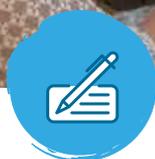


les **AGRI** Culturelle

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE



Capitalisation et essaimage de l'évènement

Pourquoi ce guide méthodologique ?

Suite au succès des Agriculturèle, un grand nombre d'acteurs (paysans et animateurs) nous ont sollicité pour les accompagner à monter un tel événement sur leur territoire. Nous avons donc décidé, suite à 4 années d'expériences, de réaliser ce guide pratique et opérationnel qui réunira l'ensemble des étapes clés, des conseils, des points de vigilance et des astuces.



A utiliser pour mettre en place
une édition des Agriculturèle réussie.

Ce guide est le fruit d'un travail de capitalisation issu de plusieurs éditions des "Agriculturèles" mises en place par la FRCIVAM OCCITANIE. Merci aux paysans engagés dans cette démarche : Sandra et Michel Carrié, Benopit Thérond, Elodie et Yézid Allaya, Alexandre Sintes et Marc et Fatiha Pratlong.

A qui s'adresse-t-il ?

Ces fiches s'adressent principalement aux agents de développement accompagnant des collectifs d'agriculteurs.



Qu'est-ce que les Agriculturelles ?



Suite au succès de l'évènement agri touristique annuel L'Hérault de ferme en ferme, les agriculteurs du circuit Pic Saint-Loup, adhérents à la FRCIVAM OCCITANIE ont eu l'idée de produire une seconde manifestation sur leur territoire. L'idée était d'utiliser les notions abordées lors de l'Hérault de ferme en ferme (visite de ferme, découverte des agriculteurs, valorisation des produits locaux) mais en y ajoutant une touche artistique et culturelle.

C'est ainsi qu'en 2015, est née la première édition des Agriculturelles. Le concept est innovant dans la région puisqu'il s'agit d'un événement d'agri tourisme co-construit entre la FRCIVAM, des agriculteurs, des artistes et des associations culturelles locales.

L'objectif est ainsi d'héberger dans une ferme une rencontre inhabituelle entre le monde de l'art et le monde agricole. Rencontre accessible à tous, et notamment à un public familial.

Lors des Agriculturelles il est possible de :

- * **Déguster** des produits agricoles locaux issus des agriculteurs participants (vins, fruits et légumes, produits transformés...)
- * **Découvrir** une exploitation agricole (celle de la ferme accueillante)
- * **Apprécier** des manifestations culturelles issues d'artistes et d'associations locales (concerts, spectacles, cirques, ateliers de création ...)

Les enjeux de ce projet sont doubles pour les agriculteurs et les artistes. D'une part cela leur permet d'apporter un chiffre d'affaire ponctuel en vendant une partie de leur production pendant les périodes de récoltes estivales. D'autre part cela permet d'améliorer leur visibilité locale et ainsi de mieux se faire connaître auprès des habitants et des touristes.



Mais c'est aussi et avant tout faire partie d'un projet collectif.

7 fiches

pour mener à bien vos projets agritouristiques

1. Un collectif organisateur soudé p. 4
2. Une ferme accueillante et un lieu adéquat p. 6
3. Un budget visant l'équilibre p. 7
4. Des étapes clés pour réussir p. 8
5. Une communication efficace, le nerf de la guerre p. 11
6. Les artistes, un statut à découvrir p. 17
7. Repas et buvette : de bons produits du terroir p. 19

2 annexes

pour sécuriser vos projets

1. Feuille de route pour les réunions p. 22
2. Fiche LEADER complétée p. 23

Mettre en place une charte de participation qui fixera les bonnes conditions pour participer à l'évènement.

L'objectif n'est pas de contraindre les acteurs mais de limiter les abus. Vous trouverez des conseils pour rédiger une charte propre à chaque évènement et qui s'adapte aux spécificités du lieu, des acteurs, des envies ...

QUEL COLLECTIF D'AGRICULTEURS ORGANISATEURS ?

Un collectif idéal : des **producteurs qui se complètent** au niveau de la gamme de produits.

L'ensemble des produits des agriculteurs pourra ainsi composer **l'assiette paysanne** (ex : maraîchers et éleveur) et fournir le bar (ex : un vigneron).

L'ensemble des **décisions** doivent être prises de manière **collective** pour fixer des règles qui soient respectées tout au long du projet.

1 CRÉER UNE VISION COMMUNE

Réunir le collectif d'agriculteurs une première fois pour définir ensemble le projet.

1. CHOISIR DES VALEURS COMMUNES (« un évènement à notre image : simple) qui touchent au coeur de l'évènement, le type d'évènement (spectacles, concerts...), les types d'acteurs à inviter (familial, jeune public...)



Un évènement à notre image : simple

2. FIXER LES ORIENTATIONS DU PROJET :

Déterminer :

- * Le nombre de ferme organisatrices (valider ensemble s'il est possible de rejoindre le groupe plus tard et sous quelle condition)
- * Ampleur de l'évènement (50-500 personnes ?)
- * Type d'évènement (nombre de spectacles, concerts, cirque)
- * Durée de l'évènement (1-3 journées, soirées...)
- * Nombre de bénévoles



Conseil

*

Il est essentiel de constituer un groupe soudé, qui s'engage, s'entende et se respecte. Pour éviter des abus il faut que les agriculteurs s'engagent à accomplir leurs missions. Il faut que les valeurs et les intérêts de chacun soient partagés. Il faut de la convivialité et une vision commune. En prenant en compte le caractère et la sensibilité de chacun.



Besoin de tact entre les gens.





2 PRÉVOIR UN CALENDRIER DE RÉUNION

Il est important d'avoir un ordre d'idée du temps que prendra l'organisation d'un tel événement (le nombre approximatif de réunions).

AVANT

- * 1 réunion pour réunir le collectif (8 à 9 mois avant l'évènement)
- * 2 à 3 réunions pour faire le point au fur et à mesure
- * 1 réunion de briefing peu de temps avant l'opération (3 semaines avant l'opération).

PENDANT

- * Se retrouver la veille pour installer le plus gros (tables, chaises, bar...)
- * Être présent le jour J

APRÈS

- * 1 réunion bilan et perspectives



Conseil

Répartir le rôle de chacun. selon les affinités, les connaissances, les relations et les envies :

La personne qui va rechercher les artistes pour les spectacles, celle qui va chercher des concerts, la personne qui est plus à l'aise dans la confection de repas, la personne à l'aise avec les élus et la recherche de financement...



Prendre le temps de fixer ensemble les tâches qui devront être réalisées et sur quelles périodes.

Charte d'engagement 

En tant qu'**organisateur** des Agriculturales 2019 je m'engage à :

- 1) Participer à l'ensemble des réunions d'organisation (5) :
 - o En Mars – Fixation de la date, des pistes d'artistes, la stratégie de communication, fixation du lieu, conception graphique
 - o Avril – Précision du programme, logistique, plan du site, communication, composition du bar et de l'assiette, organisation de l'espace du site
 - o Juillet – Organisation et répartition des rôles, points sur le matériel
 - o Aout - Briefing avant l'opération
 - o Septembre – Bilan
- 2) Participer à une journée de formation
- 3) Participer au montage et démontage du site
- 4) Participer à l'évènement
- 5) Ne pas prendre de décision seul (en dehors du collectif)

Fait le ... Signature

* Fiche 2 Une ferme accueillante et un lieu adéquat

CHOISIR le lieu est crucial pour la réussite de l'évènement.
Il doit répondre à plusieurs critères.

1 RESPECTER LES CONTRAINTES *

La ferme accueillante doit respecter les conditions suivantes :

- * Facilité d'accès
- * Présence d'un **parking** (ou possibilité d'en installer un)
- * Abords de la ferme (rangés, nettoyés, authentiques, accueillants...)
- * Présence d'un **abri** en cas de pluie
- * Présence de toilettes (ou possibilité d'en installer)
- * Accès à l'**eau potable**
- * Site sûr (chiens, trous, engins tranchants, etc.)
- * **Disponibilité** et grande volonté de l'agriculteur pour les Agricultrices (accueil des artistes pour visiter le site...)
- * Un **local** disponible pour accueillir les artistes

Ces éléments ne sont pas exhaustifs mais permettent de définir une charte d'accueil pour chaque agriculteur accueillant. L'**accueillant** a davantage de **charge de travail** mais le **collectif** doit s'engager au **montage et démontage** du site.

2 AMÉNAGER LE LIEU *

Il est important de se rendre sur le lieu de l'évènement.
L'idéal est d'organiser les réunions sur le lieu d'accueil.



Point de vigilance *

Le pouvoir de la ferme organisatrice ne doit pas être trop important, « Celui qui accueille a ses propres responsabilités » -> « La ferme hôte est à disposition et pose ses limites, mais **les décisions sont prises collectivement** » (ex : emplacement du bar, de la scène...)

Conseil *

- **Délimiter les zones** pour chaque activité (bar, distribution des assiettes, concerts, animations, spectacles...).
- Veiller à ce qu'il y ait des **points d'ombres**.
- Anticiper si vous devez débroussailler ou tondre pour rendre le lieu **accessible et accueillant**.
- Faire le tour et **vérifier** l'ensemble des espaces : parking, toilette, loges...

* Fiche 3 Un budget visant l'équilibre

Identifier les dépenses et les recettes de l'événement.
Votre budget dépendra également du nombre d'entrées.

1 RÉALISER UN BUDGET PRÉVISIONNELS

Dépenses	Recettes
Artistes	Entrées payantes x nombre de visiteurs
Communication	Repas et boissons x nombre de visiteurs
Décoration (guirlandes...)	Subventions ?
Divers (gants, nappes, scotch, sac poubelles, papier toilettes, location vaisselles ...)	Cotisation des organisateurs ?

Lister les possibles recettes

- * Prix d'entrée (fixer un prix d'entrée différencié pour les adultes et les enfants.)
- * Repas et les boissons
- * Subventions
- * Cotisation des agriculteurs



Préalable

Avant de s'embarquer dans l'aventure des agriculturales, il est incontournable de concevoir un budget prévisionnel équilibré.

2 DES QUESTIONS FINANCIÈRES À ABORDER AVEC LE COLLECTIF

- * **A quel prix les produits sont vendus au groupe organisateurs ?**

Exemple de gestion : Les produits sont vendus au prix coûtant au groupe par chaque agriculteur

- * **Comment vont être gérés les bénéfices ?**

Exemple : les bénéfices seront redistribués en divisant le total par le nombre d'organisateur ou les bénéfices seront réinjectés dans le projet



Point de vigilance

- **Tarif enfant :** attention de bien déterminer en collectif à partir et jusqu'à quel âge l'enfant doit payer le « tarif enfant » (ex : 6 ans - 18 ans).
- **Attention à la gestion des stocks** concernant l'apport des matières premières -> chaque agriculteur doit donner son stock entrée et sortie c'est-à-dire la quantité de produits apportés et récupérés à la fin de l'événement. Exemple un vigneron doit connaître le nombre de bouteilles apportées le jour j et le nombre de bouteilles récupérées à la fin de l'événement (les bouteilles invendues)

Anticipation : les questions financières doivent être **abordées et validées** au départ pour éviter les quiproquos entre les organisateurs par la suite.

3 RECHERCHER DES FINANCEURS

Voici une liste de financeurs potentiels :

- * Région,
- * Département,
- * Communautés de communes,
- * LEADER,
- * Sponsors...

Voir l'annexe "Fiche LEADER"

* Fiche 4 Des étapes clés pour réussir

Organiser la logistique en segmentant les actions à mener en étapes clés permet de coordonner plus sereinement l'évènement et d'anticiper toutes les tâches à réaliser.

1 CHOISIR UNE DATE ET UNE DURÉE

Cette phase est très importante car il faut déterminer le moment qui interfère le moins avec les autres événements de la région et ainsi attirer le maximum de visiteurs.

- * Éviter les périodes de vacances scolaires où un grand nombre de personnes quitte la région.
- * Pensez aux horaires de travail du public si l'évènement a lieu un jour de semaine, ne pas le commencer trop tôt (à partir de 17h).



Astuce

Le dernier jeudi d'août est une très bonne date. En effet, les marchés de producteurs de pays sont pour la majorité terminés. La plupart des personnes sont rentrées de vacances. Il n'y a quasiment plus de festivals. Ce n'est pas encore la rentrée scolaire.

2 PRÉVENIR, PAR SÉCURITÉ, LES INSTITUTIONS

Une fois le lieu identifié, il est conseillé, mais pas obligatoire, de prévenir :

- * Gendarmerie
- * Mairie (adresser au Maire un courrier qui informe de la date, l'heure et du contenu de l'évènement envisagé).
- * Assurance

A partir de l'heure d'ouverture des portes au public, l'organisateur et le propriétaire des lieux sont les seuls responsables de la sécurité.

3 RÉSERVER LE MATÉRIEL

Faire les demandes de prêt (barnum, tables et chaises) le plus tôt possible pour bloquer la date auprès des mairie, communauté de commune ou autres structures pouvant les mettre à disposition.





4 ÉTABLIR UN PROGRAMME

- * Définir le type d'animations souhaitées (ex : du spectacle, des ateliers pour les enfants, des concerts ...),
- * Faire un tour des contacts artistiques de chacun des participants
- * Etablir un horaire et une durée pour chaque animation

5 ORGANISER LE BÉNÉVOLAT

Il est essentiel de prévoir un pool de bénévoles ! C'est déterminant pour la réussite de l'évènement.

- * Faire un tour de table des organisateurs et identifier le nombre de bénévoles disponibles
- * Etablir la liste et le nombre de personnes nécessaires par poste

Exemple

- 16h30 à 19h00 - marché paysan
- 16h30 - ouverture du bar
- 17h - visite guidée de la ferme avec déambulation (1h)
- 17h à 20h - les ateliers créatifs
- 18h30 - spectacle cirque (45 min)
- 19h30 - apéro et fanfare (1h)
- 20h - assiette gourmande
- 20h30 - concert (2h30)

Espaces	Nombre de personnes
Bar	4 personnes
Confection des assiettes	
Distribution des assiettes	4 personnes
Grillade	2 personnes
Parking	
Accueil / caisse assiette repas	2 personnes
Total	

- * Briefer les bénévoles en amont de l'évènement
- * Prévoir de nourrir les bénévoles le jour J. Fixer en amont avec le collectif ce qui sera offert aux bénévoles (repas collectif, une assiette, 1,2 ou 3 verres...)
- * Prévoir avec le collectif de remercier les bénévoles



Astuce

Vous pouvez prévoir un repas collectif, et boisson pour l'ensemble des bénévoles le jour de la manifestation et/ou paniers garnis...

6 ASSURER L'INSTALLATION MATÉRIEL ET METTRE EN PLACE LE FLÉCHAGE

Le montage du plus gros de l'installation se fait généralement la veille de l'évènement (le nettoyage / débroussaillage/ accès du site se fait en amont).

7 IDENTIFIER LES ORGANISATEURS ET LES BÉNÉVOLES LE JOUR J

Les bénévoles ne se connaissent pas tous. Prévoir des tee-shirt, brassard, chapeaux ou autre signe de reconnaissance permettra d'identifier rapidement des bénévoles et organisateurs entre eux mais également auprès du public.

8 GÉRER LES ENTRÉES

Prévoir une seule et unique entrée avec un stand d'accueil et un marquage.



Astuce

Acheter des tickets avec souches pour comptabiliser le nombre de visiteurs ou marquer la peau avec un tatouage (ex : le tampon utilisé pour les oeufs) afin que les gens puissent sortir et entrer s'ils le souhaitent.



Fiche 5 Une communication efficace, le nerf de la guerre

Faire connaître l'évènement au niveau du territoire
et attirer suffisamment de personnes pour le rendre viable.

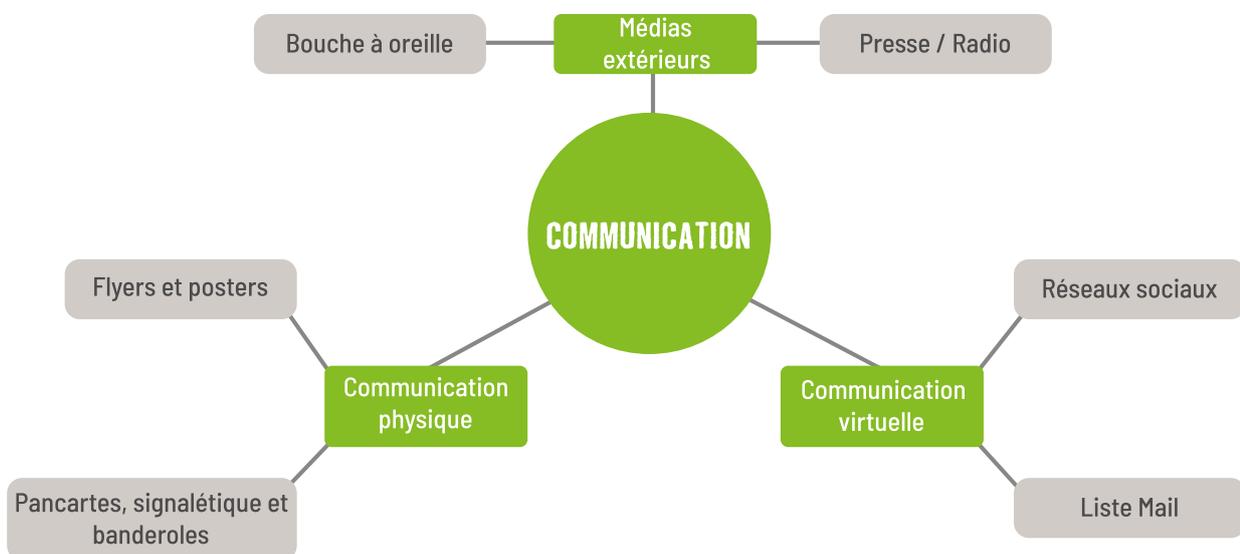
La communication est le nerf de la guerre
pour un événement touristique
alors il est important de ne pas négliger cette phase.

1 LES ÉTAPES

1. Trouver une identité visuelle (logo, palettes de couleur, polices d'écriture ...)
2. Adapter la stratégie de communication au budget attribué
3. Trouver des spécialistes pour chacun des objectifs et déléguer certaines tâches au besoin (graphistes, vidéaste, imprimeurs...)
4. Mettre en place, assurer la diffusion de la communication

Point de vigilance

Echéancier : Commencer environ 3 mois avant l'évènement



2 LES OUTILS PHYSIQUES

La communication physique est un outil marketing très puissant si elle est correctement utilisée. Elle requiert cependant un budget plus important que le reste de la communication notamment à cause des impressions.

1. FLYERS ET AFFICHES

Pour communiquer sur l'évènement, rien de mieux que la distribution de flyers et l'affichage dans les commerces de

proximité. Il est important que cette communication soit efficace et couplée à du bouche à oreille.



Ex : Les posters et flyers distribués lors de l'édition 2019

Etape 1 – Création du flyer

Il peut être réalisé par un professionnel ou par un membre du projet s'il possède les compétences de mise en page. Il existe des outils accessibles (canva, publisher, scribus...).

Etape 2 – Distribution des flyers

Une distribution réalisée par le collectif d'agriculteurs est la meilleure solution. En vendant en circuit court, ils possèdent déjà une base solide de clients locaux. Il est également conseillé de distribuer les flyers dans les commerces de proximité et dans la ville qui héberge l'événement.



Conseil

Commencer la diffusion des flyers 3 semaines avant l'événement. Plus tôt, le public risque d'oublier la date.

2. UNE SIGNALÉTIQUE EFFICACE (PANCARTES ET BANDEROLES)

La création de panneaux signalétiques, banderoles, de pancartes plastifiées ainsi que de t-shirts pour les organisateurs sera primordiale pour ne pas perdre le public et lui permettre de se repérer dans l'espace.



Astuce

il faut que le flyer soit le plus fonctionnel possible pour donner le maximum d'informations au public (composition des repas, prix, lieu, horaire, date...) et un contact ou un lien vers un site ou réseau social.



Astuce

Il est important d'investir dans des T-shirts permettant de distinguer les organisateurs du reste du groupe.

La liste des pancartes

- * Accueil (+ affichage du programme et horaires de la journée en grand)
- * Toilettes
- * Parking
- * Points de vente /dégustation



Ex : Les pancartes de l'édition 2019

Le contenu des pancartes

Avoir une charte graphique harmonieuse avec l'événement (même police, même taille). La pancarte ne doit pas être trop chargée en éléments et claire dans l'information qu'elle délivre.

Il n'est pas forcément nécessaire d'engager un professionnel. Des sites comme canva.com sont idéaux pour créer rapidement des pancartes personnalisées.

Le support des pancartes

Un grand nombre de matériaux existe pour les panneaux : plastique, bois, plaque intercalaire en isorel/ bois compressé.... Le contenu peut être créé par impression, peinture, collage...

Il est possible d'utiliser une bombe de colle pour fixer proprement le document au support.

Pour protéger les pancartes, du vernis ou une plastifieuse peuvent faire l'affaire

Valeurs	Montpéran	Mail	Ville	Facebook
1	Léo	leo@pantel.com	Montpellier	Léo Exemple
2	Nina		Béziers	
3	Raphaël	raphael@chem.fr		
4				
5				

Cela peut consister en :

- * la récupération d'adresses mails si vous êtes une structure associative

- * le contact d'entités proches de la vôtre et qui peuvent potentiellement faire passer le message à leurs propres contacts
- * des contacts personnels (amis, travail, famille..)

Créez un excel et stockez un maximum d'informations sur vos potentiels visiteurs : plus cette liste sera riche et plus vous aurez un point de départ pour commencer une communication efficace.

2 LA COMMUNICATION VIRTUELLE/ DIGITALE/NUMÉRIQUE

La communication virtuelle est la plus susceptible de capter l'attention des visiteurs surtout pour ceux qui n'habitent pas à côté de l'événement.

La base de prospects

La création d'une base de donnée de personnes est la première étape à mettre en place.

Point de vigilance

La récupération de données personnelles est soumise à la législation (RGPD, Règlement Général pour la Protection des Données).

Il est donc obligatoire lors de la récupération de ces données d'en informer les potentiels visiteurs avec le message suivant : *Conformément à la loi « Informatique et Liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des informations »*

1. CRÉER UNE NEWSLETTER

A partir des adresses emails récoltées, constituer un groupe d'envoi de mail permet de communiquer facilement.

Cette newsletter peut également donner lieu à renvoyer vers vos réseaux sociaux (facebook par exemple), et vos sites internet.

Il existe de bon sites de mail-listing comme mailchimp.com (en anglais) ou sendinblue (en français).



Un extrait du mail utilisé pour l'édition 2019



La page facebook Les Agricultrices



Astuce



Ne pas envoyer un trop grand nombre de mails pour ne pas saturer les potentiels visiteurs. 2 ou 3 mails suffiront largement à vous faire connaître de votre base de contacts.

2. UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés pour communiquer et s'informer, ce sera l'un de vos moyens de communication les plus efficace si vous possédez déjà une page.

En fonction de vos compétences vous pourrez vous concentrer sur un ou plusieurs réseaux à la fois. Les plus communs sont facebook, instagram et twitter.



Astuce



Contrairement aux flyers, la communication sur les réseaux sociaux doit débiter le plus tôt possible. Pour la recherche d'un effet "boule de neige", il est conseillé de commencer peu à peu les publications au moins 2 mois avant l'événement.

Etape 1 – Définir une liste des informations à communiquer

- * Le programme
- * La date et lieu
- * La présentation des artistes et agriculteurs présents
- * Les modalités de paiement
- * Les réservations
- * ...

Etape 2 – Définir une programmation des publications

De combien de publications vais-je avoir besoin ? A quelle fréquence vais-je les poster ? A partir de quel moment.

Etape 3 – Créer le contenu des publications

Une publication doit être accompagnée d'un support visuel pour être efficace. Il faut donc agrémenter les publications de photos, des artistes, des éditions précédentes, des produits proposés par les agriculteurs.



En haut : une publication sur un des groupes d'artistes avec photos
En bas : une publication avec vidéo de présentation de l'événement



Astuce



Plus une publication est courte et plus elle captera l'attention. Soyez concis dans vos propos ! Si vous vous en sentez capable, n'hésitez pas à poster des vidéos qui restent le support le plus attractif.



Etape 4 – Publier les contenus et partager au maximum les publications à votre base de contacts, aux pages des différents participants (agriculteurs et artistes) et en allant chercher des groupes similaires au vôtre (même type d'événement, même sujet, ...)



Astuce



Faire participer régulièrement les artistes et les agriculteurs pour qu'ils puissent relancer la communication. ils seront les premiers à faire diffuser l'information autour d'eux.

4 MÉDIAS EXTÉRIEURS

1. PRESSE ÉCRITE

Le travail de communication peut facilement être boosté par des professionnels de la communication.

En premier lieu il convient de faire connaître votre événement auprès de la presse locale.

Envoyer un dossier et un communiqué de presse contenant la date, l'heure, le programme ainsi que le lieu de votre festival à un maximum d'agence de presse spécialisée

2. RADIO

Elle peut également jouer un rôle important et il peut être judicieux d'organiser une conférence de presse rassemblant les acteurs principaux du territoire : élus locaux, maires, associations, journalistes

3. BOUCHE À OREILLE

Il est nécessaire de passer par du bouche à oreille car diffuser une information peut prendre plusieurs mois. Plus tôt, vous parlerez de votre événement et plus grande sera la possibilité de vous faire connaître.



Astuce

Il existe des bottins avec les coordonnées des journalistes, renseignez-vous à Montpellier "la maison de la presse", qui permettra de diffuser à plus grande échelle l'information. La date de diffusion dépend de la périodicité du journal, il y a des journaux hebdomadaire, bimensuel ou trimestriel... attention de ne pas rater la date de clôture pour la publication de la revue.



En annexe vous trouverez un exemple de lettre adressée aux élus locaux.

* Fiche 6 Les artistes... un statut à découvrir

Nous avons là deux mondes qui ne se connaissent pas toujours : le monde agricole et le monde artistique. Ils n'ont pas les mêmes codes.

1 DÉFINIR LE MODE DE RÉMUNÉRATION *

Selon le budget du projet les artistes sont soit financés ou payés au chapeau (par les visiteurs).

S'ils sont payés au chapeau, pensez à leur donner un panier garni de produits locaux. Ils seront davantage satisfaits.

Pour cela prévoir la composition des paniers en amont :



Produits	Qui ?
1 bouteille	Benoît
1 huile aromatisé	Sandra et Michel
1 pot de miel et/ou 1 bouteille hydromel	Alex
Fromage pour 10 €	...

2 PRÉVOIR DES LOGES POUR LES ARTISTES *

Ils auront besoin d'un lieu pour se changer, se maquiller ou se concentrer.

3 PRÉVOIR LES BESOINS ET ORGANISER UNE VISITE PRÉALABLE DES LIEUX *

- * Demander en amont aux artistes leurs besoins en matériels (chaises, moquette, tables, la dimension de l'espace nécessaire, sonorisation, scène, éclairage...)
- * Faire venir les artistes sur le lieu où aura lieu l'événement limitera les problèmes de logistique de dernière minute (prises électriques, exposition, support, emplacement, accessibilité...)

4 FIXER L'HEURE D'ARRIVÉE DES ARTISTES LE JOUR J *

Anticiper la possibilité pour eux de circuler sur le site pour apporter (en véhicule) leur matériel et s'installer.



5 ORGANISER LES REPAS

Demander aux artistes s'ils souhaitent manger avant ou après leur prestation (vous saurez s'il faut leur réserver ou pas de la nourriture)

6 CLARIFIER LES CONSOMMATIONS PRISES EN CHARGES

Etre au clair avec eux sur ce à quoi ils auront droit le jour J par rapport à leur consommation (nourriture et boisson).

7 COMMENT PAYER LES ARTISTES SANS ÊTRE DANS L'ILLÉGALITÉ

Les organisateurs occasionnels de spectacle bénéficient des services du guichet unique du spectacle occasionnel (GUSO) qui permet d'accomplir en une seule formalité les différentes obligations liées à un contrat de travail. + d'info sur www.guso.com.fr.

8 UNE DÉCLARATION OFFICIELLE

Une déclaration de manifestation doit être envoyée à la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC)

9 GARE AUX DROITS D'AUTEUR

Les créateurs d'œuvres artistiques perçoivent des droits d'auteur. Ce sont la SACD (théâtre) et la SACEM (musique) qui perçoivent les droits d'auteur et leurs répertoires respectifs.

+ d'info : www.sacd.fr et www.sacem.fr



Astuce

Si vous programmez moins de 6 représentations par année civile, vous êtes considéré comme « organisateur occasionnel ».

La licence d'entrepreneur de spectacles n'est donc pas obligatoire.

+ d'info : animafac.net.



Astuce

Anticipez votre déclaration à la SACEM. Si vous la réalisez avant l'événement, vous bénéficierez d'une réduction de 20 % sur le montant de votre facture.

Partir sur un menu simple avec les produits des agriculteurs qui nécessite le moins de préparation possible.

Les Agriculturelle, c'est surtout l'occasion de découvrir la ruralité et donc les agriculteurs... mais aussi leurs produits.

Il incombe donc d'être parfait sur la disposition et la gestion de l'alimentation pour donner la meilleure image du collectif au public.

Choix des produits proposés, du marché paysan mais aussi des moyens de réservations et préparations des repas, il s'agit de bien planifier.

1 LE REPAS

1. **Choisir les produits** à proposer pour l'événement à partir des produits proposés par le collectif d'agriculteurs
2. **Fixer les prix des menus** (apéro, boissons, repas paysan ...) et le coût de revient des repas
3. **Organiser la préparation des repas** directement avec le collectif d'agriculteur
4. **Organiser la réservation et la vente** des repas

ÉTAPE 1 : CHOISIR LES PRODUITS

Il faut choisir en accord avec les agriculteurs un menu capable de valoriser l'ensemble de leurs produits.

Voici une liste de produits importants qu'il est préférable de retrouver :

- * Boissons non alcoolisées (ex : jus de pomme, sirops) et alcoolisées (vin, hydromel, bière...)
- * Menus apéros à bas prix (ex : un mélange de produits en assiette)
- * Menu principal qui regroupe l'ensemble des productions et qui sera, si possible, soumis à une réservation (ex : l'assiette gourmande de l'édition 2019)
- * Ensemble de desserts.

une assiette gourmande mélangeant les produits de différentes productions



Législation

Les paysans qui élaborent des repas de manière ponctuelle sur leur ferme ou sur un marché doivent suivre une formation pour être en règle vis-à-vis de la législation d'assurer un service de qualité. Cette formation de deux jours permet d'obtenir l'attestation Hygiène restauration.



Astuce

Évitez toutes les cuissons.

ÉTAPE 2 : FIXER LES PRIX ET LES COÛTS DE REVIENT

Cette étape est primordiale et il est important d'en convenir avec l'ensemble du collectif.

Des prix trop bas par rapport aux coûts de revient signifient une rentabilité faible et c'est la même chose si les prix sont trop hauts par rapport aux attentes du public.

- * Quel prix et quelle marge ?
- * Fixer le nombre d'assiettes maximum
- * Déterminer la décoration des tables (chic, guinguette...)



Astuce

En premier lieu, il faut estimer avec le collectif le coût des matières premières, puis évaluer le type de clientèle touchée par l'événement (jeune public, familial ..) et enfin fixer un prix de revient.

Etablir la liste des produits disponibles pour chaque agriculteur.

Pour une assiette :

Produit	Prix par assiette	Par qui ?
Pain	0,75€	Boulangerie
Salade	1,5 €	Elodie et Yézid
Vinaigrette	0,2 €	Fatiha et Marc
1/2 fromage	1 €	Sandra
2 mergez	1,92 €	David
Total	5,37 €	

Voici un exemple des prix utilisés pour l'édition 2019, pour point de référence, le public est de type familial.

Produits	Prix
Assiette apéro (tapenade, olives, patés, pain, fromage...)	4 €
Assiette fermière (mergez, fromage de chèvre, brousse, salades composées...)	14 €
Boisson (vin, hydromel, jus de pomme, grenadine, sirop)	1 à 3 € le verre
Desserts (assiette de fruit, yaourt frais)	2 € chacun

Se mettre d'accord sur la quantité de sirop, vin ou jus par verre.

Les accessoires et le matériels nécessaire pour cuisiner

- * Assiettes (des grandes pour les assiettes paysannes et de petites pour les tapas/ apéro)
- * Couverts
- * Serviettes
- * Gants pour la préparation et distribution des assiettes
- * Sac poubelles
- * Point d'eau
- * Électricité
- * Couteaux, planche à découper, saladiers...
- * Chambre froide
- * Ticket avec souche pour compter le nombre d'assiettes vendues

Préparation des salades la veille ou le jour même.

Prévoir le temps de service : environ 1h pour 200 repas

ÉTAPE 3 : ORGANISER LA PRÉPARATION DES REPAS

Installer une salle/ un espace de découpe des légumes.
Découpe la veille ou le jour même.

Selon le type de menu, le temps de préparation et le matériel/formation nécessaire sera différent (cf fiche matériel).

Il faudra donc s'assurer que l'ensemble du matériel de restauration est disponible pour la préparation lors de l'événement et en louer si nécessaire.



Astuce

Les assiettes peuvent nécessiter une préparation avant l'événement (ex : fabrique des fromages de chèvre), il faudra donc connaître le plus précisément possible le nombre de menus réservés pour éviter les pertes et prévoir une marge de 10%.

ÉTAPE 4 : ORGANISER LA VENTE ET LA RÉSERVATION DES REPAS

La préparation des repas nécessite de connaître précisément le nombre de réservations de la part du public. Pour cela, le mieux est de proposer à travers la communication un mode de réservation efficace des assiettes repas.



Astuce



Créer un sondage en ligne (type doodle) ou proposer un formulaire de réservation par mail/téléphone.

2 LA BUVETTE

DÉCLARATION D'OUVERTURE D'UNE BUVETTE

S'il n'y a pas de vigneron ou de brasseurs, l'ouverture d'une buvette temporaire requiert l'autorisation de la mairie au moins 15 jours avant l'événement. Lors de la demande d'autorisation, on précisera quel type de boissons sont vendues et on choisira une licence appropriée :

- * Licence 1 : boissons non alcoolisées
- * Licence 2 : vin, bière, cidre...

La 2^{ème} catégorie est la plus souvent demandée car elle offre à la buvette un choix assez large de boissons. Cependant, il est possible de demander, à titre exceptionnel et dérogatoire, une autorisation d'ouverture pour une buvette avec licence III (vins de liqueur, apéritif à base de vin...). Cette demande transitera alors en préfecture et fera l'objet d'une enquête préalable par la gendarmerie : type d'événement, profil des organisateurs.



Astuce



- si un vigneron participe à l'événement, l'autorisation à vendre des boissons alcoolisées ne nécessite pas forcément l'accord de la mairie pour la **Licence de type 2**.
- Prévoir 2 frigos, un pour la nourriture et un pour le bar. Pour éviter d'ouvrir sans cesse le frigo pour servir des verres de vins et garder les aliments au frais.

GESTION DU BAR

Prévoir la location/ emprunt de verres ou d'Ecocup consignées



Annexes

FEUILLE DE ROUTE

Feuille de route

Date : _____ Lieu : _____

Engagement des organisateurs : _____

Programme

Horaires ? Des pistes ? des contacts ? Spectacles ? Concerts ?

Nombre de visiteurs attendus

Communication

- Conception flyers/affiche - Nombre d'impression - Facebook

- Format - Communiqué de presse - Newsletter

Bénévoles

Apéro

Produit	Prix	Agriculteur

Assiette fermière

- Prix total : _____ Nombre : _____ Composition _____

Ingrédients	Prix par assiette	Quantité par assiette	Provenance
Pain	0,75 €		Boulangerie

Desserts

Produit	Prix	Agriculteur
Assiette de pastèques	2 €	Elodie et Yézid

Café et Thé

Produit	Prix	Agriculteur
Thé vert bio	1,5 €	Fatima et Marc

Bar

Produit	Prix	Agriculteur

--	--

Plonge

Composition des paniers de produits locaux

Les différents postes et les responsables

Espaces	Nb de personnes
Boutique	
Bar	
Confection des assiettes	
Distribution des assiettes	
Grillade	
Parking	
Accueil	

Matériels

Matériels	Ou et/ou Qui
Tables, chaises et bar	
Nappes + scotch+ serviette en papier+ ticket pour les assiettes	
Gants	
Eco cup + Verres à pieds	
Location vaisselles	
Carafes	
Matériels pour cuisiner	
Tire-bouchon	
Remorque frigorifique	
Ardoise	
Eponge	
Cendrier + sable	
Rubalise pour le parking	
4 caisses (1 repas + 1 bouteille + 1bar boisson + apéro)	
Toilette sèche	
PQ	
Barnums	
Guirlandes	
Railonge	
Fléchages	
Poubelles et sacs poubelles	
Talki walki	
Sono	
Spots, projecteurs	

Vente

Chaque agriculteur donnera un stock entrée et sortie / Chèque à quel ordre ? / Noter la somme des fonds de caisse

Logistique repas

Plan du site

FICHE PROJET LEADER

Evènement agritouristique – Les AgriCulturelles 2019

Contexte

Il s'agit d'un projet pluridisciplinaire mêlant à la fois agriculture, culture et consommation éco-responsable à l'initiative des agriculteurs :
Suite au diagnostic Circuits courts de proximité réalisé sur le territoire du Grand Pic Saint Loup, des acteurs ont mis en avant le potentiel de développement d'évènements agritouristique. Les deux dernières éditions des **AgriCulturelles** ont rassemblé 300 personnes sur le territoire. Certain agriculteur souhaiterait que cet évènement original, rassembleur, qui met en avant les richesses culturelles et agricoles du territoire, perdure.

Principe

Les agriculteurs accueillent sur leur ferme des **manifestations culturelles** de différents types, accessibles à un public familial (théâtre, contes, concerts...) dans l'objectif de créer une rencontre inhabituelle entre agriculture et culture locales. Avant ou après chaque spectacle, l'agriculteur propose une **visite** de sa ferme et une **dégustation** de ses produits. Plusieurs paysans s'associent sur une même ferme ou sur un circuit de visites pour promouvoir ensemble leurs produits.

Un repas est préparé avec les produits des agriculteurs et est proposé sur réservation. Un bar propose des boissons (vins, sirops, jus) et des tapas.

Territoire

Grand Pic Saint Loup sur la ferme Lutin Jardin aux Matelles

Public cible, bénéficiaires

- **Agriculteurs** s'investissant dans le groupe moteur de l'évènement pour mettre en avant leur métier et produits.
- Associations culturelles, troupes, groupes de musique, **artistes locaux** participant à l'évènement
- **Visiteurs** venant du territoire et plus largement de l'Hérault et d'ailleurs.

Objectifs

- **Diversifier les publics** habituels des fermes et des artistes
- **Sensibiliser** les habitants ou les visiteurs à **l'identité culturelle** et aux **richesses patrimoniales** du territoire
- Permettre aux consommateurs de découvrir une ferme et de déguster des produits fermiers, encourager la **consommation locale**
- Créer une nouvelle source d'inspiration et de créativité pour les artistes

Modalité de mise en œuvre

- Créer de la vie dans les campagnes par des rencontres **conviviales et festives**
- Permettre aux producteurs de faire connaître leur métier et leurs produits, de **communiquer** sur leur production.
- **Créer du lien** entre un groupe d'agriculteurs proches : partage de valeurs, entraide et promotion de leur métier et de leur territoire.

1) Phase 1 : Création d'un groupe d'agriculteurs et concertation

- Identification des paysans et des artistes intéressés
- Mobilisation et consolidation d'un collectif (interconnaissance, adhésion aux valeurs du civam...)
- Recherche de partenariats et partenaires financiers

2) Phase 2 : préparation du projet

- Organisation d'une journée de formation : accueil de public sur la ferme, organisation d'un repas, ...
- Cadrage du projet : forme de l'évènement, choix du lieu, des animations, du menu, du déroulé
- Elaboration de la stratégie de communication et des outils de communication (flyers, fléchages...)
- Communication (Dossier de presse, site internet, facebook, mailing...)

3) Phase 3 : mise en œuvre du projet et évaluation

- Préparer le jour J : suivi et coordination pour le bon déroulement (bénévoles, repas, planning, matériel)
- Participation à l'évènement

4) Phase 4 : Bilan et suivi

- Rédaction du bilan technique et financier, envoi aux partenaires
- Evaluation (journée de bilan avec agriculteurs sur la fréquentation, l'organisation, la communication...)

Calendrier prévisionnel des réalisations :

Phase 1 : Février - mai 2019

Phase 2 : Juin - juillet 2019

Phase 3 : Aout - septembre 2019

Phase 4 : Octobre – Décembre 2019

Résultats attendus :

Nous attendons plus de 300 participants.

Une dizaine d'agriculteurs sur le territoire de la communauté de communes du Grand Pic Saint Loup organiseront l'évènement qui sera coordonné par la FRCIVAM Occitanie.

Budget prévisionnel :

Charges de personnel	30 jours
Frais de déplacements	0,25€ du km
Prestations	Concert Spectacles Location sono
	Communication : création graphique impression Animations culturelles
Frais de structures	15%
Repas organisateurs et artistes	20
Dépenses location diverses	Barnum Tables / chaises Vaisselle frigo/ camion frigo Décoration : projecteur, guirlande, nappes

FICHE PROJET LEADER

Ce document est un guide pratique et opérationnel destiné aux agents de développement accompagnant des collectifs d'agriculteurs. Il réunit l'ensemble des étapes clés, des conseils, des points de vigilance et des astuces.



A utiliser pour mettre en place une édition des Agriculteurs réussie.

Ce document et un grand nombre d'outils sont téléchargeables sur le site de la FRCIVAM OCCITANIE.



La Fédération Régionale des CIVAM d'Occitanie est une fédération associative d'éducation populaire qui accompagne depuis les années 80 des projets collectifs en faveur d'une agriculture et d'une alimentation durables. La fédération régionale regroupe une vingtaine de fédérations départementales et groupes locaux d'agriculteurs et de ruraux d'Occitanie qui, par l'information, l'échange et la dynamique collective, innove sur les territoires.

7 fiches

pour mener à bien vos projets agritouristiques

- Fiche 1.** Un collectif organisateur soudé
- Fiche 2.** Une ferme accueillante et un lieu adéquat
- Fiche 3.** Un budget visant l'équilibre
- Fiche 4.** Des étapes clés pour réussir
- Fiche 5.** Une communication efficace, le nerf de la guerre
- Fiche 6.** Les artistes, un statut à découvrir
- Fiche 7.** Repas et buvette : de bons produits du terroir

Contact

FR CIVAM OCCITANIE
Maison des Agriculteurs – Bat B – Mas de Saporta – CS50023 – 34875 LATTES CEDEX
Tel : 04 67 06 23 40 – contact@civam-occitanie.fr

www.civam-occitanie.fr

Les partenaires



PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN AGRICOLE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL
L'EUROPE INVESTIT DANS LES ZONES RURALES