



## FORMULAIRE DE CANDIDATURE

<b>Nom du projet</b>	Elaboration de la stratégie de commercialisation et du plan de communication de la filière Baron des Cévennes
<b>Nom du Porteur de projet</b>	Association Porc Plein Air des Cévennes (Baron des Cévennes)
<b>Structure Juridique du Porteur de projet</b>	Association
<b>Nom du GAL</b>	Cévennes

### THEMATIQUES DU PROJET

Faire des territoires ruraux des créateurs de nouvelles formes de services aux publics ( <i>thèmes des projets : maintien / création services de bases à la population, revitalisation des centre-bourgs</i> )	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des territoires ouverts ( <i>thèmes des projets : coopération transnationale, interterritoriale</i> )	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des vitrines d'une ruralité dynamique et attractive ( <i>thèmes des projets : marketing territorial, valorisation du patrimoine, culture, tourisme</i> )	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des moteurs de développement économique ( <i>thèmes des projets : développement économique, commerce et artisanat, numérique</i> )	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des espaces d'excellence en matière écologique, agricole et énergétique ( <i>thèmes des projets : patrimoine naturel, transition écologique, agri-écologie, circuit-court</i> )	<input checked="" type="checkbox"/>

### ELEMENTS BUDGETAIRES

<b>Montant total du projet</b>	18 750,45 €
<b>Montant FEADER</b>	12 000,00 €
<b>Nom des cofinanceurs</b>	Syndicat Mixte du Pays Cévennes

## INTRODUCTION DU PROJET

Présenter en quelques mots et de manière communicante le projet (ce paragraphe sera utilisé comme sous-titre). (150 mots maximum)

Le Baron des Cévennes est un porc de race pure Duroc, reconnaissable à sa robe rousse. Il est élevé en plein air sous les chênaies et châtaigneraies du territoire des Cévennes. Le projet est né grâce à un collectif de passionnés accompagnés de chefs étoilés du Gard et d'acteurs locaux. L'objectif était de développer l'élevage de porcs qui était autrefois un élevage de subsistance en Cévennes, pour valoriser ce savoir-faire et ce terroir d'exception. Après plusieurs années de travail, les éleveurs proposent aujourd'hui aux consommateurs des produits de haute qualité en circuit court issus d'élevages durables, respectant le bien-être animal, l'environnement, et la santé humaine.

## PRESENTATION RESUMEE DU PROJET

Présenter de manière concise le projet. (300 mots maximum)

Les sujets à évoquer sont entre autres :

- la localisation
- les éléments de contexte (besoin d'action / problématique)
- les objectifs
- les réalisations effectives ou attendues
- le rôle de LEADER dans le projet (financement, accompagnement, mise en réseau, etc.)

Des éleveurs et des chefs étoilés créent en 2013 l'association Baron des Cévennes afin de développer une filière d'excellence agroalimentaire d'élevage de porc en plein air. En 2017, les éleveurs arrivent à garantir les volumes de porc nécessaires au développement de la filière. La production de la filière évoluant et se stabilisant, les 12 producteurs du Baron des Cévennes ont dû établir une stratégie de commercialisation, de promotion et de communication autour de leurs produits d'excellence (jambon 24 mois d'affinage, terrines, saucisses sèches...).

Ils ont sollicité LEADER pour financer les actions nécessaires au développement et à la visibilité de la filière ; ainsi qu'à la commercialisation des premiers produits « Baron des Cévennes ».

Il était important pour l'association de déterminer la stratégie de commercialisation, son positionnement, la segmentation et les axes prioritaires de vente. Les éleveurs se sont également entendus pour définir avec un graphiste l'univers graphique de la marque et la création d'un site internet marchand. Enfin, il était indispensable que chaque éleveur vende les produits « Baron des Cévennes » sous le même packaging. C'est pourquoi une entreprise a été sollicitée pour réaliser les outils marketing tels que les étiquettes, le catalogue et les roll-up et panneaux pour les salons ou foires.

Ainsi la stratégie claire et définie du positionnement commercial a permis au groupe de producteurs d'entrer dans une démarche de commercialisation commune et d'accélérer la prospection afin de valoriser la filière.

L'ambition de l'association est d'atteindre 1000 porcs /an, de continuer le rythme de production et de maintenir le poste à mi-temps de l'animatrice de l'association.

## LE CARACTERE EXEMPLAIRE / INNOVANT DU PROJET

Présenter le caractère innovant / exemplaire du projet. (200 mots maximum)

Pourquoi ce projet représente-t-il une priorité de LEADER dans votre stratégie ?

- Comment le projet a-t-il abordé un défi majeur de votre stratégie (par exemple, changement démographique, problèmes environnementaux, problèmes sociaux) ?
- Comment le projet pourrait-il être transféré à d'autres GAL ?

La filière Baron des Cévennes s'inscrit pleinement dans la stratégie de développement du territoire du GAL, à travers notamment le soutien à l'aménagement de l'espace rural, la réinstallation d'agriculteurs, l'ouverture des milieux forestiers et pastoraux, la limitation des risques d'incendies mais aussi en faveur du développement économique et de l'attractivité (investissements locaux, création d'emplois, visibilité des Cévennes...).

Grâce à ce projet la commercialisation des produits locaux est organisée et mutualisée. Les consommateurs locaux bénéficient d'une gamme de produits agricoles plus étendue et de haute qualité.

Le projet peut être transféré facilement dans d'autres GAL à condition qu'il y ait un animateur qui structure et mette en relation tous les acteurs de la filière, gère l'émergence et le développement de la production. Enfin, il semble essentiel de cibler un produit en cohérence avec le territoire et d'identifier des structures, personnes, institutions motrices.

## PHOTOS / ILLUSTRATIONS DE VOTRE PROJET

Insérer quelques photos ou illustrations du projet.

