

Nom du Projet : La route des savoir-faire du Trièves Communauté de communes du Trièves

Contexte et objectifs du projet

Les commissions économie – agriculture, tourisme et culture de la CCT ont souhaité travailler sur un projet de Route des savoir-faire. Ce projet, davantage qu'un simple itinéraire de découverte, entend mettre en réseau solidaire les agriculteurs, les artisans, les entreprises et les acteurs culturels prêts à organiser sur leurs sites l'accueil des visiteurs autour de la mise en valeur de leur savoir-faire.

Ce nouvel outil de valorisation du patrimoine triévois a pour but de faire découvrir l'identité du territoire à travers ses savoir-faire spécifiques.

En construisant des solidarités entre agriculteurs, artisans, entreprises culturelles, cette formule constitue un outil de développement territorial en même temps qu'un moyen original de communication touristique. L'expérience montre qu'il existe un réel effet d'entraînement d'une fédération des acteurs sur le plan de la fréquentation des établissements. La notoriété de certains établissements concourant à la promotion d'activités moins connues et la diversité de l'offre, améliorent l'attractivité globale du territoire.

Le projet prévoit la création d'outils de promotion et de communication (dépliants, affiches, sets de table, présentoirs, logo spécifique, étiquettes, outils numériques dédiés). L'objectif de ces outils est de capter la clientèle touristique de séjour, mais également de proximité (Grenoble, Vif, etc.), public important en Trièves, afin de développer les retombées économiques de chaque membre de la Route par la vente directe.

Ce projet répond bien à un besoin identifié sur le territoire de visibilité pour les producteurs et artisans, qui manquent individuellement de visibilité. Il répond également à un besoin identifié pour les touristes qui sont à la recherche d'offres combinées et recherchent de la diversité (visite d'une ferme, d'un atelier puis d'un site culturel) ; il va donc dans le sens d'une diversification touristique du territoire.

Concernant la viabilité du projet, une phase de prospection a été engagée en 2016 et un fichier de prospects constitué (69 sites agricoles principalement issus de la plaquette des producteurs locaux du Trièves, qui font de la vente directe, 68 sites artisanaux et 6 sites culturels recensés). Les rendez-vous sur site avec les membres potentiels pouvant intégrer la route de savoir-faire se sont multipliés depuis permettant de voir si ce projet répond réellement à un besoin des acteurs du territoire. Aujourd'hui, 14 sites agricoles, 14 sites artisanaux et 5 sites culturels sont partants pour intégrer la route des savoir-faire dès la 1^{ère} année, dont le lancement est prévu pour avril 2018. Ce produit est amené à se renouveler chaque année (mise à jour du dépliant : membres, jours et horaires d'ouverture, textes, photos, ...)

Fiche Action n°1 :

Indicateurs de réalisation de l'action



La route des savoir faire

Éléments sur les aspects innovants du projet

Ce projet est nouveau pour le territoire du Trièves. Aucun produit de ce type n'existe actuellement. Les producteurs et artisans faisant de l'accueil de visiteurs n'étaient pas structurés au sein d'un même réseau. Le renvoi de clientèle entre différents sites se faisait mais à très petite échelle (connaissances alentours). La méthode utilisée est également intéressante. La faisabilité du projet a été testée auparavant auprès des acteurs du territoire pour voir si ce projet répond réellement à un besoin de leur côté. Au vu du nombre de retours positifs, on se rend compte que ce projet répond à un réel besoin des acteurs de ce territoire (besoin de visibilité supplémentaire de ces petites structures, besoin d'apprendre à mieux se connaître entre eux, besoin de se structurer au sein d'un réseau, besoin de développer la vente directe, besoin de communiquer sur leur savoir-faire, etc.)

Elément sur l'impact territorial du projet

Impacts économiques : ce projet va permettre à un certain nombre d'agriculteurs, d'artisans et même de sites culturels d'augmenter leur visibilité et donc leurs débouchés économiques.

Impacts sociaux : en construisant des solidarités entre agriculteurs, artisans, entreprises culturelles, cette formule originale constitue un outil de développement territorial en même temps qu'un moyen original de communication touristique. Ce projet, davantage qu'un simple itinéraire de découverte, entend mettre en réseau solidaire les agriculteurs, artisans, entreprises et acteurs culturels prêts à organiser sur leurs sites l'accueil des visiteurs autour de la mise en valeur de leurs savoir-faire. Il permettra la mise en réseau d'acteurs partageant la même passion.

Impacts environnementaux : ce projet permettra de développer encore plus les courts circuits sur le Trièves. Aujourd'hui, 43% des exploitations du Trièves vendent au moins un produit en circuit court (= vente directe au consommateur et/ou vente à un seul intermédiaire), contre 27% en Isère. Pour 48 % de ces exploitations, la vente en circuits courts représente plus de 75 % de leur chiffre d'affaires. Il permettra également de faire connaître encore davantage la filière bio du Trièves dont de nombreux agriculteurs, qui vont intégrer la Route des savoir-faire, font partie. Aujourd'hui dans le Trièves, 60 exploitations pratiquent l'agriculture biologique, soit plus de 26% des exploitations du territoire (contre seulement 7% des exploitations en Isère, 8% en Auvergne Rhône Alpes et 7% en France). Et 3 885 ha sont concernés par ce mode de production, soit plus de 24% de la SAU du Trièves (contre seulement 6% de la SAU en Isère, 7% en Auvergne Rhône Alpes et 5% en France – chiffres chambre d'agriculture et ADABio 2015)

Éléments sur le partenariat et la gouvernance

Ce projet est, depuis le départ, travaillé en partenariat avec la Fabrique du Trièves. Cette association collégiale, née en 2011, regroupe des artisans d'art et des producteurs locaux. Son but est de valoriser et de promouvoir la création en développant des activités sur le territoire. Elle se compose d'une dizaine d'associés qui proposent une large gamme de produits (chocolat, création de vêtements, alcools, poterie, miel, bijoux, jus, accessoires, bières, maroquinerie, mobilier, etc.). Elle tient une boutique place de la halle à Mens. Elle relaie et fait la promotion du projet auprès des membres de l'association, mais également auprès des producteurs et artisans de leur connaissance.

Cohérence du projet avec la fiche action n°1 et la stratégie

Ce projet permet à de petits producteurs et artisans d'avoir une visibilité qu'ils ne pourraient pas avoir de façon individuelle, ce qui va leur permettre de toucher de nouveaux clients (touristes). Ce sera pour eux une réelle opportunité de développement économique de leur activité (nouveaux débouchés pour la commercialisation de leurs produits).

Le projet répond aux objectifs de :

- la fiche action 1 : démarquer le territoire par ses avantages distinctifs et améliorer sa notoriété (orientation stratégique)
- la sous action n°2 : mise en place d'un plan d'actions pour valoriser les ressources et promouvoir le territoire (s'inscrire dans une démarche de vitrine économique du territoire, valoriser économiquement les ressources du territoire, créer et développer des activités économiques basées sur les ressources du territoire.

Plan de Financement

Taux d'aide publique appliquée : **80 %**

Règlement d'aide d'état appliqué **OUI** ~~NON~~
(règlement des minimis pour les entreprises TPE/PME)

Dépenses

Type dépenses	Montant des dépenses
Montage et animation du projet sur 18 mois	39 132 €
Création d'outils de communication (mission photo, infographie, création d'un logo, site internet dédié, appli Smartphone, édition de dépliants, sets de table, affiches et présentoirs)	40 000 €
Total	79 312 €

Recettes

Type dépenses	Montant des dépenses
Auto financement	28 552,32 €
FEADER	50 759,68 €
Total	79 312 €