



Atelier

« Soutenir le tourisme gastronomique
et la mise en valeur des produits et savoir-faire locaux »

Forum du schéma

Présentation de l'atelier participatif

1- Tour de table

2- Introduction à la thématique

3- Présentation des règles de contribution





HAUTS-DE-FRANCE
RÉGION EUROPÉENNE
DE LA **GASTRONOMIE**
2023

<https://youtu.be/menLUaAMIys>



Le tourisme de gastronomie, quesaco ?

Appelé également **tourisme gourmand ou culinaire**.

Il a pour objectif de proposer **des expériences gustatives mémorables** tout en découvrant **l'histoire, le savoir-faire, la culture d'un lieu** à travers sa cuisine et ses produits locaux.



Le poids économique

13 millions de touristes déclarent pratiquer le tourisme gastronomique.

+ de **160.000 restaurants en France**, comprenant différents types d'établissements.

Chiffre d'affaires total de la restauration en France en 2019 : **58 milliards d'€**



Un secteur en mouvement

Entre 2010 et 2019, en France, ce sont surtout **les livraisons qui ont augmenté** dans le secteur de la restauration.

Depuis le début du conflit en Ukraine, le secteur de la restauration doit notamment faire face **à l'inflation**. La plupart des restaurateurs avaient donc déjà **augmenté leurs prix en novembre 2022**.

Les **problèmes de recrutement** touchant le secteur de la restauration devraient persister en 2023.



Quelques tendances

- une consommation plus engagée et plus durable (ferme pédagogique urbaine...)
- 1 Français sur 3 a pour volonté d'acheter plus de produits locaux.
- 34 % d'entre eux ont fait des changements radicaux dans leur alimentation. Volonté liée à l'éthique, l'environnement, mais aussi à la composition des produits.
- diversification de l'offre (food truck, livraison à domicile, vente à la ferme...)
- le développement des animations et de l'événementiel



Quelques initiatives intéressantes dans la Somme

L'organisation de **balades gourmandes** : dîners gastronomiques du CFBS, les randos gourmandes de Vianney ou d'Hubert Lévêque, les randos Bistrot...

La **commercialisation en circuit courts** (drive fermier de la Somme, ouacheterlocal.fr, AMAP de la Somme)

La valorisation des **producteurs dans les espaces muséographiques** - Maison de la Baie de Somme

Le développement **des boutiques du terroir** (commerçant de proximité, boutique des OT, des musées)

La **mise en scène des produits locaux** par des chefs ambassadeurs comme S. Porquet, Jacky Masse.



Des labels spécifiques



LES SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

Une garantie officielle pour les consommateurs

GARANTIE DE LA QUALITÉ SUPÉRIEURE (Label Rouge)

GARANTIE D'UNE RECETTE TRADITIONNELLE (Label Rouge)

GARANTIE DE L'ORIGINE (AOC, IGP)

GARANTIE DU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET DU BIEN-ÊTRE ANIMAL (AB)



Et le consommateur, il en pense quoi ?

Les consommateurs estiment qu'ils pourraient être plus incités à consommer local si :

- les **prix étaient plus accessibles** (62%),
- s'il y avait **plus de points de vente** disponibles (40%),
- la possibilité d'être en **contact direct avec le producteur** (34%)
- ou encore une **meilleure visibilité** dans les rayons (32%).

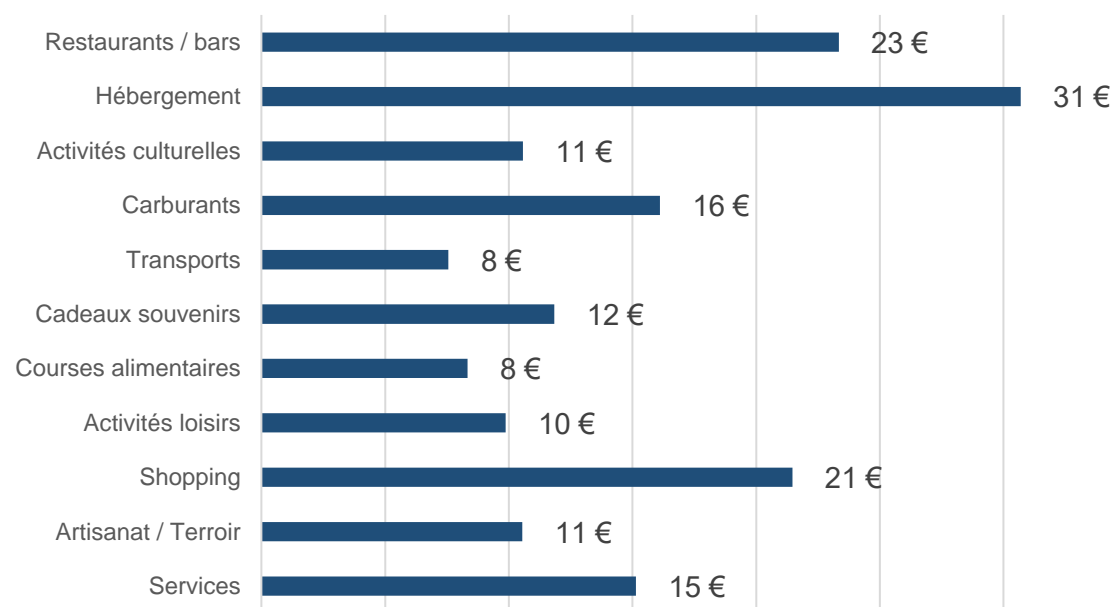
(Chiffres de l'étude menée par l'IPSOS)



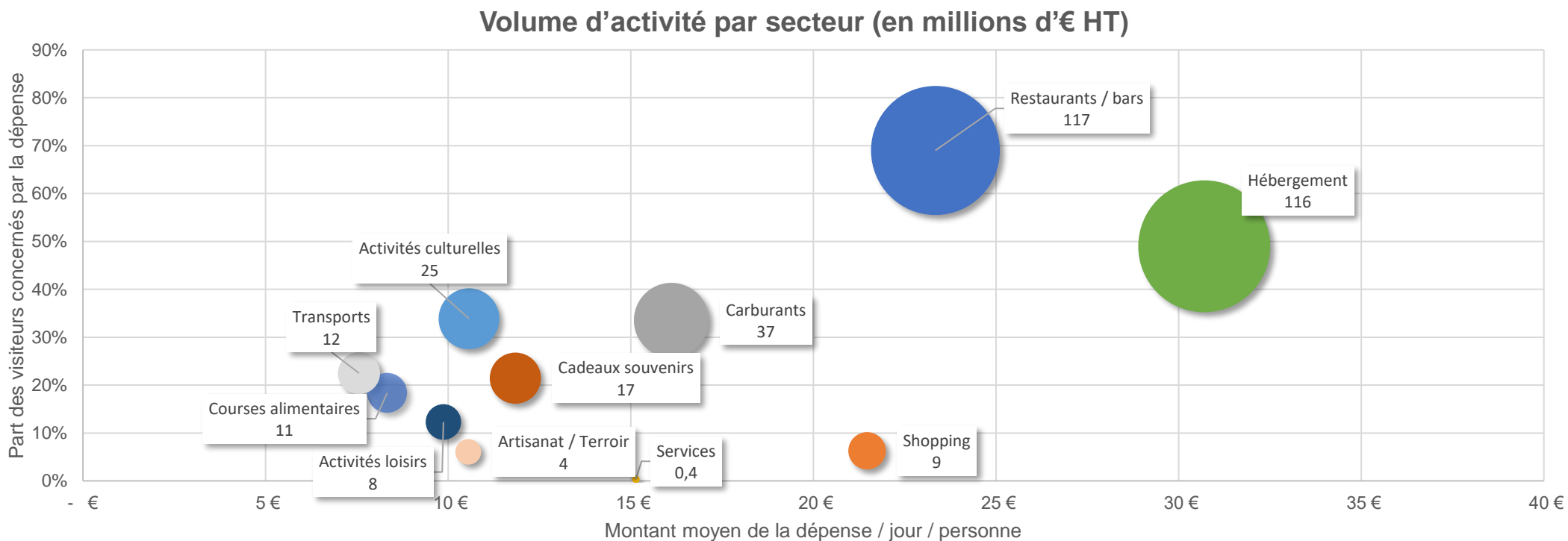
Focus dans la Somme

Dans la Somme, près des **3/4 des visiteurs** ont effectué une **dépense de restauration/bar/snack** pour un montant moyen de **23€ par personne et par jour**.

Dépense moyenne pour les visiteurs concernés



La place de la restauration dans la Somme aujourd'hui



Données issues de l'observatoire départemental du tourisme « Enquête clientèles et évaluation des retombées économiques de juillet 2021 à juillet 2022 »

Quelques exemples de savoir-faire et produits Made In Somme

Moules-frites

L'agneau de pré-salé

La pomme de terre

Les légumes des hortillonnages

Les brasseries

Le vignoble de Terramesnil

Les champs de Safran

Whisky et gins de la Distillerie d'Hautefeuille

Le gâteau battu

La conserverie artisanale Saint-Christophe à Argoules



A vos post-its !

Présentation des règles de contribution

Les participants viennent apporter leurs idées avec des post-its sur des feuilles de paper board réparties dans la salle selon 3 grands axes : Aménagement / Promotion / Accompagnement

1. Premier tour de contributions sur les actions existantes à valoriser 30'
2. Première synthèse des idées à la lecture des post-its 10'
3. Deuxième tour de contributions sur les actions nouvelles ou innovantes à imaginer 30'
4. Synthèse et restitution des 4 ateliers en salle Max Lejeune 10'

➤ les contributions restent disponibles pendant le cocktail pour permettre la lecture des propositions des autres ateliers et d'y ajouter «éventuellement ses idées.

Consignes : par binôme, 1 seule idée par post-it, écriture lisible