

**Atelier 4:
Produits et achats locaux**
Journée bonnes pratiques tourisme durable
Caen, 14 octobre 2024

Atelier 4: Produits et achats locaux

- **Introduction:**

Isabelle David, AREA Saveurs de Normandie

- **Bonne pratique 1: coopérative bio**

Armelle Marie, Interbio Normandie Services

- **Bonne pratique 2: gîte + marché local**

Guillaume Petit Naveos, la Malherbière

- **Bonne pratique 3: Site de visite / musée**

Marion François, Cité de la Mer

- **Bonne pratique 4: Camping, restauration**

Jessica Bony, Castel camping le Brèvedent





Isabelle David

AREA, Saveurs de Normandie

LA NORMANDIE AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE



PALMARES

1^{ère} région

- 🍏 fromages au lait de vache
- 🍏 beurre et de crème
- 🍏 pommes à cidre et produits cidricoles
- 🍏 poireaux et navets
- 🍏 coquillages (huîtres, moules, St Jacques, bulots)
- 🍏 thé, café et cacao

2^{ème} région

- 🍏 viande bovine
- 🍏 Carottes

26 000 exploitations
520 entreprises agro

la filière agri/agro
100 000 emplois



FILIERES & PRODUITS PHARE



Les produits Normands



Fruits &
légumes



Produits
de la mer



Produits laitiers



Produits sucrés
& céréaliers



Viandes
& charcuteries



Produits
cidricoles

Diversité & Qualité

- 🍏 Les SIQO signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine



- 🍏 Les marques collectives régionales avec cahier des charges



ACHAT LOCAL & RESPONSABLE

enjeux et opportunités



Enjeu pour la Normandie

- 🍏 Développer l'identité et les valeurs de la Normandie (authenticité, qualité...) / et son attractivité
- 🍏 Renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté des Normands
- 🍏 Valoriser notre patrimoine culturel et gastronomique régional
- 🍏 Développer le tourisme de savoir faire / pédagogie
- 🍏 Soutenir l'économie (création & partage de VA au long de la chaîne) et le développement des emplois
- 🍏 Limiter les transports

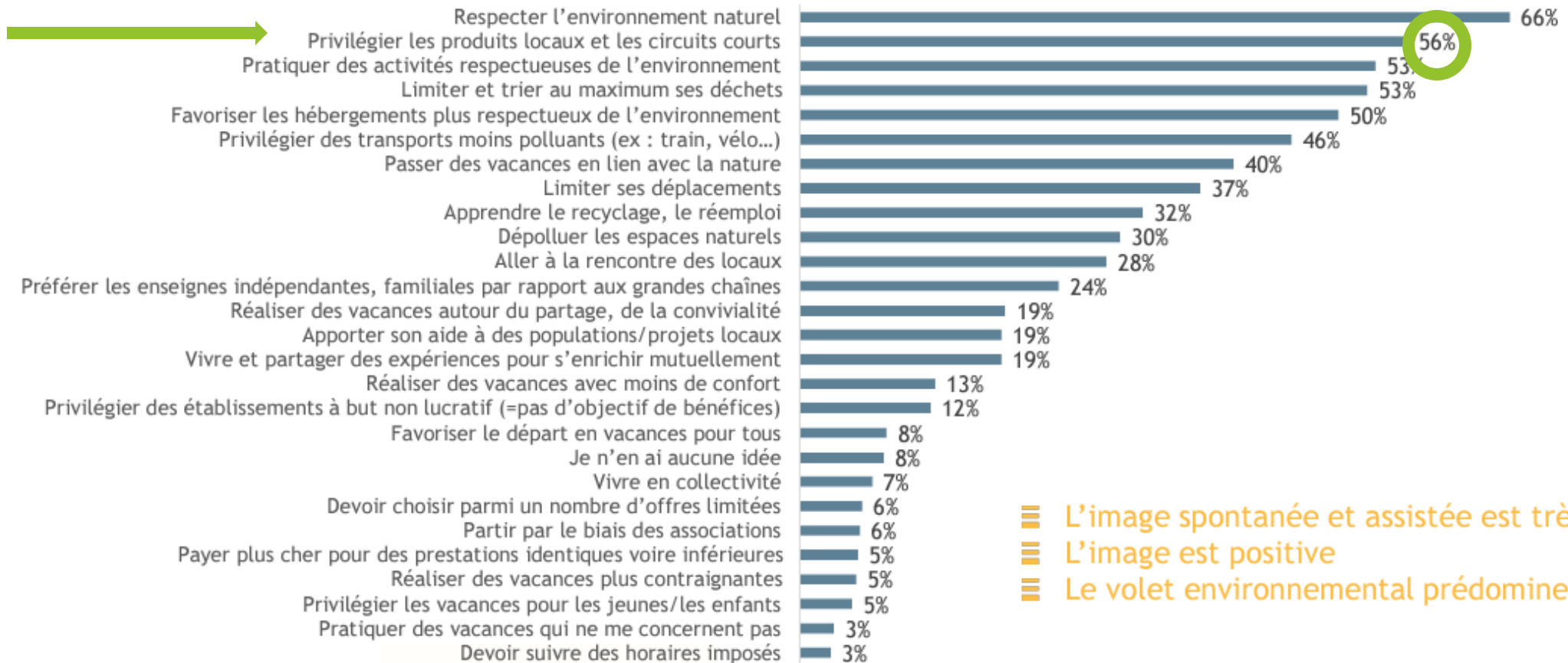
Opportunités pour les acteurs du tourisme

Aspirations des Français en terme de tourisme durable

Étude mars 2022

L'image du Tourisme Responsable

Les propositions qui correspondent à l'image qu'ils en ont (question fermée)

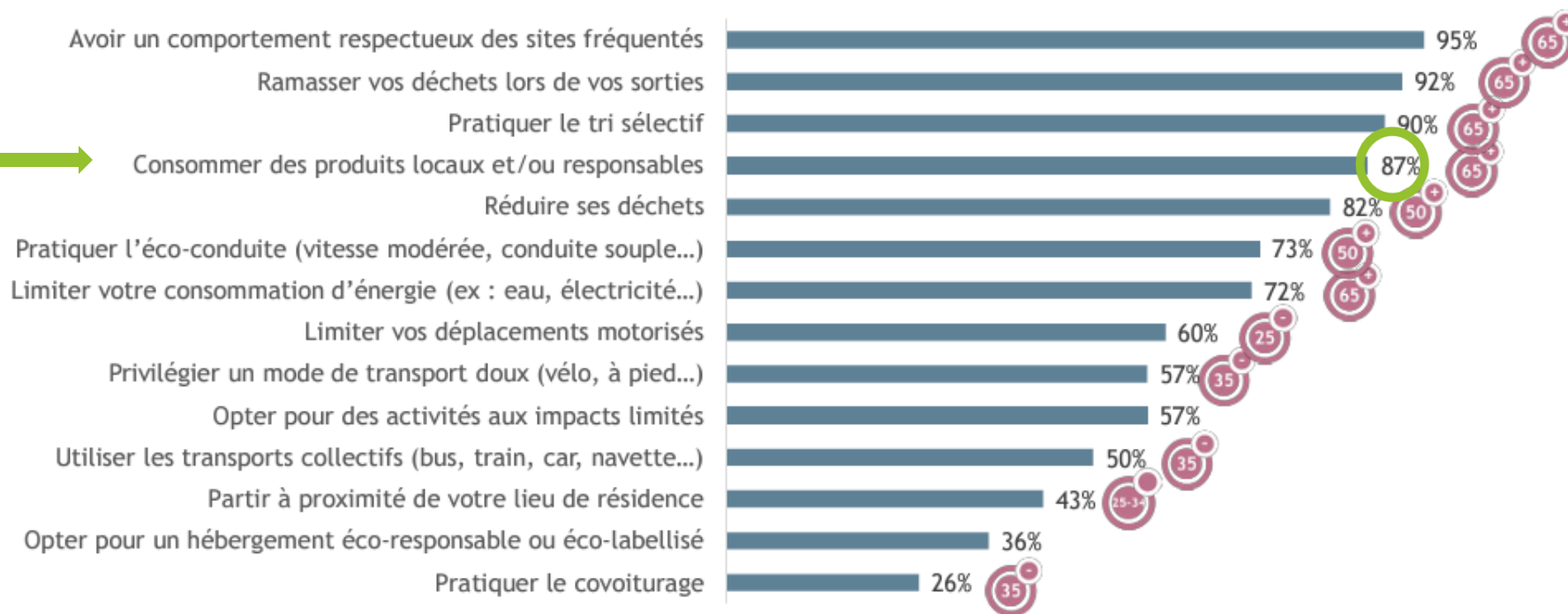


- ≡ L'image spontanée et assistée est très proche
- ≡ L'image est positive
- ≡ Le volet environnemental prédomine

Pratiques des Français en terme de tourisme durable

Étude mars 2022

Les initiatives régulièrement adoptées



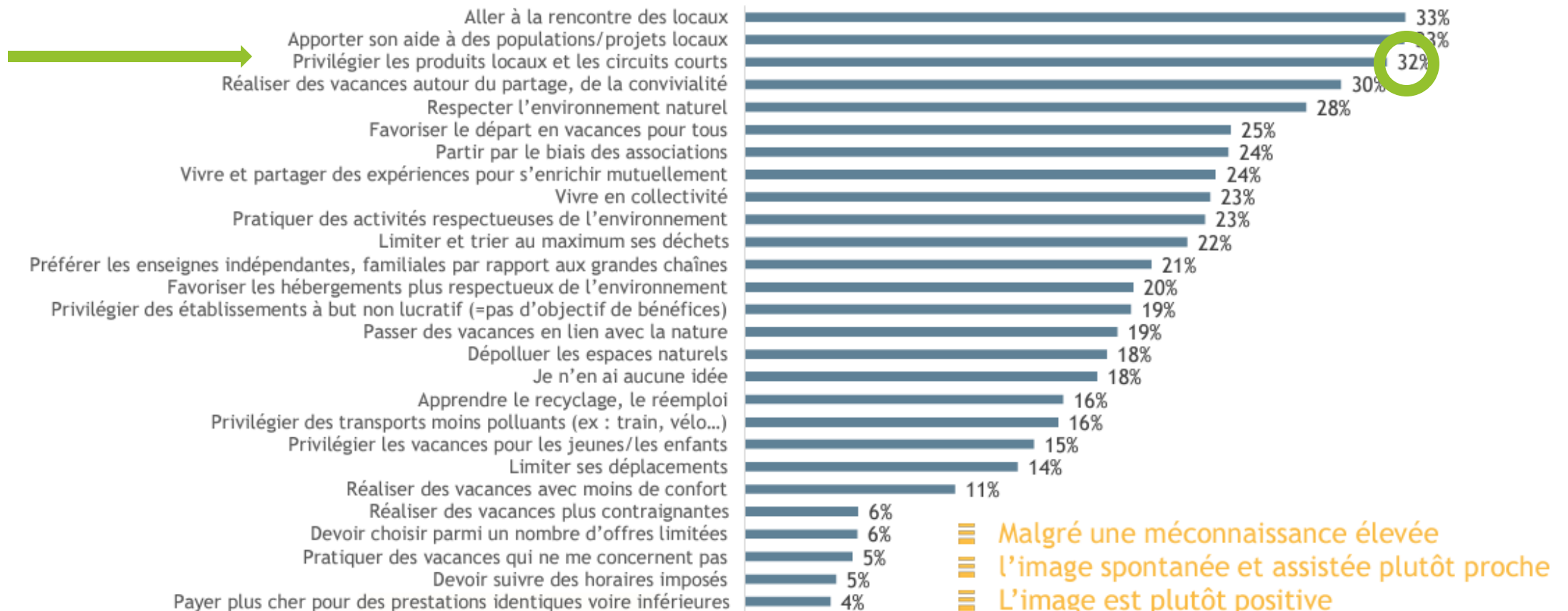
≡ Des initiatives probablement renforcées à l'avenir (les jeunes pratiquent encore plus les initiatives moins pratiquées)

Aspirations des Français en terme de tourisme social & solidaire

Étude mars 2022

L'image du Tourisme social et solidaire

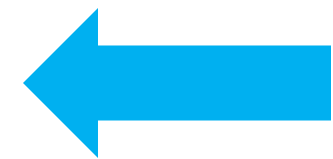
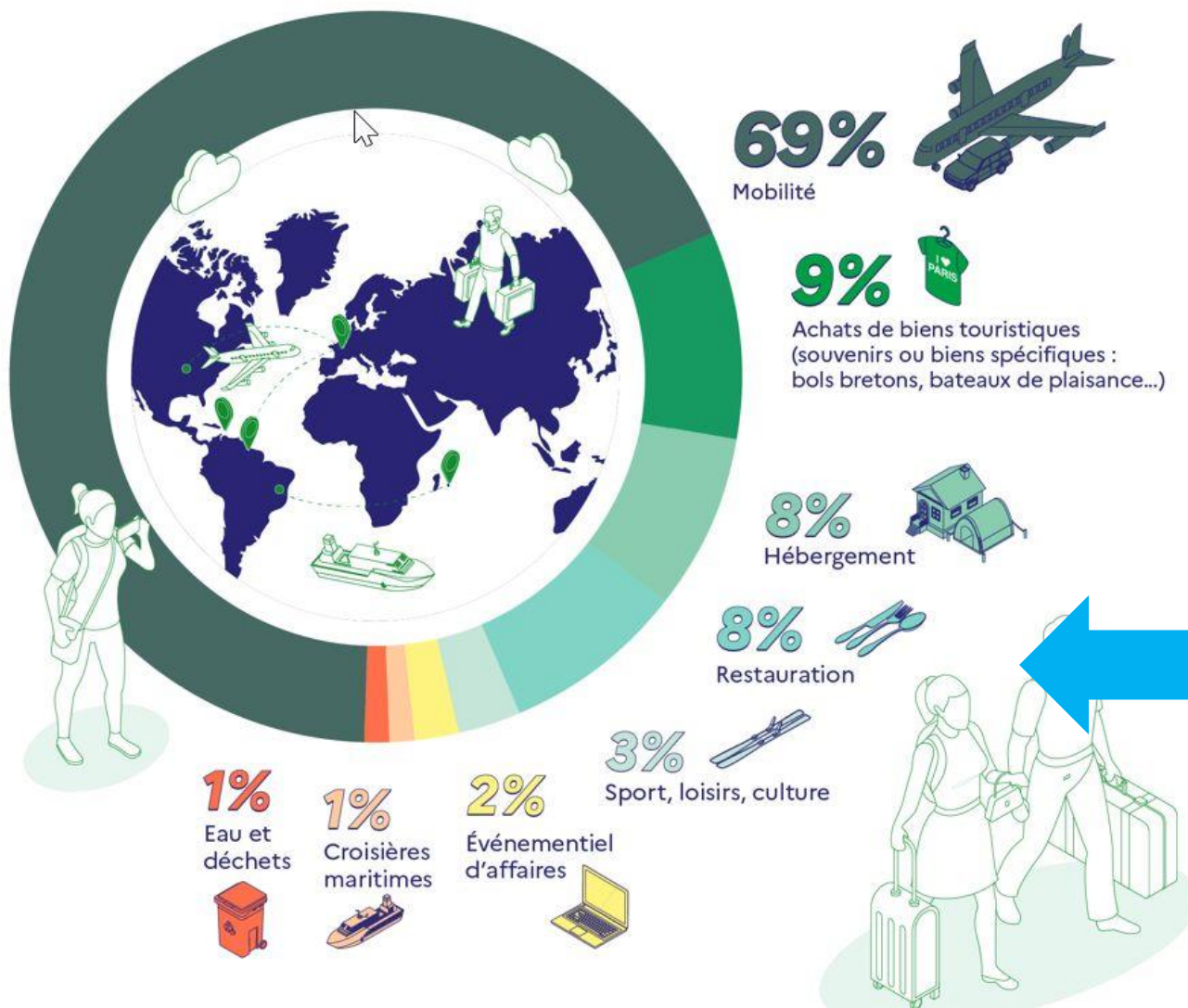
Les propositions qui correspondent à l'image qu'ils en ont (question fermée)



Opportunités pour les acteurs du tourisme

- 🍏 RECONCILIATION tourisme & écologie (image)
- 🍏 LEVIER D ATTRACTIVITE supplémentaire pour la Normandie : produits et gastronomie, art de vivre
- 🍏 ATTRACTIVITE vis-à-vis d'une clientèle sensible au DD, en ↗
- 🍏 DIFFERENCIATION offre éthique & authentique / offre standard
- 🍏 EXPERIENCE CLIENT unique, génératrice de confiance et de proximité
- 🍏 PARTENARIAT gagnant/gagnant avec les acteurs du territoire
- 🍏 ANCRAGE TERRITORIAL qui renforce votre attractivité
- 🍏 MARQUE EMPLOYEUR pour attirer les talents et donner du sens

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DU SECTEUR DU TOURISME EN FRANCE EN 2022



**Achat local
= bilan
Carbone
réduit!**

Opportunités pour les acteurs du tourisme

- 🍏 RECONCILIATION tourisme & écologie (image)
- 🍏 LEVIER D ATTRACTIVITE supplémentaire pour la Normandie : produits et gastronomie, art de vivre
- 🍏 ATTRACTIVITE vis-à-vis d'une clientèle sensible au DD, en ↗
- 🍏 DIFFERENCIATION offre éthique & authentique / offre standard
- 🍏 EXPERIENCE CLIENT unique, génératrice de confiance et de proximité
- 🍏 PARTENARIAT gagnant/gagnant avec les acteurs du territoire
- 🍏 ANCRAGE TERRITORIAL qui renforce votre attractivité
- 🍏 MARQUE EMPLOYEUR pour attirer les talents et donner du sens

Bonnes pratiques

- 🍏 Les produits locaux à la carte du restaurant et au petit déjeuner des hébergeurs
- 🍏 Le geste d'accueil dans les hébergements
- 🍏 La vente de produits locaux sur les sites touristiques marqueurs (Cité de la Mer, Center Parc...)
- 🍏 Accueil de producteurs pour cocktail de bienvenue et dégustation/vente (l'Apéro Normand) dans les campings, centres de vacances, OT, ...)
- 🍏 Visite de producteurs / entreprises
- 🍏 Ateliers de cuisine à base de produits locaux
- 🍏 La documentation touristique à disposition (dépliant / conseils / géolocalisation des lieux de vente et de visite de producteurs / circuits...)
- 🍏

ACHAT LOCAL & RESPONSABLE

La boîte à outils



Pour vous aider au sourcing local...

- 🍏 Les producteurs autour de chez vous (vente directe)
- 🍏 Les boutiques de produits régionaux (boutiques de producteurs, fromagers, caves, boutiques Gourmet...) / le réseau des boutiques Saveurs de Normandie et les fermes Bienvenue à la Ferme / les coopératives de producteurs (ITB Ndie Service)
- 🍏 Les rayons « Produits locaux » des cash & carry
- 🍏 Les salons BTB (Resthôtel, Convention d'affaire RHD, ...)
- 🍏 Les évènementiels BTC (Féno, Marchés Normands, Vachement Caen, Fête du Ventre, ...)
- 🍏 Les plateformes (Au RDV des Normands,...), [le site de Normand e-boutique](#)
- 🍏 [L'Apéro Normand](#)
- 🍏 Un sourcing personnalisé avec les marques collectives Saveurs de Normandie et Bienvenue à la Ferme...

LA MARQUE SAVEURS DE NORMANDIE

20
ans



Origine - Qualité - Goût - Engagement sociétal

SAVEURS DE NORMANDIE : LA PREUVE DE BON SENS !

Depuis 2003, le label Saveurs de Normandie s'engage sur 4 garanties :

L'ORIGINE :

Des produits fabriqués en Normandie, privilégiant les matières premières agricoles et/ou maritimes régionales.

LA QUALITÉ :

Des produits élaborés selon un savoir-faire et de bonnes pratiques de fabrication.

LE GOÛT :

Des produits testés et approuvés par un panel de 60 consommateurs.

DES ENTREPRISES CITOYENNES :

Des produits conçus par des entreprises et producteurs engagés sur les 3 axes du développement durable.

*Pour consommer les produits labellisés
Saveurs de Normandie, suivez notre léopard !*

63

boutiques
d'entreprises

144

entreprises et
producteurs
adhérents

600

produits labellisés

20 012

emplois en Normandie



Le label Saveurs de Normandie est délivré par l'AREA Normandie et contrôlé par un organisme indépendant.



COLLABORATION Saveurs de Normandie / Tourisme

- 🍏 La carte gastronomique (boutiques et recettes)
- 🍏 Les visites /tourisme de savoir faire
- 🍏 Appui au merch/scenographie
- 🍏 Appui au sourcing normand des sites « marqueurs »
- 🍏 Partenariat avec la Fédération des OT
- 🍏 Partenariat avec Normandie Attractivité
- 🍏 Partenariat avec Normandie Tourisme : la gastronomie, levier touristique de la Normandie!



<https://www.saveurs-de-normandie.fr/visitez-les-magasins-de-nos-adherents/>



Merci pour votre attention !

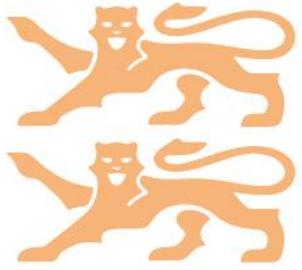
CONTACTS

Isabelle DAVID 06 74 40 71 91 / isabelle.david@area-normandie.com

Jocelyn FONTAINE jocelyn.fontaine@area-normandie.com

Emélie ALLIX emelie.allix@area-normandie.com





Armelle Marie

Inter Bio Normandie Services





BIO
en normandie

PRÉSENTATION INTER BIO NORMANDIE SERVICES
14540 BOURGUÉBUS

ARMELLE MARIE 07.66.02.78.49

1 / Présentation Coopérative IBNS

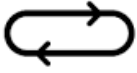
- **Une initiative de producteurs,**
- **Une gouvernance coopérative,**
- **Faciliter** l'introduction de produits bio en RHD,
- **Une gamme 100% Bio, équitable, de saison,**
- **Priorité aux produits normands & fermiers,**
- **70 fournisseurs** (producteurs, transformateurs, distributeurs),
- **186 sites** de restauration partenaires,
- **Prépondérance des cuisines centrales et restauration scolaires (90% de l'activité)**
- **Bassins de consommation = Seine Maritime 36% / Calvados 33% / Manche 18%**
- **59 % de l'activité sous marché public**



1 / Présentation Coopérative IBNS

NOS PARTENAIRES :



R A N
C 
P E R

Commande
publique
durable
en Normandie



1.1 / RESEAU MANGER BIO

Contribuer à la transformation écologique de la société et de l'agriculture en proposant aux acteurs de la production agricole et alimentaire des débouchés locaux, rémunérateurs et pérennes

Le Réseau Manger Bio se donne pour missions de :

- ❖ Développer sur tous les territoires un réseau de distribution locale proposant une offre de produits 100 % Bios, Équitables et prioritairement Locaux -
- ❖ Rendre accessible à tous une alimentation saine et de qualité bio exigeante -
- ❖ Rapprocher les lieux de production des lieux de consommation et ainsi limiter le poids écologique des transports -
- ❖ Relocaliser la production agricole en garantissant un volume et un prix convenu avec les producteurs organisés collectivement au sein de plateformes commerciales et logistiques -
- ❖ Permettre à tous les acteurs de ces filières – producteurs, transformateurs, salariés du Réseau Manger Bio, partenaires - de s'accomplir dans leurs missions -

2 / Structuration de l'Offre / des Filières

- **Expertise du Marché de la RHD (Concurrents... Prix de marché..)**
- **Professionnalisation des producteurs,**

- Massification Logistique
- Services aux producteurs
- Planification des besoins (anticipation des productions)

- HARMONISATION DES TARIFS SUR LES APPELS D'OFFRES

3 / Gammes & Gestion des Disponibilités

- ❖ Produits laitiers 29% / Epicerie 25% / Fruits et légumes 14,5%
 - ❖ 54% de l'activité réalisée en produits régionaux (reste Biocoop Restauration 39% et Unébio 7%)
 - ❖ Disponibilité : Stable Sauf Fruits & Légumes (TARIFS Fixes !)
 - ❑ Contact régulier => Mise à jour sur le site Mangerbioenormandie
 - ❑ Communication aux clients
 - ❖ Adaptation & Service aux clients.
 - ❖ 900 références locales
- + Compléments de gamme : Biocoop Restauration (1000 réf.) + Province Bio (800 réf.)

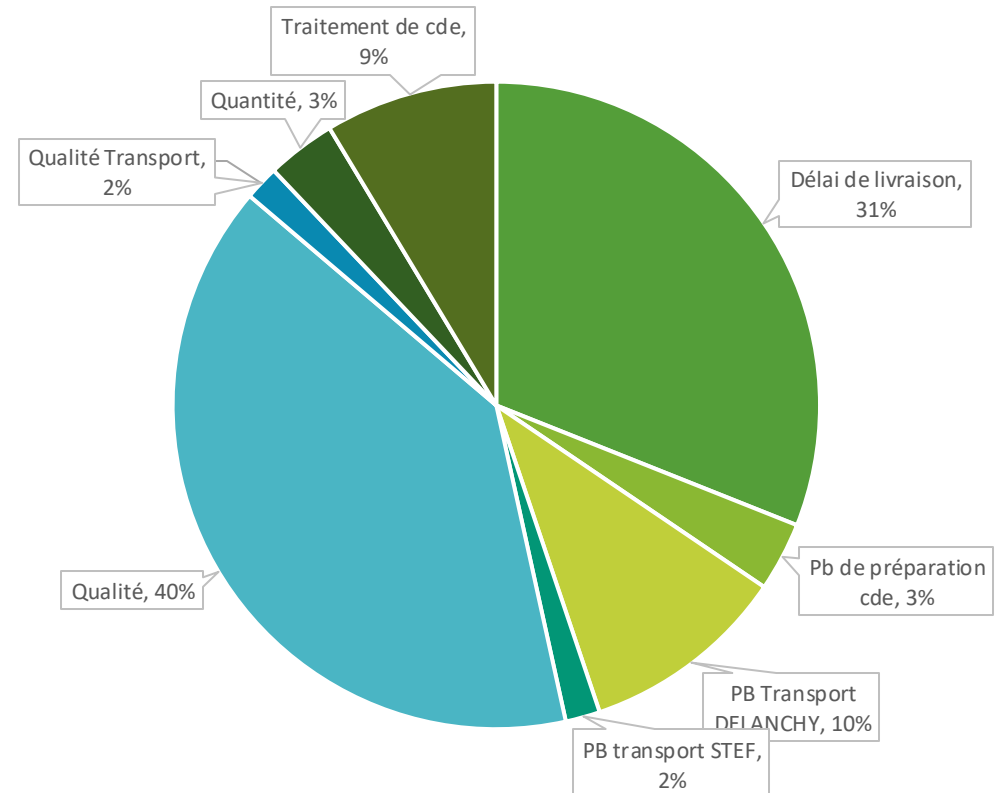
3.1 / Le Taux de Service

Taux de Service = 1- Nombre de livraison Hors Délai (Ou Non Conforme) / Nombre de livraison totale

2022 : $1 - (119/3621) = 97\%$

2023 : $1 - (58/3791) = 98,5\%$

Année 2023		3791 Livraisons
Type de non-conformité	Nombre *	
Délai de livraison	18	
Pb de préparation cde	2	
PB Transport DELANCHY	6	
PB transport STEF	1	
Qualité	23	
Qualité Transport	1	
Quantité	2	
Traitement de cde	5	
Total général	58	



4 / Expériences dans la commande publique

- ❖ 60 % des Volumes sous Marchés Publics / x31 Clients sous Marchés,
- ❖ Objectif : Contractualiser => Sécuriser les Approvisionnements
- ❖ **CONSEILS :**
 - ✓ Exemples de la Cuisine Centrale de Rouen (7500 repas/jour)
 - ❖ 82% produits frais / 58% Egalim dont 44% de Bio (Dont ! 23% Bio & Local)
 - ❖ Structuration des lots : Fruits & Légumes Bio (Circuit Court Durables) / Fruits & Légumes Bio (Grossistes) / Fruits et Legumes Bio HVE.....
 - ❖ Identifier les produits locaux & Bio pour les proposer dans des lots spécifiques.
 - ❖ Etroite Relation (Informations Offres ↔ Demande + Prévisions !)

5 / Questions - Réponses

Merci de votre attention & de votre confiance !



Armelle MARIE – 07.66.02.78.49



Guillaume Petit-Naveos

La Malherbière



La Malherbière

Jolies choses à voir, boire et manger

à Camembert (Orne)

*9 hectares
des pommiers
des petits fruits rouges
des ruches, des moutons
1 gîte pour 10 personnes
1 maraîcher & 1 boulanger*

*1 marché de producteurs tous les
vendredis soir à Camembert
des clients en circuit court*



Un terroir d'exception : Camembert, Pays d'Auge

- Un environnement agricole et touristique **en développement**
- Des **produits de qualité, locaux, en circuit court et biologiques**
- Une région **touristique**, un village mondialement connu (1 60 habitants)
- Des **collectivités impliquées** (Mairie, CDC, Département, Région)



Le gîte pour 10 personnes

- Rénovation en 2021-22 de l'ancien pressoir en un grand gîte de 170m²
- Artisans et matériaux locaux, phyto-épuration, 4 épis sur [Gites de France](#), label Panda
- Accueil, conseils, « tout compris » et produits locaux
- Taux d'occupation : 45% (2024)



Le Petit Marché de Camembert vendredi soir de 17h à 19h

- Un vendredi soir en juin 2022, avec David et Pierre-Alexandre, on décide de faire un marché à la ferme...
- Depuis octobre, sous le préau de l'ancienne école de Camembert
- Des producteurs **fermiers, bios et locaux**
- Des clients **locaux fidèles**, des touristes et des résidents secondaires
- Des invités (des créateurs, des musiciens, ...), des associations (MSV, Le Costil, Rotary, ...), des événements (Marché de Noël, ...)
- Du travail et **beaucoup de plaisir** !



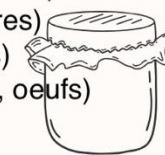
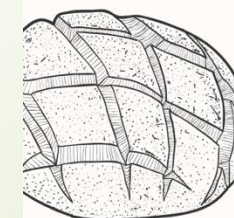
C'EST AUJOURD'HUI
(et tous les vendredis)
DE 17H À 19H

À CAMEMBERT



AVEC LES BONS PRODUITS DE :

Pierre-Alexandre (légumes)
David (pains & brioches)
Stanislas & Dalila
(camembert, crème, beurre)
Charlotte (confitures)
Florence & Guillaume
(jus de pomme et miel)
Christophe (cidre et poiré)
Samia et Jonas (bières)
Fabienne (soupes)
Olivier (viandes, yaourts, oeufs)



On communique : presse, radio, newsletter, réseaux



LES MARCHÉS Du territoire

Hebdomadaires

Vimoutiers
Lundi après-midi et vendredi matin - Place de Mackau

Gacé
Jeudi matin - Place de la Libération

Sap-en-Auge
Samedi matin - Place du Marché

Sainte-Gauburge-Sainte-Colombe
Mercredi matin et samedi matin
Place Marguerite Lerosier

MARCHÉ DE PRODUCTEURS :
Le Petit Marché de Camembert
Le préau de l'ancienne école de Camembert
du soir de 17h30 à 19h30, du 1er avril au...



Un marché de producteurs à la Malherbière

Camembert— Chaque vendredi, de 17 h à 20 h, Pierre-Alexandre Le Bouëc et Guillaume Petit Navéos retrouvent d'autres producteurs locaux, pour une vente directe.

Le projet
Le lieu-dit La-Malherbière abrite un domaine qui s'étend sur 9 ha. Les propriétaires, Guillaume et Florence Petit Navéos, y développent une production de jus de pomme et de miel. Un gîte est en cours de finition. Le couple, installé depuis 2019 dans la commune, participe et ouvre à l'animation et au développement d'un territoire pour lequel il est tombé en amour.

Il accueille ainsi des jeunes artisans et producteurs, histoire de leur donner un coup de pouce au lancement de leur activité, comme c'est le cas pour Pierre-Alexandre Le Bouëc.

Depuis le mois de janvier, ce jeune maraîcher installe les infrastructures nécessaires à son activité, sur le terrain de 1,8 ha que Guillaume et Florence mettent à sa disposition gratuitement (Quest'France du 12 février).

« Ça s'installe et ça se passe bien, avec une bonne entente entre les maraîchers du secteur et les voisins », se félicite Pierre-Alexandre Le Bouëc. Il vend ses premières productions sur le marché de producteurs, chaque vendredi, de 17 h à 20 h, à La Malherbière.

Une bonne entente avec les autres maraîchers
Le lancement d'une activité de maraîchage ne se fait pas en un claquement de doigts. « J'exploite pour le moment entre 2 500 m² et 3 000 m², en produisant pour le moment, salades, oignons en bottes, plantes aromatiques, courgettes, etc. J'espère



Pierre-Alexandre Le Bouëc et Guillaume Petit Navéos proposent leurs produits sur le marché de chaque vendredi.

Marché fermier de Camembert : des producteurs bio dynamisent le village

Mercredi 11 septembre 2024

Augustin, le marché de producteurs propose les camemberts fermiers bio au lait cru et de la crème fraîche crue de Stanislas et Dalila de la Ferme de l'Instéris, ainsi que les jus de pomme et le miel en conversion biologique.

Un artisan boulanger, David Kihl, dont le fournil est installé temporairement à la Malherbière, propose brioches, pains de campagne, pains aux fruits secs, aux graines, et pain de mie. Il travaille également au feu ouvert à la cuisson plus tard le jour. L'adresse : 06 48 10 10 10.

Les producteurs du marché de Camembert : au 07 83 71 10 10.

[ÉCOUTER \(12 MIN\)](#)



Depuis deux ans, le marché fermier de Camembert propose des produits bios, locaux et de saison à un prix juste... - Marché fermier de Camembert

Gourmet stay in Camembert

Foodie tourists can enjoy a stay on an ancient farm in the village of Camembert, which is run by a couple of young farmers with a passion for producing typical products. La Malherbière is a 20-acre working farm boasting traditional half-acre plots. The farm has a four-bedroom cottage converted from a barn.

Le petit marché de producteurs bio s'installe

Camembert— Le rendez-vous hebdomadaire du vendredi s'est bien ancré, à la Malherbière. Il est maintenu jusqu'à fin septembre.

Quand on pénètre dans la propriété de Florence et Guillaume Petit Navéos, on est impressionné par ce qui se passe. C'est à suivre sa propre route, à notre chemin, un lieu qui se voit de vue impressionnante.



Le petit marché se poursuit tout le mois de septembre à la Malherbière.

« Je l'ai su par hasard. J'ai goûté le pain et la brioche, mon Dieu que c'est bon ! ». C'est aussi devenu un lieu de rencontre et d'échanges. Des sièges invitent les gens à rester sur place où ils peuvent discuter tout en dégustant boissons et autres encas, apportant une note conviviale bien sympathique.

« La fréquentation est montée en puissance. En moyenne, il y a une bonne cinquantaine de personnes », indique Guillaume. Le rendez-vous se poursuit jusqu'à la fin du mois de septembre à la Malherbière. Face au succès rencontré, « nous allons en discuter entre nous et voir où nous pouvons le poursuivre. Un parking à l'arrière de l'ancien parking... »





SAVE THE DATE !

TCHIZ 

28 ET 29 JUIN 2025

Camembert, Normandie

FESTIVAL GASTRONOMIQUE
ET MUSICAL



TOUTES LES INFORMATIONS SUR
WWW.TCHIZFESTIVAL.COM

Vallées d'Auge et du Merlerault - La Normandie purement authentique



Marion François

La Cité de la Mer



Vers une boutique souvenirs plus responsable et durable

14 Octobre 2024

Journée bonnes pratiques tourisme responsable

CAS PRATIQUE DE LA CITÉ DE LA MER

[CITDELAMER.COM](https://citedelamer.com)

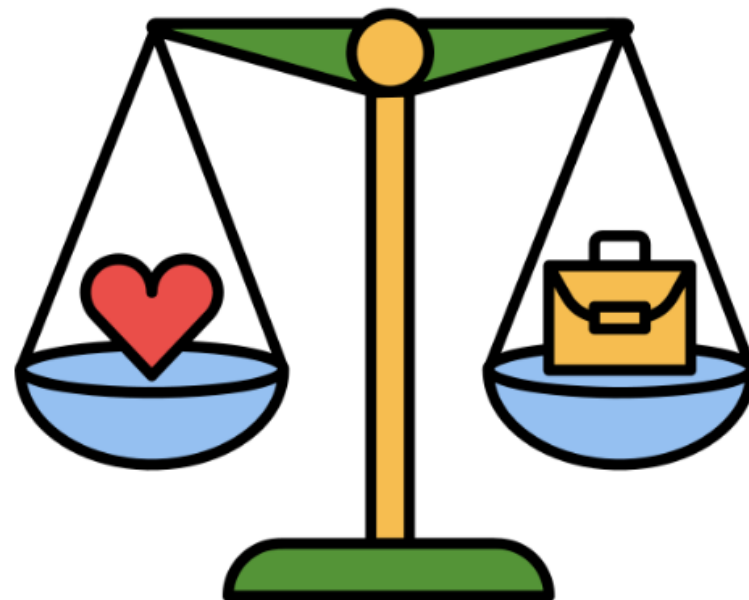
Cadre général : joindre le geste à la parole



Des achats responsables, kézako ?

**des produits
durables et
responsables**

**> réduction de
l'impact
environnemental**



**durabilité
économique de
la boutique**

**> stabilisation du
chiffre d'affaires
et de la marge**

Chasse aux articles à proscrire (2020-2021)



ACHATS DURABLES & RESPONSABLES

- Halte aux gadgets (durée de vie courte)
- Halte au suremballage
- Frein sur le « made in très loin »

AFFAIRE PÉRENNE

- Vigilance sur les meilleures ventes (juste compromis)
- Maintien d'une offre pour les petits prix

Création d'un outil d'aide à la décision

	Matériau	Qualité/prix	Packaging	Durée d'usage	Lieu de fab	TOTAL
	/2	/2	/2	/2	/2	SUR 10
	25%	25%	25%	15%	10%	
Marinière	2	2	2	2	0	9,00
Bracelet	1	2	2	2	0	7,75
Ciré	1	2	2	2	0	7,75
Médaille souvenir	2	2	2	2	2	10,00
Sous-marin sonore	0	1	2	1	0	4,50
Sweat Etcetera	1	2	2	2	0	7,75
Casquette Le Red	1	2	2	2	0	7,75
Peluche Poulpe	1	2	2	2	0	7,75
Peluche Keeleco	2	2	2	2	0	9,00
Ciré	1	2	2	2	0	7,75
Peluche Eco PIA	2	2	2	2	0	9,00
Bracelet arbre de vie	1	1	1	2	0	5,25
Sous-marin Sluban	0	2	1	2	0	5,25
Aimant JACK	1	2	2	2	1,5	8,50
Aimant LE GOUBEY	1	2	2	2	1,5	8,50
Sous-marin GM HAN	0	2	2	2	0	6,50
Sulfure Pfronten	2	2	2	2	0	9,00
Polo IMPORTALUX	1	2	2	2	0	7,75
Cube 3D	2	2	1	2	0	7,75
Grande sirène	1	2	2	2	0	7,75
Sous-marin model bricks	0	2	1	2	0	5,25
Sparkle MM	1	2	2	2	0	7,75

Chasse aux “trésors normands et français” (2020 – ce jour)



Être attentifs aux procédés de fabrication responsables



Conserver une offre de “petits prix”

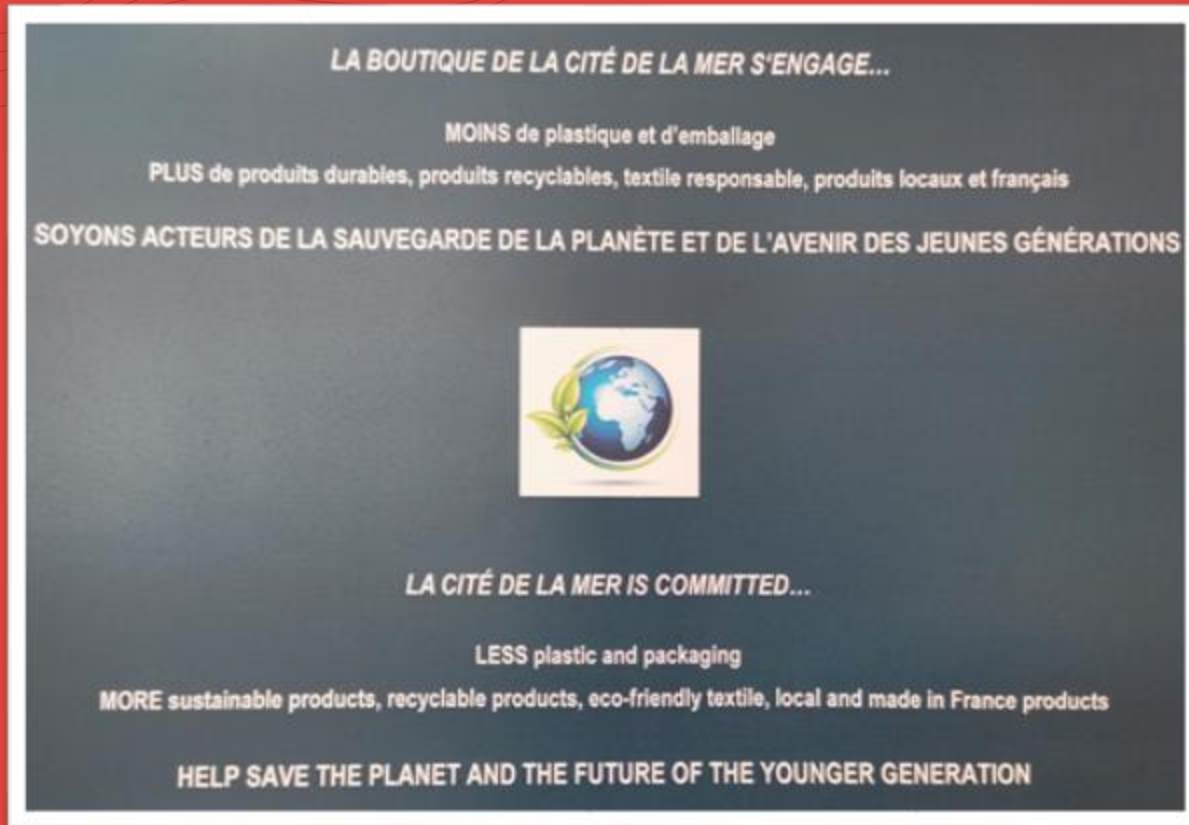


Des résultats super positifs !



- **1 157 825 euros de CA HT annuel en 2023**
(pour 316 465 visiteurs)
- **Dépense moyenne = 3,66 euros HT par visiteur**
- **Taux de captation = 21%**
(nombre de tickets de caisse boutique sur nombre de visiteurs)
- **Ticket moyen par acheteur = 17,32 euros HT**
(chiffre d'affaires boutique sur nombre de tickets de caisse boutique)

Et demain ?

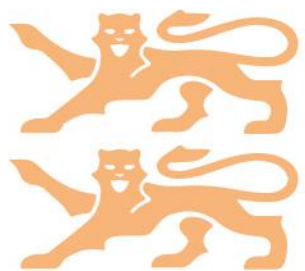


- Travailler le « **faire savoir** » en repensant le merchandising au-delà du seul étiquetage pour que la boutique soit une réelle aide à la décision d'achat responsable
- Maintenir un juste équilibre dans la ligne de ce qui est déjà engagé
- Rester à l'écoute des évolutions du marché et des contraintes juridiques



Jessica Bony

Castel Camping le Brèvedent



Echange avec la salle





COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME DE NORMANDIE



Avec le soutien du Conseil Régional  RÉGION NORMANDIE