



L'ASSIETTE DE PAYS®

Porteur du projet : Association des Fédérations des Pays Touristiques INTERPAT (marque déposée à l'INPI)

Développeur régional : Fédération Régionale des Pays Touristiques Languedoc Roussillon

Thématique : Valorisation des productions locales en zones rurales

L'Historique

1997 : Lancement des Assiettes de Pays par la Fédération régionale des Pays d'Accueil Touristiques Centre.

2000 : Prix des vacances en France décerné à la Région Centre et Bourgogne

2001/2002 : Etendue de l'Assiette de Pays à diverses régions françaises (Normandie, Aquitaine, Languedoc Roussillon...).

2004/2005 : Extension de la démarche Assiette de Pays sur une partie des zones rurales héraultaises - Mise en place d'une formation/action pour accompagner et mettre en réseau les professionnels du milieu agricole et de la restauration.

2006 : Mise en œuvre de l'Assiette de Pays sur le Pays Touristique Corbières-Minervois..

La qualification

Les finalités

- Développer le chiffre d'affaire des restaurateurs et des producteurs*.
- Valoriser les productions locales, tout en dynamisant si possible la restauration rurale.
- Sensibiliser les producteurs (fermiers) et restaurateurs à un travail en commun pour un partenariat local pérenne.

* création de nouveaux débouchés dans les domaines de la commercialisation et de l'agritourisme

Les objectifs

- Créer un renforcement des liens producteurs et restaurateurs en développant une (autre) forme de restauration identitaire et de qualité.
- Développer la consommation des produits locaux par les restaurateurs et les clientèles.

La méthode d'approche

Producteurs : *une autre manière de parler de ses produits et de se faire connaître ...*

- ...sur les marchés ou sur l'exploitation en communiquant sur l'opération (qualité et spécificités du produit qui se retrouve sur des bonnes tables locales).

une représentation originale de sa production au sein des restaurants...

- ...sur porte-menu extérieur, sur une ardoise spécifique, dans la carte et menu,



- ...dans un espace vitrine consacré à la valorisation des productions locales,
- ...lors du service de l'Assiette de Pays en question.

un moyen d'approfondir son tissu relationnel ...

- ...élargissement de ses contacts et amélioration des ventes auprès des restaurateurs,
- ... renforcement ou création de nouveaux débouchés dans l'agritourisme (renvoi des clientèles des restaurants sur l'exploitation).

une démarche de réseau et une volonté participative accompagnée...

- ... un plan d'actions stratégiques spécifique et ciblé sur la promotion et la communication.

Transformateurs : une réponse aux attentes de la clientèle en quête ...

- ... d'une forme de restauration originale (plat unique complet accompagné d'une boisson locale servie au verre) différente des formules standards habituelles,
- ... de découverte ou redécouverte des produits locaux véhiculant les saveurs authentiques,
- ... de garantie sur la prestation proposée (origine des produits locaux),
- ...de renseignements et d'informations touristiques sur le territoire.

une prestation culinaire créative adaptée à l'établissement et à la clientèle...

- ...libre composition des plats selon envies et compétences du chef cuisinier (assiette salée, sucrée, mixte, assiette ludique: tapas du terroir...),
- ...accueil spécifique envisageable réservé aux enfants avec une assiette adaptée.

une opération enrichissante et valorisante sur tous les plans...

- ...une signalétique commune aux professionnels (plaque métal millésimée au logo Assiette de Pays, charte Assiette de Pays, ardoise...),
- ...un plan d'actions stratégiques identique à l'ensemble des participants,
- ...connaissance de nouveaux fournisseurs au sein du territoire et élargissement du réseau des professionnels (émulation commerciale),
- ...un produit d'appel relativement attractif permettant de vendre des prestations culinaires plus complètes.

Les intérêts des différents partenaires institutionnels

FRPAT

- Une opération fédératrice d'acteurs sur les territoires qui nécessite, pour son développement avenir et sa pérennité, l'implication de nombreux partenaires du monde touristique (Pays, collectivités locales...) et agricole (filières...).
- Une démarche, transférable et adaptable sur l'ensemble des territoires régionaux, séduisante aux yeux des politiques.

Pays Touristique

/maître d'ouvrage territorial



- Une action de promotion indirecte du territoire visible par les acteurs donnant satisfaction à l'élu qui trouve, au travers de la "structure" porteuse du projet, une forme de reconnaissance.

CCI

- Une démarche permettant aux relais CCI de visiter leurs ressortissants dans un contexte différent et de vérifier la conformité des établissements (normes d'hygiène et de sécurité).

CDT

- Un outil qui permet à l'instance départementale d'avoir une vision d'ensemble, un esprit critique et de prodiguer des conseils sur les actions territoriales engagées en fonction des orientations touristiques du schéma.

Chambre d'agriculture

- Une action instaurant un partenariat élargi avec les territoires impliqués et sa tête de réseau, opportunité supplémentaire pour le consulaire de tisser un ancrage transversal.
- Un moyen, lors du passage des commissions locales d'agrément, de prodiguer des conseils directs aux restaurateurs sur les produits locaux qu'ils souhaitent travailler pour l'Assiette de Pays (contact et localisation de producteurs...).

Le produit Assiette de Pays

Une marque liée au produit pour une politique sécurisante

L'Assiette de Pays® est une formule de restauration typée qui cherche à promouvoir différemment les produits locaux, valoriser les savoir-faire culinaires et identitaires et ainsi dévoiler l'authenticité des saveurs des terroirs visités.

L'assiette de Pays, toujours accompagnée d'une boisson locale servie au verre respecte la saisonnalité des produits. En cas de non disponibilité d'un ou des produits, le restaurateur, sous condition d'en informer le client et le Pays, peut faire évoluer la prestation culinaire afin de ne pas déroger au concept Assiette de Pays (service du printemps à l'automne).

La charte de qualité Assiette de Pays®

C'est donc :

- 1. la complicité entre producteurs et restaurateurs pour une cuisine de pays.**
Un travail commun entre professionnels du monde agricole et de la restauration pour une cuisine locale et traditionnelle.
- 2. l'image d'un pays, à travers ses saveurs et son patrimoine.**
Des créations culinaires, accompagnées d'un verre de vin ou d'une autre boisson locale, valorisant les goûts et arômes des produits de nos terroirs.
- 3. l'évolution d'une Assiette au fil des saisons.**
Des mets élaborés avec des produits différents au gré du temps et de la disponibilité.
- 4. la garantie de l'origine et de la qualité des produits.**
Un engagement du restaurateur à fournir des produits dont il peut préciser l'origine.
- 5. la valorisation du terroir et des productions locales.**
L'incitation à la découverte de notre pays au travers de nos restaurants et de rencontres avec les producteurs.



Les règles du jeu (engagement, contrôle, moyens de pression si non respect...)

Engagements :

- Signature de la convention tri-partite Assiette de Pays entre exploitant/gérant - structure de développement touristique local et la FRPAT.
- Signature de la charte annexée à la convention.

Validation, sélection et radiation des professionnels :

Sélection - La sensibilisation des professionnels est effectuée par les agents de développement des territoires concernés par l'Assiette de Pays selon les critères ci-dessous et validée par le Comité de Pilotage :

1- Format des restaurants (barrière à fixer pour la garantie d'une certaine qualité)

Il est impératif d'avoir des critères de sélection, car la pratique "du tout venant" risquerait de déstabiliser le client en attente justifiée d'une certaine normalisation ou d'une identité homogène vis à vis d'une marque nationale.

D'une manière générale (sauf exception) élimination des établissements gastronomiques (cf : Cuisineries Gourmandes) travaillant déjà, du fait de leur positionnement, les produits régionaux ; l'Assiette de Pays® risque d'être perçue comme une prestation redondante ou parasite à leur(s) offre(s) (cf : Menus du marché...).

Le démarchage doit davantage s'orienter vers :

- la restauration traditionnelle (qui a besoin d'un coup de pouce pour se relancer),
- les établissements qui travaillent déjà avec les producteurs locaux (garantie quasi certaine du respect du cahier des charges, de la charte de qualité et de la convention),
- les restaurants possédant une marque de qualité d'accueil (Restaurateurs de France¹, Qualité Hérault, Pays Cathare...) offrant un cadre traditionnel soigné ou typique.
- les cafés qui se lancent (ou qui le souhaitent) dans la démarche Cafés de Pays®.

La participation des fermes auberges et tables d'hôtes ou commerces (boucheries-charcuteries, salons de thé...) proposant une partie restauration est examinée au cas par cas et validée par le Comité de Pilotage.

2- Format des producteurs

Selon les critères précisés dans le cahier des charges, le privilège et la sensibilité sont donnés aux producteurs offrant :

- un signe de qualité (AOC, IGP, Label Rouge, AB...),
- une démarche d'accueil sur l'exploitation (Bienvenue à la Ferme, Accueil Paysan), afin de maximiser les renvois clientèle du restaurant au lieu de production, l'intérêt de la démarche étant la découverte d'un terroir et l'achat in situ des produits consommés dans l'établissement. Le producteur devient le prescripteur et fait en sorte que le client devienne encore plus captif.

¹ seul label reconnu par le Ministère du Tourisme qui offre l'assurance d'un contrôle...et une économie financière dans les audits à réaliser...

- **Commission locale d'agrément**

Création en 2005 d'une commission locale d'agrément dont le but est de sanctionner l'offre. Elle est représentée par la FRPAT, les techniciens territoriaux, ainsi qu'un relais des Chambres de commerce et/ou d'Agriculture qui ont pour mission de visiter les nouveaux établissements de restauration souhaitant intégrer la démarche Assiette de Pays. Ceux-ci doivent présenter à la commission la prestation Assiette de Pays telle qu'elle sera élaborée en saison.

Une grille d'évaluation (selon motivations des professionnels et respect du cahier des charges) pour les restaurateurs et un tableau de renseignements (techniques de production, mode d'exploitation, possibilité de livraison, possession d'un lieu de vente...) pour les producteurs ont été établis. Ils font l'objet d'une validation par le Comité de Pilotage local avant de les remettre aux professionnels concernés.

Suivi - Validation

- **Comité de pilotage**

Local (comité de suivi)

Constitué prioritairement des professionnels agricoles et de la restauration du réseau ainsi que des techniciens de la FRPAT et des territoires opérant sur l'Assiette de Pays®, cet organe informel est compétent en matière d'élaboration et de validation du plan d'actions annuel (stratégies de promotion, de communication...) et de représentation des valeurs de l'opération (aval sur les recrutements potentiels et les radiations éventuelles).

Régional (comité de labellisation)

Présentation des candidatures territoriales et des radiations éventuelles au printemps et à l'automne auprès de l'ensemble des instances départementales (CG et CDT) et régionales (CRT, DRAF), des consulaires et interconsulaires (CCI, CA), des centres de formation (CFA), des CIVAM, de la FRPAT, des techniciens territoriaux, dont la mission est d'avaliser avant saison les participants à la démarche et de faire le bilan annuel (automne) de l'opération.

Contrôles - La protection de l'image et la crédibilité du projet

- **Avals**

1. **Restaurateurs**

* Passage de la commission locale d'agrément (FRPAT/CCI/CA/Pays) qui renforce l'assurance de la qualité de la prestation culinaire et l'implication du professionnel dans la démarche.

* Validation des projets d'assiettes par le comité de pilotage de l'Assiette de Pays.

2. **Producteurs**

* Vérification par la chambre d'agriculture des informations concernant les producteurs.

* Visite éventuelle de l'exploitation par la commission locale d'agrément ou la Chambre d'Agriculture pour connaître et s'assurer de la qualité de l'environnement, du respect des normes d'hygiène, des techniques et modes de production utilisées...

- **Inopinés**



Audits mystères effectués, si possible dans chaque restaurant au cours de la saison, par des personnes mandatées par le Pays sous couvert de la FRPAT Languedoc Roussillon. La grille d'audit est élaborée par la FRPAT LR en partenariat avec le maître d'ouvrage territorial ; elle est susceptible d'évolution et de modification.

Un bilan individuel et collectif est mis en œuvre par la FRPAT. Une restitution auprès de chaque restaurateur faisant mention des points à améliorer est opérée par la FRPAT et le Pays. Si nécessaire, un second contrôle déterminant pour le maintien du professionnel dans le réseau sera réalisé.

Radiation - *Prononcée par le Comité de Pilotage et annoncée par la FRPAT*

1. Restaurateurs

En cas de :

- manquement strict au cahier des charges (non respect des critères obligatoires, tels que l'utilisation des produits du terroir dans la confection de l'Assiette, non valorisation des productions locales au sein du restaurant...),
- non amélioration dans les délais impartis des points critiques signalés lors du contrôle,

le restaurateur en question sera (après accord du Comité de Pilotage) destinataire d'une lettre commandée avec AR mentionnant sa radiation à la démarche Assiette de Pays®.

2. Producteurs

En parallèle, en cas de :

- remarques négatives et plaintes successives des restaurateurs quant à la qualité du produit
- non respect des données commerciales dénoncées par les professionnels de la restauration

le restaurateur, conseillé si besoin par le Comité de Pilotage, pourra de son propre chef entamer des relations avec un autre agriculteur.

Les outils d'évaluation

Niveau interrégional

Comité de l'Assiette de Pays regroupant les diverses Fédérations Régionales ainsi que les Pays touristiques non structurés impliqués dans l'opération dans le but d'établir le bilan annuel des opérations Assiettes de Pays régionales et de réfléchir sur les évolutions possibles pour la pérennité et la bonne marche de l'opération au niveau national.

Niveau territorial (à déterminer entre la FRPAT et le pays)

Mise en place d'éléments d'(auto) évaluation à transmettre à la FRPAT :

- Tableaux quantitatifs des professionnels (CA direct et ventes induites).
- Questionnaires qualitatifs à destination des professionnels (partenariats établis, niveau de satisfaction...) et des clientèles.

