



FORMULAIRE DE CANDIDATURE

Date de limite de candidature : 15 octobre 2021

Nom du projet	Mesurer l'impact économique des magasins de producteurs sur le territoire du Luberon Haute Provence
Nom du Porteur de projet	TRAME et INRAE
Structure Juridique du Porteur de projet	Association et Institut de Recherche
Nom du GAL	GAL Haute Provence Luberon

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 checked="" 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</i>)	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des vitrines des produits locaux (<i>thèmes des projets : circuits courts, valorisation d'un produit local</i>)	<input type="checkbox"/>

ELEMENTS BUDGETAIRES

Montant total du projet	87 552,50 €
Montant FEADER	78 797,25 €
Nom des cofinanceurs	Région SUD Provence Alpes Côte d'Azur

INTRODUCTION DU PROJET

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

Les magasins de producteurs sont-ils des moteurs résilients et non délocalisables de l'économie territoriale ? En retraçant le circuit de l'argent dépensé par les consommateurs dans un magasin de producteurs, puis par les producteurs et salariés du magasin eux-mêmes, il est possible d'identifier la part des richesses générées qui reste sur le territoire local et celle qui fuit à l'extérieur du territoire et ainsi d'évaluer l'impact du magasin sur le développement économique du territoire. Les résultats sont très bons et illustrent qu'un euro dépensé en magasin de producteurs est redépensé 2,6 à 2,8 fois dans un rayon de 30 km autour du magasin. Ce projet a mis en avant un nouvel indicateur : le coefficient multiplicateur de l'achat local.

PRESENTATION RESUMEE DU PROJET

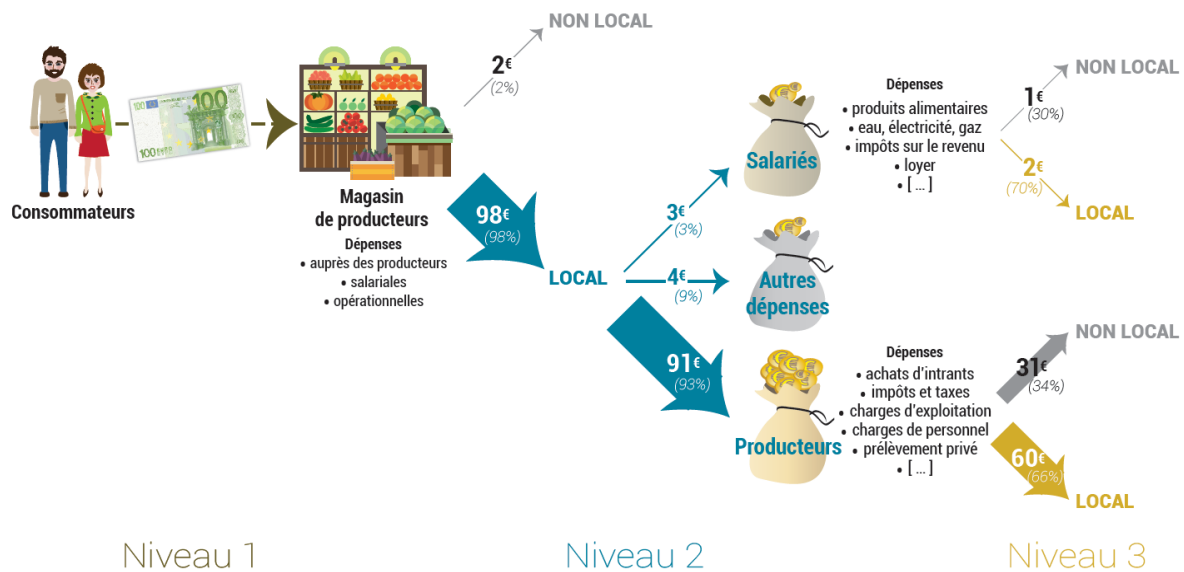
Présenter de manière concise le projet. (300 mots maximum)

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.)

Les magasins de producteurs sont une modalité de vente directe collective en plein développement.

En 2017, dans le cadre du projet Casdar MAGPRO, INRAE a développé une méthodologie de mesure de l'impact économique des magasins de producteurs, testée sur un magasin en Occitanie (cf. schéma ci-dessous). En retraçant le circuit de l'argent dépensé par les consommateurs dans un magasin de producteurs, puis par les producteurs et salariés du magasin eux-mêmes (à partir de données comptables et qualitatives), il est possible d'identifier la part des richesses générées qui reste sur le territoire local dans un rayon de 30 km et celle qui fuit à l'extérieur du territoire et ainsi d'évaluer l'impact du magasin sur le développement économique du territoire.



En 2021, avec le soutien financier des fonds européens LEADER et de la Région Sud, Trame et INRAE testent la mise en œuvre de cet outil sur le terrain à plus grande échelle auprès de 5 magasins du territoire du GAL Haute Provence-Luberon (Alpes de Haute Provence et Vaucluse), membres du Réseau des magasins de producteurs de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les résultats permettront d'éclairer la décision des acteurs publics et des consommateurs du territoire, en créant un nouvel indicateur de relocalisation des richesses sur les territoires : le coefficient multiplicateur de l'achat local.

Les premiers résultats [en cours de finalisation] sont très bons et illustrent qu'un euro dépensé en magasin de producteurs est redépensé 2,6 à 2,8 fois dans un rayon de 30 km autour du magasin.

Les résultats complets de cette étude doivent permettre :

- Une mesure tangible, fiable de l'effet multiplicateur de l'achat local pour chaque magasin, démontrant leur intérêt.
- Une aide à la décision à destination des collectivités dans la mise en œuvre de leur Projet Alimentaire Territorial ou stratégies alimentaires territoriales. Une aide pour orienter leur soutien et leur permettant de justifier le bien fondé des investissements de fonds publics dans ce modèle économique ; d'identifier les manques en matière

d'offre de biens et services si certaines dépenses sont faites hors du territoire, qui peuvent constituer un gisement pour de nouvelles activités et des emplois sur le territoire

- Un outil de communication puissant pour favoriser et développer l'achat local sur le territoire (pour orienter les consommateurs).
- Des références pour la recherche et les agents de développement (Comparer différents modèles de circuits courts/de proximité, Approfondir les enjeux en termes d'emplois créés/maintenus, d'attractivité et de dynamisme du territoire, Coupler l'effet multiplicateur avec l'évaluation de « nouveaux indicateurs de richesse » (bien-être, solidarité, autonomie...)

Le LEADER finance ce projet. L'équipe du GAL Haute Provence Luberon a été d'un soutien particulièrement important dans le dépôt, le suivi et la valorisation du projet.

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 ?

Cet outil de mesure récent, issu de la recherche, n'a pas encore été utilisé sur le terrain à grande échelle. Il a été adapté et consolidé afin de le rendre plus solide scientifiquement. Les résultats de l'étude devraient permettre d'orienter les politiques de développement économique du territoire et d'inspirer d'autres territoires. Ils démontreront le caractère exemplaire des magasins de producteurs en termes d'impact économique local.

Cette action contribue à la stratégie de Trame et du réseau des magasins de producteurs de Provence Alpes Côte d'Azur en promouvant les magasins de producteurs gérés et approvisionnés par des collectifs d'agriculteurs. Elle contribue à renforcer les stratégies alimentaires des territoires par le déploiement des circuits-courts et de proximité.

Ce projet est transférable et reproductible à d'autres GAL. Les résultats peuvent être repris par tous les GAL souhaitant des références pour développer les circuits-courts et de proximité.

PHOTOS / ILLUSTRATIONS DE VOTRE PROJET

Joindre quelques photos ou documents illustrant votre projet.