



Les Fermes ouvertes en Emilie-Romagne

I – PRESENTATION ET DESCRIPTION DE L’ACTION :

1- les objectifs

Le projet «Fermes Ouvertes et Pédagogiques» a été mis en marche en 1998 par la région Emilia –Romagna, en collaboration avec les provinces et avec le soutien technico-organisationnel de l’Observatoire Agro-environnemental.

Le projet prévoit de créer un réseau régional d’exploitations agricoles, représentatives des typologies productives de la région Emilia-Romagna, d’exposer les thématiques de l’éducation alimentaire et des produits typiques permettant de réduire le décalage existant entre le monde rural et les villes.

Depuis 2005, jumelé à ce projet, le concours «Les lieux de la nourriture» est proposé aux visiteurs des fermes ouvertes, avec des photographies et récits qui permettent aux citoyens de découvrir la richesse des produits régionaux.

Objectifs :

- favoriser la connaissance des produits agroalimentaires de la région Emilia-Romagna
- valoriser les goûts et la culture du monde rural et en favoriser la transmission auprès des consommateurs
- faire connaître le parcours du produit du champ à la table à partir de l’exploitation agricole
- développer la connaissance des productions biologiques en même temps que celle des produits typiques
- favoriser la rencontre entre les producteurs et les consommateurs au niveau local
- expliquer le lien étroit existant entre les systèmes productifs durables, l’alimentation saine et équilibrée et la préservation de la santé.

2- Les cibles :

Citadins– consommateurs, groupes d’intérêt, université pour adultes, associations diverses, tourisme rural





3- Les territoires concernés : Le réseau des fermes pédagogiques :

Toutes les provinces de la région Emilie-Romagne.

4- La période choisie :

Depuis 1999 l'initiative «Fermes Ouvertes» est proposée chaque année durant la période printanière (les deux dimanches centraux du mois de mai) et dans quelques provinces, durant la période automnale.

II – LA MISE EN ŒUVRE DE L’ACTION

1- Le message mis en avant :

Citadins, venez visiter les Fermes Ouvertes, c'est une occasion pour vous de découvrir les couleurs et les goûts de la région Emilia-Romagna.


2- L'information et la communication préalable

Le projet a été promu par l'Assesseur Agricole de la Région Emilia-Romagna dans le domaine de l'éducation alimentaire et de l'orientation des consommations (délibération du conseil n. 379/1996 et successive-ment de la L.R. 29/2002 «Normes pour l'orientation des consommations et l'éducation alimentaire et pour la qualification de la restauration collective»).

La région Emilia-Romagna (Service de Valorisation des Productions) réalise depuis des années, en même temps que les Provinces, des programmes d'éducation alimentaire, destinés pour la plupart au milieu scolaire, en totale cohérence avec les politiques nationales et européennes

Dans ces projets, une attention particulière est portée aux jeunes, auprès desquels, en accord avec les Institutions scolaires, des interventions sont menées pour leur faire comprendre que l'alimentation est un élément fondamental dans la construction de l'identité personnelle, un moment de convivialité, ancrée dans la culture, l'histoire et les traditions.





Il est fondamental de sensibiliser les citoyens et les jeunes à la qualité des produits agroalimentaires, en particulier ceux issus de l'agriculture biologique ou des produits de qualité contrôlée, des produits réglementés par la normes communautaires (produits DOP, IGP, DOC), des produits régionaux traditionnels (art.8, D. Lgs. 173/98) et des produits obtenus selon des normes spécifiques de qualité. Il est important de promouvoir auprès des jeunes la connaissance de ces productions et de leur enracinement dans les territoires et l'environnement. On peut lire dans le document européen «Des champs à la table» de juillet 2004, que la Commission Européenne réaffirme l'importance de la diversité et de la qualité des produits alimentaires, en laissant de l'espace aux produits typiques et traditionnels et aux spécialités locales, outre les produits provenant de l'agriculture biologique et du «commerce équitable».

Le projet «Fermes Ouvertes et Pédagogiques» est intégré dans le programme pour l'Orientation des Consommations et l'Education alimentaire de la Région Emilia-Romagna.

3- Les partenaires impliqués et leur rôle respectif

Le projet implique la Direction de l'Agriculture de la Région Emilia-Romagna, les Provinces de Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna, Ferrara, Ravenna, Forli-Cesena, Rimini, avec l'Observatoire Agro-environnemental comme soutien technique et les exploitants agricoles.

La Région, à travers le soutien technico-organisateur du «Centre-Observatoire Agro-environnemental» s'occupe de la coordination générale et de la promotion et de la communication du projet.

L'Observatoire Agro-environnemental, s'occupe de :

- organiser et promouvoir le projet, également à travers la réalisation de documentations promotionnelles,
- superviser le projet

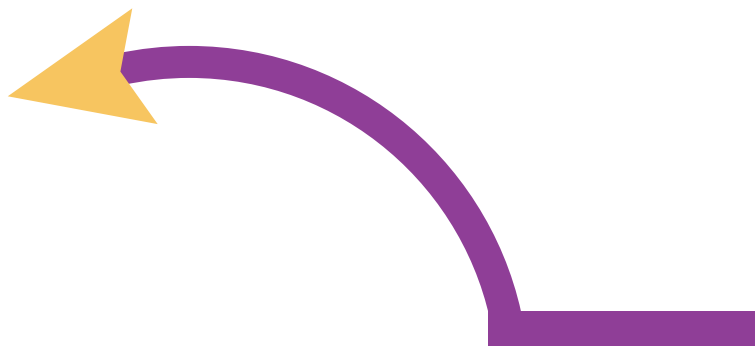


Chaque province se charge de :

- réunir les adhésions des exploitations agricoles qui ont l'intention de participer
- définir annuellement une liste des fermes ouvertes
- proposer une formation d'au moins 8 heures pour les exploitations agricoles sur les thèmes de la sécurité et de l'accueil
- s'occuper de la diffusion locale des informations relatives au projet
- vérifier la bonne réussite du projet également avec des contrôles directs dans les exploitations, durant les journées de la manifestation
- recueillir à la fin du projet les données relatives au nombre de visiteurs et les transmettre à la structure compétente

Chaque exploitation agricole participant au projet «Fermes ouvertes» s'engage à :

- suivre un cours/séminaire préparatif d'au moins 8 heures
- préparer un programme de 2 jours qui valorise et met en évidence les productions et les itinéraires culturels de l'exploitation, également par des dégustations offertes gratuitement aux visiteurs
- collaborer à la préparation du projet
- communiquer à la fin du projet à la Province compétente les données relatives au nombre de participants et envoyer des photos et notes éventuelles



4- Les moyens promotionnels

Matériel Publicitaire	Description	Nombre (1)	Estimation quantitative des contacts réalisés Toutes les copies ont été distribuées	Budget (3)
	1. Guide «Fermes Ouvertes» (opuscule en couleurs de 64 pages en format 14x21cm en quadrichromie) qui contient pour chaque domaine provincial nominatif, adresses, typologie productive active programmée à l'occasion de la manifestation et autres informations utiles.	100 000 copies		30 000.00 €
Medias sélectionnés (1)	Site web www.ermesagricoltura.it et tous les sites des provinces, radios et télévisions locales. Média local ou national.	Environ 20 services radio et télévision 100 articles sortis		
Autres outils : - animations (magasins, marchés) - campagnes d'affichage (2)	Distribution des guides par les provinces dans les écoles, les librairies, les pharmacies, les points de vente de fruits et de légumes et d'aliments biologiques, herboristeries, supermarchés, etc. Posters (50x70) et Affiches (70x100) «Fermes Ouvertes» L'affiche (70x100) est utilisée pour l'affichage dans les principales villes de la région. Posters dans les écoles, les bureaux, les lieux publics.			5.000.00 €
- dégustations	Durant les manifestations toutes les Fermes Ouvertes proposent des dégustations de produits et de spécialités d'exploitation entre autres : huile, fruits frais et transformés, vin, charcuteries, fromages.			
- distribution de fruits	Les entreprises de fruits et légumes proposent des dégustations de fruits et légumes de saison et de conserves de fruits et légumes.			
- manifestations spécifiques	Les Provinces mettent à disposition les moyens promotionnels des Fermes Ouvertes à l'occasion de foires, événements, fêtes organisées sur leur territoire durant les mois précédents l'initiative. La Région effectue la remise des prix du concours «les lieux de la nourriture» durant la foire SANA à Bologna.			
Budget total				35.000.00 € régional 40.000.00 € Activité provinciale

(1) Nombre d'articles imprimés ou de spots TV

(2) Exemple : nombre de villes intéressées, nombre de manifestants

(3) Le personnel de la région et des provinces n'est pas calculé dans le budget



III – ANALYSE DES FACTEURS CLES DE SUCCES

Les objectifs en termes de formation, de sensibilisation, de développement des ventes et d'incitation à la consommation ou à l'achat ont-ils été atteints ?

- Au niveau quantitatif (relation entre objectifs et réalisation)



Durant les huit années de réalisation de l'activité, le projet a eu des résultats extrêmement positifs. L'initiative «Fermes Ouvertes» a été très bien accueillie par les citoyens depuis la première édition en 1999 qui comptait 6 300 visiteurs et a enregistré une hausse continue des présences, 60 000 durant l'édition du 14 et 21 mai 2006.

Le nombre des exploitations agricoles a également beaucoup augmenté : de 50 en 1999 à 264 en 2006.

Durant les deux dernières éditions, (2005 et 2006), en parallèle à l'initiative «Fermes Ouvertes», le concours photographique et narratif «Les lieux de la nourriture» a été promu et a vu la participation de nombreux visiteurs.

- Au niveau qualitatif

L'augmentation constante aussi bien des exploitations impliquées dans l'initiative «Fermes Ouvertes» que des consommateurs intéressés, font penser que l'initiative est désormais consolidée et qu'elle a contribué de manière significative :

- à favoriser la connaissance du territoire des produits agroalimentaires de qualité de la région
- à créer un lien entre la ville et la campagne
- à favoriser la rencontre entre producteurs et consommateurs au niveau local
- à répandre la connaissance des productions biologiques en même temps que celle des produits typiques.

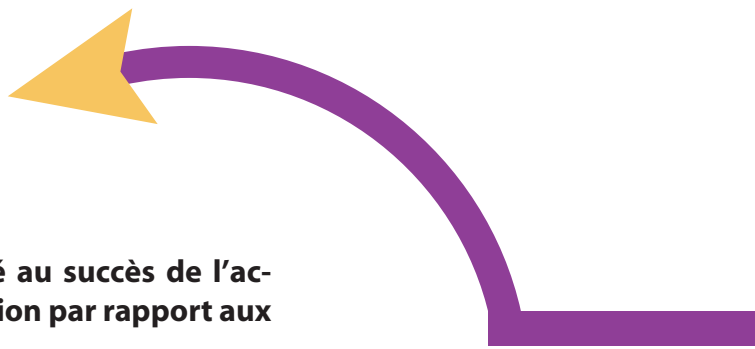


Les fermes ouvertes sont un exemple d'exploitations agricoles multifonctionnelles, qui comptent dans leurs activités :

- l'accueil agro-touristique
- la vente directe
- la promotion et la valorisation des spécialités locales
- la protection et l'aménagement du territoire
- le lien entre les «productions» et les cultures qui se rapportent à l'histoire locale et à la sauvegarde des traditions, des goûts et des variétés en voie d'extinction/disparition.

L'initiative valorise l'image de l'agriculture et fait la promotion des exploitations agricoles qui participent auprès d'un vaste public de citoyens, de familles, de jeunes.

Les agriculteurs impliqués sont très satisfaits puisqu'ils voient plus dans cette initiative une opportunité de contact direct avec les citoyens pour faire connaître la valeur de leur travail et l'engagement nécessaire pour produire des aliments de qualité, qu'une véritable foire conviviale.



Quels sont les facteurs qui ont contribué au succès de l'action de promotion ou de communication par rapport aux objectifs de départ ?

	Evaluation * :	Commentaires :
La pertinence et l'impact du message	+++	L'initiative a commencé au bon moment : c'est par les exploitations agricoles que les citoyens ont manifesté un grand intérêt à créer un lien dans le territoire, à favoriser la rencontre ville-campagne.
L'information et la communication préliminaire	+++	A la fin de la première édition, les outils de communication édités (guides et affiches) ont eu un impact positif sur les consommateurs. Les images utilisées pour la couverture du guide durant des années se sont avérées appropriées et ont stimulé la curiosité des citoyens.
La planification des moyens	++	
L'implication des partenaires socio-économiques	+++	Un important facteur du succès du projet « Fermes ouvertes », qui s'est confirmé en peu d'années, est certainement la forte interaction et la synergie entre le secteur public (Région et Province) et privé (exploitations agricoles)
L'implication des partenaires institutionnels	+++	Le groupe de travail régional du projet « Fermes Ouvertes », constitué par les références d'orientation des consommations et éducation alimentaire de la Région et de la Province (Asseseurs agricoles) et de l'observatoire agro-environnemental, se réunit périodiquement pour l'organisation de l'activité.
Les moyens opérationnels	+++	Les outils de communication du projet (guide, poster, affiche) sont très importants pour faire connaître l'initiative.
Les événements (salons, foires, expositions, manifestations)	++	La participation aux foires du secteur et à l'organisation d'événements spécifiques sont des occasions importantes pour la diffusion des matériels promotionnels et de l'initiative en général.
La synergie avec les autres campagnes de communication	+	
Les moyens financiers mobilisés	++	En plus des moyens financiers, la mobilisation et la synergie des ressources humaines a été déterminante.
La répétition des actions	+++	L'initiative, jointe à la huitième édition, est désormais connue et attendue des citoyens-consommateurs.

fortement :+++ moyennement :++ faiblement :+



IV – LES CONTACTS UTILES (personnes - sites)

Mme Tiziana NASOLINI

Osservatorio Agroambientale

Via Masiera I 1191,

47020 Martorano di Cesena (FC)

tel. 0547.380637, fax 0547.380795

info@osservatorioagroambientale.org

www.regione.emilia-romagna.it/fattoriedidattiche

Mme Rossana Mari

Regione Emilia-Romagna

Assessorato Agricoltura

Viale Silvani 6,

40122 Bologna

P.O. Orientamento dei consumi e educazione alimentare

tel. 051.284434, fax 051.284359

rmari@regione.emilia-romagna.it