Vins et de la Gastronomie (du 11 au 14 novembre 2021)
- La fête de la figue à Solliès,

- La fête de l'olive à Ollioules, (octobre 2022)
- La fête du miel aux Arcs sur Argens,
- La fête de la châtaigne à Collobrières
- La fête du Coing à Cotignac
- Le salon Gourmand au Pradet
- Bacchus, à Toulon (mars)
- Salon des vignerons et de la Gastronomie à Sainte-Maxime (mars)
- Balades Gourmandes des Côtes de Provence Pierrefeu (mai)
- Just' Rosé à Sanary-sur-Mer (mai)
- Fête de la Saint-Eloi au Beausset (juillet)
- Journée Rose de Provence à Sainte-Maxime (juillet)
- Art et vin dans les caves et domaines viticoles (juillet – août)
- Fête du raisin à Fréjus (août)
- Salon au tour du vin à Draguignan (octobre)
- Fête du Vin Nouveau à Taradeau (novembre)
- Truffe & You à Grimaud (Février 2022)
- Marché du vin & de la gastronomie le 13 et 14 novembre 2021 sur le port de Brusc.
- La fête de la bière à Rocbaron en septembre
- Bière en Seyne (craft beerfeste sur mer), la dernière édition était en avril

Comme lors de la première édition, il nous parait essentiel d'organiser également un **événement BtoB** pour mettre en relation agriculteur et producteur du territoire de coopération.

Selon le budget à disposition, il serait possible d'organiser un **évènement autour du tourisme viticole** mêlant activités culturelles, touristiques, gastronomique, œnologique et découverte du territoire, en octobre.

6) Faire une proposition de participation à des événements nationaux et internationaux jugés intéressants pour les entreprises ou réseaux d'entreprises participant au projet

- Le salon international de l'agriculture qui pour l'occasion présente le plus grand marché de France des produits du terroir (du 26 février au 6 mars 2022 à Porte de Versailles).
- TuttoFood en Italie (Milan) en octobre ou mai généralement. L'un des plus importants salons internationaux de l'alimentation
- Vinitaly à Vérone en mars généralement

- Fico Bologna (expo fixe)

- Planète bière à Paris en Octobre ou encore le fameux Oktoberfest (Munich) en octobre « également
- BXL Beer Fest : des brasseries indépendantes présentent des bières artisanales de qualité. Les meilleures brasseries belges y côtoient des brasseries venues du monde entier. 50 brasseries originaires d'une dizaine de pays ; (aout)
- Le Wanderlust Craft Beer Festival, organisé par la brasserie Brussels Beer Project et est basée dans le centre de Bruxelles. Ce festival réuni une quinzaine de brasseries venant d'Europe, des Etats Unis et d'Asie ; (septembre)
- ZYTHOS BIER FESTIVAL qui se déroule généralement au Brabanthal de Louvain (mois d'avril) ;
- Le festival Namur capitale de la bière connaît un succès grandissant et il est organisé plusieurs fois par an.

7) Faire des propositions de formations éventuelles en indiquant les sujets ou thèmes sur lesquels développer l'activité

Il serait intéressant de travailler sur le développement des relations transfrontalières dans la gastronomie et le vin, notamment à travers le numérique et les échanges bienveillants. Les producteurs locaux ne sont pas encore tous au fait des nouvelles technologies, il faudrait les encourager à leur utilisation quotidienne afin de les aider à se développer mais aussi à interagir et travailler avec ses voisins transfrontaliers.
Les former et les conseiller à l'export ainsi qu'à présenter ses produits locaux à plus garde échelle nous semble l'enjeux majeur de ce projet pour relancer la filière après la crise sanitaire du Covid.

8) Autres considerations

……..