



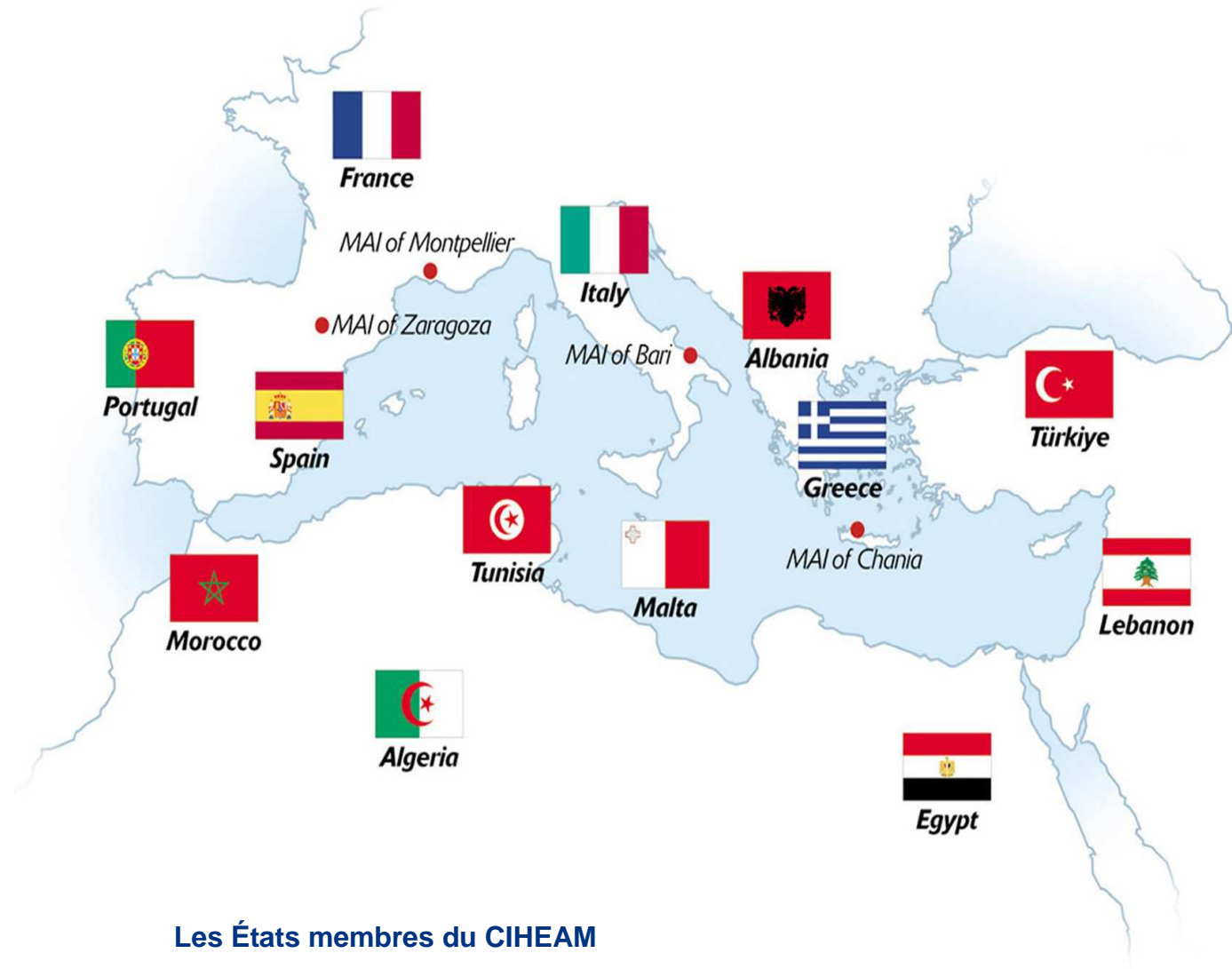
**3 ème forum International « Planète Terroirs »
Chefchaouen 31 mai-2 juin 2010**

**Atelier F : Quels enseignements tirer des expériences associant
recherche, formation et développement.**



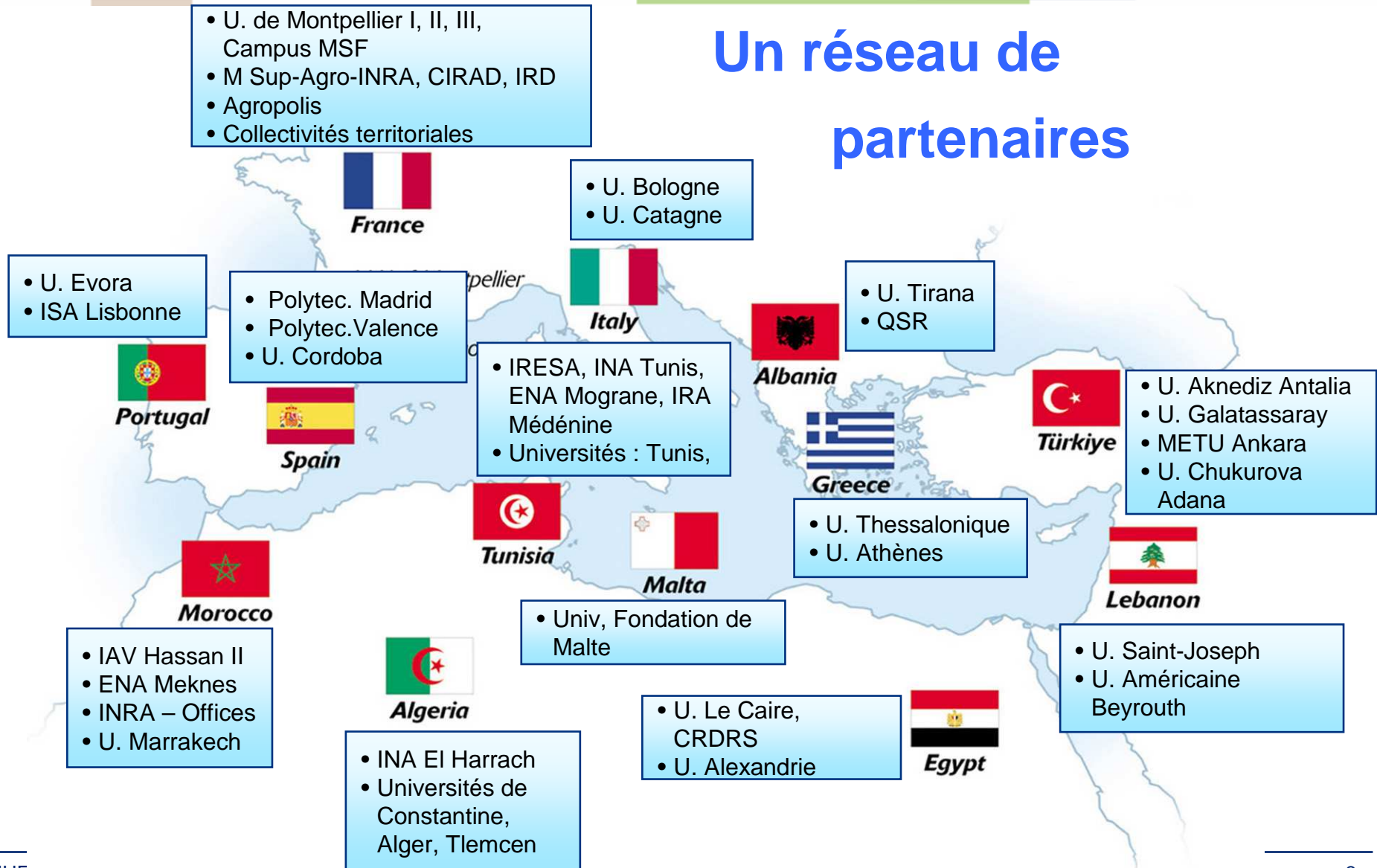
Vincent Dollé, CIHEAM/IAM de Montpellier,

Une volonté méditerranéenne



Les États membres du CIHEAM

Un réseau de partenaires



Quelques spécificités de l'approche terroirs ; une obligatoire transversalité

Transversalité entre les disciplines.

Spectre d'objectifs larges

Instruments multiples de différents disciplines

Impacts des initiatives de valorisation difficilement mesurables

Travaux en réseaux

- Identifier, recenser, analyser les expériences,
- Proposer un cadre d'analyse, de lecture
- En tirer les points communs, les différences, l'exemplarité,
- Déterminer les facteurs qui favorisent l'émergence et la consolidation des dynamiques de développement des terroirs



Un cadre d'analyse commun



Analyse de dynamiques de 6 terroirs : Aubrac (France), Chefchaouen (Maroc), Montmirail (France), Derven (Albanie), Parnoma (Grèce), Valloire (France).
T&C/M.Sup.Agro/IAMM en 2009.

Les éléments de la grille d'analyse :

Les produits :

- . un seul, plusieurs, ancien produit revitalisé, relancé

Le marché

- . Artisanal, industriel, tissu de PME
- . Organisation associatives,
- . Coopération international.
- . Dispositifs de régulation, éléments de politique

Les spécificités

- . Homogénéité, renommée, conflits, menaces

Délimitation

- . Administrative, Géologique, Orographique...



Quelques points communs

Dynamique de développement des terroirs :



Mobilisation de ressources locales (humaines + naturelles)



Construction collective



Temps, durée : pour élaborer les consensus, pour construire les normes, faire éventuellement reconnaître, enregistrer.

Activité touristique associée.

Circuits

- Longs : local → extérieur – à construire
- Vente directe = un appoint ou un début



Des facteurs favorisant l'émergence



Motivation :

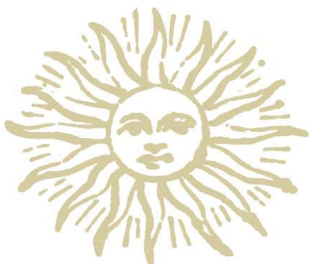
- dynamisme local
- Différentiation du produit pour exister dans la concurrence (compétitivité hors prix, rente)

Dynamique locale forte, volontarisme entretenu

Contrôle du produit et de l'usage du nom

Certification, labels..

Localiser la fabrication, la transformation, conserver la VA sur le territoire, **créer des emplois et des revenus dans les terroirs**



Des facteurs favorisant l'émergence



Terroir lieu de connexion : réseau de réseaux, rencontres d'acteurs insérés dans dynamique recherche-formation-développement



Territoire ouvert

Dynamique collective

- Professionnelle : un produit
- Politique : terroir



Collaboration Profession(s) – Administration - Pouvoirs publics – Recherche – « Militants » locaux

Contractualisation

Dynamique institutionnelle locale : Une structure « holding » : Parc Naturel Régional? Une communauté de communes?

Réputation



Des facteurs favorisant l'émergence

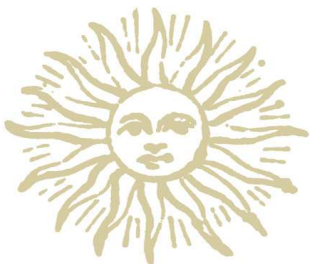


Actif paysager : doit être renforcé

- *Projet : Charte, CDC,*
- *Institution*
- *Normes*

Cadre juridique et institutionnel : Références à des normes, référentiels, plus généraux (réglementation, codex, chartes privées professionnelles)

Aide des experts ou des scientifiques, échanges d'expériences, coopération internationale



Questions futures pour l'avenir?



Quels cheminements?, progression : comment se construit le terroir,

Comment se forment les démarches d'intelligence collective associant recherche, formation, partenaires locaux,

Comment se transmettent les savoir faire locaux, quels processus d'apprentissages

Comment sont prises en compte les dynamiques sociales,

Construction du produit, du terroir, de la réputation

Rôle des politiques publiques (locales, nationales)

Dynamiques d'accompagnement, capital humain? financements?



Pour les dynamiques déjà avancées, de nouvelles questions :

Tourisme : ressource ou danger?

Consensus, exclusion, construction, coût de sortie

Produits des terroirs, valeurs ajoutée, grande distribution ou circuits courts?



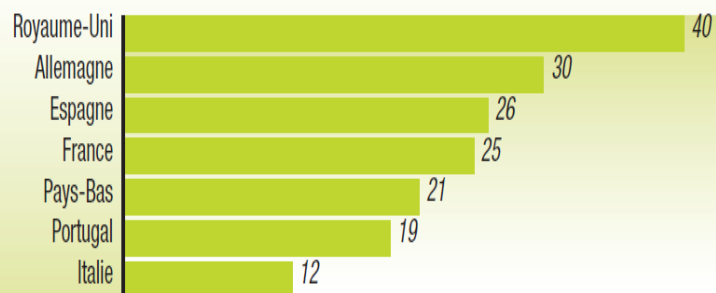
Mise en marché

des produits du terroir

quelques éléments récents

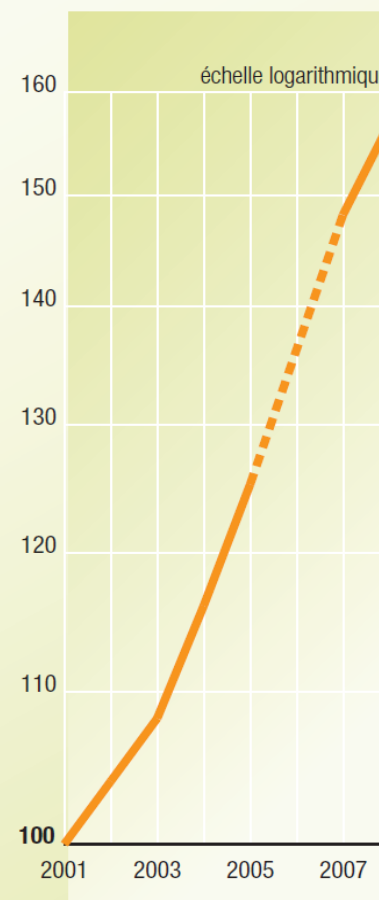
LES PRODUITS À MARQUE DU DISTRIBUTEUR, 2007

Parts de marché (% du total des ventes)



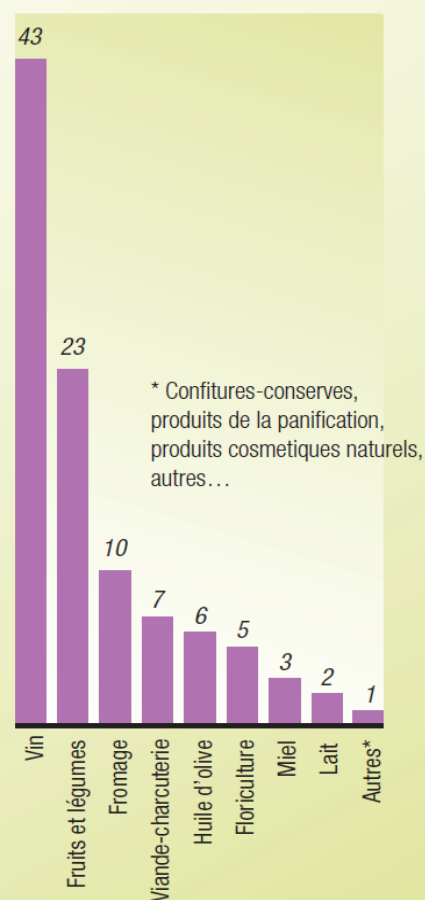
Source : Planet Retail, AC Nielsen.

Évolution des exploitations agricoles avec vente directe en Italie, 2001-2008 (base 100 en 2001)



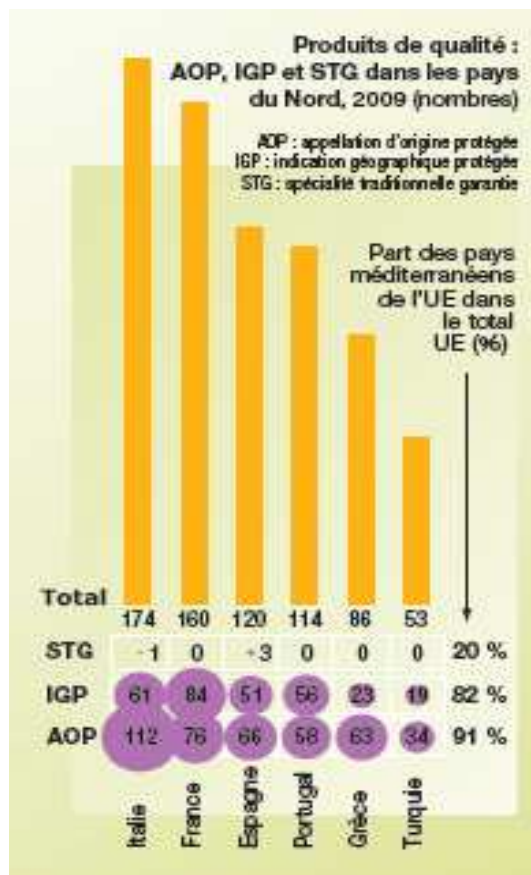
Source : AGRI 2000, Osservatorio Internazionale sulla vendita diretta 2008.

Part de la valeur ajoutée par produit dans la valeur des ventes directes en Italie 2008 (en %)



Produits du terroirs, évolution du marché au nord de la méditerranée.

Source Mediterra Atlas 2010 CIHEAM/SciencesPo.



AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET PRODUITS DE QUALITÉ

