Remerciements

En préambule à ce mémoire, je souhaiterai adresser mes remerciements à mon directeur de formation, Monsieur Etcheverria, qui nous a dispensé de tous les conseils et directives utiles pour la réalisation de ce travail.

Je tiens à remercier sincèrement Monsieur Leroy, directeur technique de l'école hôtelière d'Avignon, qui s'est toujours montré à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Mes plus vifs remerciements à mes chefs, Monsieur Vitte et Monsieur Boileau qui m'ont aidé dans ma recherche de producteurs de safran dans la région.

J'aimerai remercier tout particulièrement les producteurs : Monsieur Arvicus, Madame Marcoup-Ricard, Monsieur Chaveneau, et Monsieur Comes qui m'ont accueilli avec une extrême gentillesse dans leur safranière et ont répondu avec passion à toutes mes questions.

Je souhaiterai ensuite exprimer ma gratitude au Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux, et plus particulièrement à Muriel Roubaud, chargée du projet « Ventoux Saveurs » à Carpentras ainsi qu'à Séverine Camarassa-Fonticelli, conseillère en séjour - service animation/groupes à l'office du tourisme de Carpentras, qui ont pris le temps de répondre à toutes mes questions avec une très grande précision.

Je n'oublie pas ma famille pour leur contribution, leur soutien et leur patience.

Enfin, je remercie tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail.

Sommaire général

Avant-projet tuteuré

Mémoire

Annexes

Sommaire

Introduction générale **5**
Bibliographie générale **6**
Définitions des différents tourismes **8**
Tourisme gastronomique 8
Tourisme culinaire 10
Tourisme gourmand 11
Tourisme alimentaire (ou Food tourism) 13
Oenotourisme 15
Agrotourisme (ou Agritourisme) 17
Présentation du sujet **36**
Présentation de la problématique **38**
Méthodologie **39**
Conclusion de l'avant-projet **41**
Bibliographie : Safran **42**
Fiche d'identité : Le safran **44**
Sommaire Mémoire **70**
Notes liminaires **71**
Le tourisme gastronomique en méditerranée **72**
Introduction **73**
Monsieur Arvicus – Producteur de safran à Entrechaux 75
Madame Marcoup-Ricard – Productrice de Safran à Orange 85
Monsieur Chaveneau– Producteur de Safran à Saint Christol d'Albion 90
Monsieur Comes – Producteur de Safran à Pernes les Fontaines 99
Conclusion **105**
Le tourisme gastronomique en méditerranée **112**
Introduction **113**
Association FKRC 114
Fête du Safran de Saint Christol d'Albion 115
Le SMAEMV – Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux 121
Office du tourisme de Carpentras 128
Conclusion **132**

Conclusion générale **137**

Annexes **141**

Entretiens types avec les producteurs 142

Entretien type avec les acteurs institutionnels : L'association « FKRC » 145

Entretien type avec les acteurs institutionnels : La fête du Safran de Saint Christol d'Albion 145

Entretien type avec les acteurs institutionnels : Le S.M.A.E.M.V 146

Entretien type avec les acteurs institutionnels : l'Office de tourisme de Carpentras..... 148

Introduction générale

Dans le cadre de notre Licence « Arts culinaire et de la table » Spécialité : Cuisine Méditerranéenne, il nous a été demandé de réaliser un projet tuteuré ayant pour thème général : « Le Tourisme Gastronomique ».

Le projet tuteuré étant un projet suivi, accompagné et supervisé par une autorité de tutelle (ici Monsieur Etcheverria – maître de conférences de géographie de l'alimentation à l'université d'Angers-ESTHUA) nous allons devoir mettre en avant une problématique et soulever des hypothèses sur un sujet choisis concernant le tourisme gastronomique en méditerranée.

Pour ce faire je vais tout d'abord devoir réaliser un avant-projet tuteuré dans lequel je devrais définir les différentes formes de tourisme gastronomique selon différents acteurs, mais aussi étudier divers écrits concernant ce type de tourisme. Par la suite, j'expliquerai le raisonnement qui m'a permis de trouver mon sujet, ma problématique ainsi que les hypothèses que j'ai pu en ressortir. Pour terminer je présenterai la démarche que je vais suivre afin de réaliser mon projet, de même que tous les outils utilisés afin de répondre clairement à ma problématique.

Pour la suite de mon projet tuteuré, il nous a été demandé de répondre à nos différentes hypothèses en éclaircissant la valorisation touristique d'un produit méditerranéen, ou la valorisation touristique mise en place par des acteurs par rapport à des produits ou plats, ou encore la valorisation touristique de produits qui émane de certains lieux touristiques.

Pour ce faire nous allons devoir utilisé tous les outils mis à notre disposition afin d'affirmer, nuancer ou contredire nos hypothèses dans le but de répondre à notre problématique et d'attester ou non de la mise en valeur touristique de produits méditerranéen dans un espace définit auparavant.

Bibliographie générale

Livres

- « Voyages en gastronomies, l'invention des capitales et régions gourmandes » Julia Csergo et Jean-Pierre Lemasson

- « De l'assiette aux champs » André Daguin

- Encyclopédie Larousse

- « Trésors de la cuisine méditerranéenne » Robert Ledrole

- « La cuisine méditerranéenne » Louise Picford

- « Le régime crétois, bienfaits et délices

Magazines et journaux

- Le Monde – Hors-Série – « A Table, Artisans, virtuoses et producteurs » :
« Le rapport à la cuisine fait partie de l'identité française » Patrick Rambourg
« Artisans et virtuoses, Alain Passard » Stéphane Davet
« Trois chefs reviennent à leurs sources d'inspirations » Camille Labro
« La vague bistronomie » Stéphane Davet
« L'armada des chefs étrangers » Stéphane Davet
« Frère Jean, moine cuisinier des Cévènnes » Emmanuel Tresmontant
« La revanche des pâtissiers » Philippe Boé
« Le prétendu déclin de la cuisine française » Jörg Zipprick
« Pierre Geronimi, givré des saveurs » Emmanuel Tresmontant
« La cuisine à la sauce cathodique » Christine Rousseau
« Tables et autres lieux » Stéphane Davet
« La cuisine est dans la rue » Camille Labro
« La bonne cuisine, comme chez mamie » Philippe Boggio
« Plats et spécialités, la renaissance de la cuisine bourgeoise » Emmanuel Tresmontant
« Querelles de cassoulet » Philippe Boggio
« La choucroute à une grande table » Emmanuel Tresmontant
« Eloge de la gourmandise » Guy de Maupassant
« Une pluie d'or et un piment d'amour » José – Alain Fralon
« Alex Croquet, le génie du pain » Emmanuel Tresmontant
« Produits et producteurs, confit, asperges, aligot… Contre la crise » Philippe Boggio
« Le chef et le maraîcher » JP Géné
« La symphonie des fromages » Emile Zola
« Les saveurs douces du Léman » Stéphane Davet
« Origine garantie » JP Géné
« Au bonheur du saint marcelin, du bleu et des ravioles » Emmanuel Tresmontant
« Vins et grands crus, Le vin français selon Jim Harisson » Laure Gasparotto

« Savourer un grand cru français sur la Costa Brava » Laure Gasparotto
« La gloire des vins français » Colette
« Toqués des vins » Gérard Davet
« Bienvenue dans la foodosphère » Camille Labro

Articles

- Rapport sur l'oenotourisme de Paul Dubrule

- Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, Dossier de candidature : La diète méditerranéenne, UNESCO

- « Rural Wine and Food tourism cluster and network development – C. Mickael Hall
« Fromagers, restaurants, vignobles, éleveurs, boulangeries, alouette! » Simon Diotte – 25 mars 2009

- « Food tourism around the world: Development, Management and Markets » - C.Mickael Hall.

- « Gastronomy, Food and Wine Tourism » – Carlos Costa

Webographie

Site de l'O.M.T – Organisation Mondiale du Tourisme - *www2.unwto.org*
Blog des étudiants du Master « Loisirs, tourisme et développement territorial » université de Pau
Site du ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme
Site de la commission canadienne du tourisme
Site de l'observatoire partenarial lyonnais en économie
Site de l'université de Savoie
www.leglobeveilleur.com
Norois.revues.org
Site de l'observatoire du tourisme du jura
Site du Collège CA-Rouen
www.teoros.com
www.sunfrance.com/presse
Site de l'encyclopédie Larousse
www.winetourisminfrance.com
www.arev.org
www.voyageons-autrement.com
Site du groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec – *www.agr.gouv.qc.ca*
Site du ministère de l'agriculture ;
Site de la Chambre d'Agriculture de Champagne Ardenne

Définitions des différents tourismes :

Selon L'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme se définit par « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs ».

Le tourisme se subdivise en différentes catégories : le tourisme culturel, balnéaire, de montagne, sportif, religieux ou encore gastronomique. C'est ce dernier auquel nous allons nous intéresser plus particulièrement.

Ainsi, afin de faciliter la compréhension de notre thème général du projet tuteuré : « le tourisme gastronomique », il nous a été demandé de le définir sous différentes formes : tourisme gastronomique, tourisme culinaire, tourisme gourmand, tourisme alimentaire (ou food tourism), oenotourisme et agrotourisme (ou agritourisme). Pour cela, nous avons dû chercher une définition pour chacun de ces mots par les acteurs professionnels, les acteurs touristiques, les guides, les acteurs agricoles, et les acteurs de la culture.

TOURISME GASTRONOMIQUE :

Par les acteurs professionnels :

« Le tourisme gastronomique comprend aussi bien la visite de restaurants choisis pour la réputation de leur chef ou pour leur caractère local, que la dégustation de produits du terroir. Les vins et visites de caves prennent une large part dans cette forme de tourisme. »

OPALE-LYON – Observatoire Partenarial Lyonnais en économie

Par les acteurs touristiques :

« Les consommateurs sont donc de plus en plus à la recherche d'expériences authentiques comme les traditions culinaires locales, le tourisme gastronomique est également un important vecteur de développement produit à partir des ressources locales de sorte que l'argent des touristes est réinvestis localement. »

Site de l'OMT, citation de l'article « Le tourisme gastronomique : un important pilier pour la croissance du tourisme sur la route de la soie »

Par les guides :

« Ici le touriste organise le voyage autour d'un ou plusieurs établissements de renommée internationale. Il est prêt à parcourir des distances importantes, mais il se déplace peu une fois arrivé à destination. »

Blog des étudiants du Master « Loisirs, tourisme et développement territorial » Université de Pau

Par les acteurs agricoles :

« De nos jours, les producteurs des plaisirs de la table se transforment en attraction touristique de première importance. Ils constituent la quête des touristes fins gourmets, toujours à la recherche de produits nouveaux, frais et authentiques, peu importe le nombre de kilomètres à parcourir. Ainsi, on assiste, depuis une quinzaine d'années, à l'émergence d'une nouvelle forme de voyage: le tourisme gastronomique. »

Extraits de « Fromagers, restaurants, vignobles, éleveurs, boulangeries, alouette! » - Cyberpresse, par Simon Diotte - 25 mars 2009

Par les acteurs de la culture :

« La gastronomie symbolise l'art de vivre à la Française, comme en témoigne l'inscription du repas gastronomique des Français au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO. En contribuant au rayonnement de nos territoires bien au-delà de nos frontières, elle est également un facteur essentiel de l'attractivité internationale de la France. »

Sylvia PINEL, ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme

TOURISME CULINAIRE :

Par les acteurs professionnels :

« Le tourisme culinaire consiste à découvrir et explorer la culture et l'histoire (d'un lieu) à travers son alimentation et les activités qui lui sont liées, par la créations d'expériences mémorables »

Culinary tourism, sociologue américaine Lucy Long, 1998

Par les acteurs touristiques :

« Le tourisme culinaire va au-delà de l'expérience de la fine cuisine. Il comprend les activités culinaires, agrotouristiques et agroalimentaires spécialement conçues pour les touristes qui mettent en valeur les aliments et les boissons qui fournissent l'occasion de découvrir les plats propres à une région et de reconnaître le talent et l'ingéniosité des artisans. »

CTT – Commission canadienne du tourisme – Sommet mondial du tourisme culinaire

Par les guides :

« Tourisme culinaire : Le touriste choisit sa destination en fonction de l'intérêt culinaire et culturel qu'elle présente. Il est susceptible de fréquenter des restaurants gastronomiques mais cherche surtout à saisir l'essence du lieu visité à travers de multiples activités. Il parcourt des distances moyennes pour satisfaire ses goûts, une fois à destination il se déplace sur son lieu de vacances. »

Blog des étudiants du Master « Loisirs, tourisme et développement territorial » Université de Pau

Par les acteurs agricoles :

« La gastronomie est devenue un élément indispensable pour connaître la culture et le mode de vie d'un territoire. Elle englobe quelques dimensions du tourisme d'aujourd'hui: respect des cultures et des traditions, mode de vie sain, authenticité, durabilité, expérience. Elle représente également une occasion de revitaliser et de diversifier l'offre touristique, de promouvoir le

développement économique local, d'impliquer des professionnels de différents secteurs et d'ouvrir de nouvelles voies au secteur primaire. (…)

La popularité du tourisme culinaire résulte de la croissance des offres de qualité et de la consolidation d'un marché distinct. Ses adeptes recherchent le caractère authentique des lieux visités. Ils sont soucieux de l'origine des produits qu'ils consomment et reconnaissent la gastronomie comme moyen de socialisation et de partage d'expériences. Ce type de touriste dépense plus que la moyenne, est exigeant et évite l'uniformisation. »

Le Globe Veilleur - Thématique: Gastronomie, Tourisme durable - Amélie Racine - 2012

Par les acteurs de la culture :

« Le tourisme culinaire représente un ensemble d'activité récréatives liées à l'alimentation dont le développement récent semble spectaculaire. »

Université de Savoie

TOURISME GOURMAND

Par les acteurs professionnels :

Régis Marcon, chef triplement étoilé au *Guide Michelin*, est à l'origine d'une dynamique de développement local par le tourisme gourmand dans le village de Saint-Bonnet-le-Froid, à la limite entre la Haute-Loire et l'Ardèche. Son choix délibéré de rester dans son village natal et d'y proposer une restauration de luxe repose sur une valorisation des ressources alimentaires locales. En privilégiant les circuits courts dans son approvisionnement et en bâtissant sa réputation gastronomique sur la promotion du localisme culinaire, Régis Marcon a revitalisé l'économie locale en s'appuyant sur des réseaux de solidarité familiale, économique et sociale.

norois.revues.org

Par les acteurs touristiques :

Le rapport réalisé par l'observatoire départemental du tourisme du Jura évalue à 37 millions d'euros en 2002, répartis sur les principaux acteurs du tourisme gourmand. Ce même rapport évalue aussi la dimension sociale en chiffrant à 523 le nombre d'emplois concernés chez les vignerons et 160 dans les fromageries. Jacinthe Bessière, professeur à l'université de Toulouse le Mirail, est l'auteur de la thèse intitulée « Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial ». Elle garantit la dimension sociale du tourisme gourmand en déterminant le patrimoine gastronomique comme « un facteur de dynamisation et d'organisation sociale de groupes locaux ». Les stratégies d'acteurs engendrées par le développement du tourisme gourmand bénéficient ainsi à la société locale en construisant des bases d'échanges et de dialogue entre les acteurs concernés.

Observatoire départemental du tourisme du jura

Par les guides :

« Le tourisme gourmand est avant tout une expérience culinaire. Le tourisme gourmand semble d'ailleurs se pratiquer aussi bien dans un grand restaurant d'une capitale qu'à la ferme, dans une auberge de village que dans un vignoble voir dans un abri sommaire au sommet d'une montagne ou sur une péniche. »

Téoros – Revue de recherche sur le tourisme, sur internet

Par les acteurs agricoles :

« Ces travaux ont ainsi pu permettre des avancées certaines sur la qualification du tourisme gourmand, mais aussi sur l'alimentation dans la pratique touristique en en signifiant tout autant le caractère indissociable que le rôle moteur dans l'imaginaire des touristes. Le patrimoine alimentaire et culinaire apparaît alors comme l'une des composantes du voyage, du moment projeté, vécu ou retrouvé par les touristes, participant de la qualification, même de la destination dans ce rapport affectif et nous dirions presque sensible au lieu. »

Observatoire départemental du tourisme du jura

Par les acteurs de la culture :

« Le tourisme gourmand se définit par rapport aux touristes qui mangent ailleurs la nourriture de l'autre à travers laquelle ils découvrent les plats propres à une région, son histoire, son savoir-faire ainsi que les talents et l'ingéniosité des artisans. »

Collège Ca-Rouen

TOURISME ALIMENTAIRE (ou FOOD TOURISM) :

Par les acteurs professionnels:

"The Michelin three-stars chef Régis Marcon has impulsed food tourism as a local development strategy in Saint-Bonnet-le-Froid, a village at the border of Haute-Loire and Ardèche (in the eastern part of the French Central Massif). Regis Marcon chose deliberately to set his luxurious restaurant in his native village and to cook in a local fashion. He has built his gourmet reputation through a local food system and through culinary localism, developing the local economy based on familial, economic and social networks."

> Traduction :
> « Régis Marcon, chef triplement étoilé au Guide Michelin, est à l'origine d'une dynamique de développement local par le tourisme alimentaire dans le village de Saint-Bonnet-le-Froid, à la limite entre la Haute-Loire et l'Ardèche. Son choix délibéré de rester dans son village natal et d'y proposer une restauration de luxe repose sur une valorisation des ressources alimentaires locales. En privilégiant les circuits courts dans son approvisionnement et en bâtissant sa réputation gastronomique sur la promotion du localisme culinaire, Régis Marcon a revitalisé l'économie locale en s'appuyant sur des réseaux de solidarité familiale, économique et sociale. »
>
> *norois.revues.org*

Par les acteurs touristiques :

"Food and wine tourism has emerged as a major area of interest for tourism studies, particularly in rural regions. While some of this interest is undoubtedly related to an increased awareness of the cultural significance of food in everyday life, much of the growth of writing on wine and food

tourism parallels the extent to which rural areas have sought to innovate and diversify their agricultural bases through tourism –related consumption and production."

> Traduction:
> « Le tourisme alimentaire et l'oenotourisme sont devenus un domaine d'intérêt majeur pour les études concernant le tourisme, particulièrement dans les régions rurales. Alors que certains de ces intérêts sont sans doute liés à une prise de conscience accrue de l'importance culturelle de la nourriture dans la vie quotidienne, une grande partie de l'augmentation des recherches sur l'oenotourisme et le tourisme alimentaire est dû aux recherches sur l'innovation et la diversification, dans les zones rurales, de l'agriculture pour les touristes (consommation et de production). »

Rural wine and Food Tourism Cluster and Network Development – C. Michael Hall

Par les guides:

"Food Tourism around the world: Development, Management and Markets are ideal for students and practitioners of the cultural tourism industry, specifically for those involved in the food tourism industry. Using international case studies and examples from Europe, North America, Australasia and Singapore, it discusses the development, range and repercussions of the food tourism phenomenon.

The main issues discussed and analysed concern the food tourism product, food tourism and consumer behavior, cookery schools and educational vacations. Food as an attraction in destination marketing. Food and wine are vital components of the tourism experience and are increasingly being seen as prime travel motivators in their own right."

> Traduction:
> « Le tourisme alimentaire dans le monde: le développement, la gestion et les marchés sont idéals pour les chercheurs et les praticiens de l'industrie du tourisme, en particulier pour ceux qui sont impliqués dans l'industrie du tourisme gastronomique. En étudiant des études de cas et des exemples internationaux venant d'Europe, d'Amérique du Nord, d'Australie et de Singapour, nous pouvons constater la portée et les répercussions du phénomène de tourisme alimentaire dans le monde.
> Les principales questions examinées et analysées concernent le produit touristique alimentaire, le tourisme alimentaire et le comportement des consommateurs, les écoles de cuisine et les vacances scolaires. La nourriture est un élément important dans le marketing. La nourriture et le vin sont des éléments essentiels de l'expérience touristique et sont de plus en plus considérés comme des motivations pour les touristes dans leurs choix de destination de vacances.»

Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets - Edited by C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis and Brock Cambourne - Butterwort-Heinemann/Elsevier, Oxford, 2003, 373 pp.

Par les acteurs de la culture :

« La gastronomie est l'analyse réflexive de ce que nous mangeons. Tourisme alimentaire peut être définie comme les visites aux producteurs d'aliments primaires et secondaires, festivals culinaires, des restaurants et des lieux spécifiques pour lesquelles des aliments savoureux et / ou confrontés à des attributs de régions spécialisées de production alimentaire sont les principaux facteurs de motivation pour les voyages. Oenotourisme est un sous-ensemble du tourisme alimentaire, comme c'est le tourisme gastronomique, ce qui implique des visites spécifiques pour les produits touristiques de haute qualité. Une telle définition ne signifie pas que tout voyage dans un restaurant touristique alimentaire, mais plutôt le désir d'expérimenter un type particulier de nourriture ou les produits d'une région spécifique ou même de goûter les plats d'un chef particulier doit être la principale motivation pour tel voyage. »

Gastronomy, Food and Wine Tourism By Carlos Costa - Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry C. Michael Hall and Richard Mitchell "Gastronomy, Food and Wine Tourism Defined"

OENOTOURISME :

Par les acteurs professionnels :

« Aujourd'hui le secteur intéresse aussi les touristes, non seulement parce qu'ils consomment sur leur lieu de séjour des produits issus du terroir, mais aussi parce qu'ils s'intéressent à la culture de la vigne, à la fabrication du vin et à tout ce qui s'y rapporte et qui est susceptible de mieux faire connaître la région où ils séjournent, sa culture, son histoire, parfois de leur faire retrouver leurs racines, et, enfin, parce que nombre d'entre eux profitent de leur séjour, en voiture le plus souvent pour emporter des quantités non négligeables de bouteilles après dégustation dans les caves. »

Comité Régional du Tourisme Languedoc-Roussillon - www.sunfrance.com/presse

Par les acteurs touristiques :

« L'œnotourisme, ou tourisme vitivinicole et œnologique, est une forme de tourisme d'agrément qui repose sur la découverte des régions viticoles et leurs productions. Pour le programme européen Vintur, « le produit œnotourisme consiste à l'intégration sous un même concept thématique des ressources et services touristiques d'intérêt, existants ou potentiels, dans une zone vitivinicole »

www.arev.org – Projet Vintur - Oenotourisme

Par les guides :

« L'oenotourisme, c'est l'unique façon de découvrir "de l'intérieur" ce qu'est le terroir ? L'oenotourisme, c'est le moyen de découvrir que le vin est une rencontre délicate et respectueuse entre une culture régionale, un homme (une famille), un paysage et un climat »

Bruno QUENIOUX - Article sur le site Winetourismefrance - www.winetourisminfrance.com

Par les acteurs agricoles :

« Le tourisme vitivinicole, ou oenotourisme peut être défini par l'ensemble des prestations relatives aux séjours des touristes dans les régions viticoles : visites de caves, dégustations, hébergement, restauration et activités annexes liées au vin, aux produits du terroir et aux traditions régionales. »

« Rapport de Paul Dubrule » Site du ministère de l'Agriculture

Par les acteurs de la culture :

« L'oenotourisme ou tourisme vitivinicole a pour objectif la découverte des régions viticoles et de leurs productions. Il permet donc de nombreuses activités de découverte :

- Les vins : dégustations, œnologie, analyse des sens, sommellerie ;

- Métiers et techniques de la vigne et du vin : visite de caves et chais, visite de vignoble, connaissances des cépages, rencontres des métiers du vin, vendanges ;
- Patrimoines paysagers : promenades, randonnées dans les vignobles, survol en montgolfière ou avion ;
- Gastronomie ;
- Activités sportives, balnéothérapie, vinothérapie. »

Encyclopédie Larousse

AGROTOURISME (ou AGRITOURISME) :

Par les acteurs professionnels :

« L'agritourisme représente un intérêt majeur pour les agriculteurs comme par exemple la mise en valeur et la préservation du patrimoine bâti et naturel ainsi que l'obtention d'un complément de ressources.
L'agritourisme est perçu comme une forme d'adaptation, d'innovation, de multifonctionnalité de l'agriculture face à l'évolution de la demande, mais aussi un moyen de dynamiser le secteur.
En choisissant « l'agritourisme », vous permettrez une diversification des activités des agriculteurs »

voyageons-autrement.com – 1er portail d'information sur le tourisme responsable

Par les acteurs touristiques :

« Agrotourisme Activité touristique complémentaire de l'agriculture ayant lieu dans une exploitation agricole. Il met des productrices et des producteurs agricoles en relation avec des touristes ou des excursionnistes, permettant ainsi à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte. »

Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec - www.agr.gouv.qc.ca

Par les guides :

« Le touriste ne va pas simplement acheter des produits de nécessité chez le producteur, il va y découvrir les produits du terroir et les produits régionaux, y pratiquer des loisirs, échanger avec le producteur, acquérir des connaissances à propos des caractéristiques régionales ou baigner dans une atmosphère bucolique. »

Téoros – Revue de recherche sur le tourisme, sur internet

Par les acteurs agricoles :

« L'agritourisme recouvre l'ensemble des activités touristiques pratiquées sur une exploitation agricole en activité. Les activités touristiques sur une exploitation peuvent être variées. On les classe généralement en 3 champs : hébergement, restauration et vente de produits ou de services (activités de loisirs, sportives ou culturelles…

L'agritourisme s'inscrit dans le champ du Tourisme Vert (tourisme lié à la nature et au vivant) qui s'inscrit lui-même dans le champ du Tourisme Rural (tourisme à la campagne). Aussi, l'agritourisme ne représente qu'une petite part du tourisme rural. »

Chambre d'agriculture Champagne-Ardenne - http://www.champagrica.fr/

« Légalement, l'agritourisme est défini par l'article 2 de la loi du 30.12.88 : sont réputées agricoles « toutes les activités correspondant à la maîtrise et à l'exploitation d'un cycle biologique, végétal ou animal et constituant une ou plusieurs étapes nécessaires au déroulement de ce cycle ainsi que les activités exercées par un exploitant qui sont dans le prolongement de l'acte de production ou qui ont pour support l'exploitation. En l'absence de lien avec l'agriculture, il y a obligation d'une immatriculation au registre du commerce »

L'agritourisme en 2001 : La diversité des territoires et des acteurs : entre témoignage et commerce - Définition du Ministère de l'agriculture

Par les acteurs de la culture :

« L'agritourisme ou agrotourisme peut être intégré dans des termes plus généraux, tels que le tourisme rural, puisqu'il est la plupart du temps exercé dans des zones rurales, et le tourisme vert puisqu'il est étroitement lié à la nature. La caractéristique principale de l'agritourisme est qu'il est l'affaire d'agriculteurs (Béteille R., 1996), exploitants agricoles qui, à côté de l'activité agricole classique1, ont choisi de développer une activité de services telle que la vente directe de produits fermiers, l'accueil à la ferme... Ce versant de l'activité des agriculteurs est donc à vocation touristique et commerciale **»**

Document séminaire - Université de Provence (U1) et Université de la Méditerranée (U2) - L'émergence de l'agritourisme: les implications des changements dans le secteur agricole et sur les structures de production Séminaire de Thèse 21 janvier 2002

Fiches de lecture

Afin de parfaire nos connaissances concernant le thème général de notre mémoire sur le tourisme gastronomique, nous avons dû effectuer des études sur plusieurs lectures concernant ce sujet.

Ainsi à travers ces différents écrits, j'ai pu en apprendre plus sur le tourisme gastronomique dans le monde, l'oenotourisme, les projets de l'unesco et sur l'impact de la mondialisation sur les modèles alimentaires des différents pays du monde.

De ce fait dans les pages suivantes vous pourrez observer quatre fiches de lectures :

- **« Voyages en gastronomies, l'invention des capitales et régions gourmandes » Julia Csergo et Jean-Pierre Lemasson ;**

- **Rapport sur l'oenotourisme de Paul Dubrule ;**

- **Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, Dossier de candidature : La diète méditerranéenne, UNESCO ;**

- **« De l'assiette aux champs » André Daguin.**

Fiche de lecture

VOYAGES EN GASTRONOMIES
L'invention des capitales et régions gourmandes

Référence :

Julia Csergo et Jean-Pierre Lemasson, 2008, « Voyages en gastronomies, l'invention des capitales et régions gourmandes », Autrement.

Mots clés :

« Déplacement » ; « Découverte culinaire » ; « Réputation gourmande » ; « Recherches gustatives » ; « Attractivité » ; « Capitales gourmandes » ; « Expérience » ; « Guides » ; « Héritage culinaire » ; « Voyage » ; « Terroir » ; « Saveur » ; « Foire gastronomique » ; « Cuisine régionale » ; « Restaurants étoilés » ; « Médias » ; « Touriste gastronomique » ; « Mobilité » ; « Routes gastronomiques » ; « Oenotourisme » ; « Grande table » ; « Intergénérationnel » ; « Traditions culinaires » ; « Influences » ; « Multiculturalisme culinaire » ; « Spécialités ».

Thème traité, Résumé :

Ce Livre « Voyages en gastronomies, l'invention des capitales et régions gourmandes » a été écrit par de nombreux auteurs sous la direction de Julia Csergo et Jean-Pierre Lemasson.

A travers ce livre nous pouvons remarquer que le tourisme et tout particulièrement le tourisme gastronomique a fortement évolué en quelques années et que cette évolution n'est pas propre à un seul lieu mais au monde entier. Dû à cette évolution, nombreuses sont les villes et régions qui ont vu leur nombre de restaurants et restaurants étoilés augmenter, et certaines ont même été qualifiées de « capitale gastronomique ». Les auteurs du livre nous expliquent ces évolutions et comment les réputations gourmandes de tous ces lieux se créent et évoluent.

Ainsi au travers de ces écrits nous pouvons constater que le touriste se déplace pour faire des découvertes culinaires de produits et de hauts lieux de la gastronomie, pour une recherche d'authenticité (par rapport au produits du terroir), mais aussi afin d'ajouter la gastronomie au détour d'une visite culturelle.

Le développement du transport (routes principales et secondaires construites, voitures qui deviennent un élément important dans les familles et qui ne sont plus seulement réservées aux personnes aisées), l'apparition des guides, et des clubs de tourisme sont quelques évènements qui ont permis au tourisme de se développer à travers le monde. La vision de la cuisine elle-même a évolué. Ainsi nous pouvons voir l'exemple de Paris et ses buffets de gare qui étaient au départ considérés comme de simples cantines, et qui au fil du temps sont devenus des restaurants, voire des restaurants de luxe.

La construction de l'attractivité des capitales et régions gourmandes a elle aussi été en perpétuelle augmentation. Nombreux éléments sont à l'origine de ces évolutions. Ainsi, la mobilité a porté de tous a permis un tourisme multiculturel et des échanges et influences culinaires importants. La qualité et la diversité des produits sont aussi des facteurs de l'attractivité de certaines régions. Les propriétés elles même des villes (dynamisme économique, environnement, espaces culturelles tels que les monuments ou musées, traditions culinaires et mets identitaires, ou encore foires) sont des facteurs d'influence pour le choix d'une ville ou d'une autre comme destination touristique gourmande. Enfin, la création de guides, et de critiques journalistiques concernant les différents lieux d'accueils gourmands ont permis à certaines villes d'être plus attractives que d'autres. Tous ces éléments sont des facteurs de l'appellation de certaines villes et régions en tant que « capitales gourmandes ».

Enfin, depuis de nombreuses années le nombre de restaurant étoilés a augmenté dû à une évolution de la vision de certains quartiers par les touristes et les autochtones (qui a permis la création de nombreux restaurants à Londres par exemple), mais aussi par le développement de la médiatisation de certains chefs, et de leurs activités en tant que restaurateurs (traiteur).

Ainsi, tous ces facteurs ont permis un développement de l'héritage culinaire des restaurants et des pays (d'où un apprentissage intergénérationnel important, comme dans les sociétés gastronomiques de San Sebastian), et une importante évolution du tourisme gastronomique et de la qualification gourmande de certains lieux et hauts lieux de la gastronomie.

Citations représentatives :

Page 5 : « Depuis, les déplacements touristique ne se conçoit plus sans allier visite aux monuments, découverte du site et désir d'élargir son répertoire alimentaire, de vivre de nouvelles expériences culinaires, de voyager à la rencontre de nouvelles émotions, d'éprouver, en mangeant, le sentiment d'une véritable *exceptionnalité*.» ;

Page 13 : « (…) L'étape gastronomique est peu à peu pensée comme une mise en bouche et une invitation au voyage qui s'adresse à différents publics. » ;

Page 29 : « La province devient le conservatoire des traditions, le lieu où se garde et se goûte ce que la tradition doit préserver du patrimoine historique de la France.» ;

Page 32 : « La découverte des plats régionaux et des vins de pays donne vie non plus à la région ou à la province que l'on découvre à force de la parcourir, mais au terroir que l'on goûte pour en avoir bu ou dégusté les saveurs. »

Page 66 : « Le cachet régional devient une valeur. La gastronomie s'allie au tourisme et implique désormais un déplacement mais ce déplacement n'est pas nécessairement physique, il peut être mental et sensoriel, puisque bien des français apprennent à connaître le répertoire culinaire régional non pas in situ, mais par l'entremise des restaurants et de la presse de la capitale. » ;

Page 116 : « Aujourd'hui le terrain culinaire est bien différent de ce qu'il était il n'y a qu'un quart de siècle. Il n'est pas trop de parler d'un bouleversement du paysage gastronomique des deux côtés de l'Atlantique. » ;

Page 116 : « La francisation d'autrefois – c'est-à-dire le fait d'imposer les pratiques et les principes de la cuisine française – fait place à de véritables échanges culinaires entre pays. » ;

Page 125 : « Premièrement : il faut souligner l'importance pour ces guides des habitants de la ville en question ou de ceux qui la fréquente assidûment. Ce sont eux qui font vivre la ville, qui entretiennent des rapports passionnels avec la nourriture, qui suivent les remous de la vie gastronomique, les restaurants qui ferment et ceux qui ouvrent, les cuisiniers stars qui changent de cap et de restaurant, les bistrots de quartier qui se maintiennent malgré tout. » ;

Page 126 : « Ainsi, plus que jamais, la gastronomie fait appel au tourisme, à l'envie de sortir du quotidien et d'aller vers la découverte de nouveaux paysages. A son tour, et de plus en plus, le tourisme fait appel à la gastronomie. Au XXIe siècle, les guides et magazines du Michelin aidant la cuisine restera un compagnon de route de choix. » ;

Page 178 : « Les sociétés gastronomiques sont des lieux d'apprentissage des techniques culinaires pour les amateurs comme pour les professionnels, un théâtre d'échange et de transmission de connaissances et de savoirs sur les produits, les gouts, les saveurs, les recettes, et un laboratoire d'expression de formes variées de la créativité culinaire ans une ambiance amicale d'émulation réciproque. » ;

Page 178 : « Dans le même esprit, concernant la technique de dégustation, la société gastronomique constitue une scène d'acquisition régulièrement éprouvée, par la recherche des accords des mets et des vins et par la mise en mots des émotions gustatives. Cet apprentissage est intergénérationnel. » ;

Page 181 : « La fréquentation des bars *pintxos* représente ainsi une forme d'initiation gustative à la grande cuisine créative qui facilite le passage *gustatif*, au sens de goût du produit mais aussi de *goût de l'autre*, vers le grand restaurant. » ;

Page 212 : « Un retour aux méthodes artisanales rétablit des liens de confiance avec le consommateur, lien qui donne à tout un bien meilleur goût. » ;

Page 254 : « Dans ce contexte, la perpétuation d'habitudes alimentaires finit par constituer une *territorialité gastronomique* dans le cadre de laquelle la production, la consommation et les fêtes gastronomiques en viennent à démarquer des espaces de loisir, de sociabilité et surtout de commensalité empreints de saveur(s) spécifique(s). ».

Analyse critique :

De mon point de vue, ce livre retrace avec qualité l'invention de la qualification « capitale gourmande » et l'essor du tourisme gastronomique dans le monde. Les auteurs nous prouvent par leurs diverses études de villes et pays du monde (Brésil, San Sebastian, Lyon, New York, Londres etc.) la « Sainte Alliance » du tourisme et de la gastronomie qui s'impose et évolue dans le Monde entier. Il s'agit ici de mon point de vue, d'un ouvrage intéressant sur le thème de notre sujet de mémoire : Le Tourisme Gastronomique.

Rapport à mon projet :

Le thème général de notre mémoire étant le Tourisme Gastronomique, ce livre nous permet de comprendre son évolution à travers les pays du monde entier et à travers les siècles. Cela me permet de mieux comprendre ces deux termes et de mieux les appréhender pour la suite de mon projet tuteuré dont le sujet est la valorisation touristique du safran en Provence.

Fiche de lecture

Rapport sur l'oenotourisme

Paul Dubrule

Référence :

Paul Dubrule, 2006, « L'oenotourisme : une valorisation des produits et du patrimoine vitivinicoles ».

Mots clés :

« Oenotourisme » ; « Patrimoine vitivinicole » ; « Viticulteur » ; « Valorisation » ; « Culture » ; « Offre touristique » ; « Attrait majeur » ; « Stratégie commune » ; « Dégustations » ; « Art de vivre » ; « Innovations » ; « Appellation » ; « Identité » ; « Labellisation » ; « Histoire » ; « Promotion » ; « Touriste » ; « Paysage » ; « Gastronomie » ; « Association » ; « Producteurs » ; « Partenaire » ; « Politique » ; « Produits touristiques ».

Thème traité, Résumé :

Ce document est un rapport écrit, à la demande d'anciens ministres de l'agriculture et du tourisme, par Paul Dubrule co-fondateur du groupe ACCOR. Il traite de l'apport du tourisme aux viticulteurs et inversement.

En effet l'oenotourisme n'est pas encore une pratique courante puisqu'elle est souvent associée à d'autres formes de tourisme. Ce type de tourisme ne fait donc pas partie des motivations premières des touristes quant au choix de leur destination de vacances et l'offre touristique qui en découle n'est donc pas assez développée et valorisée.

Plusieurs questions se posent donc quant à cette offre touristique : Quels produits peuvent être associés au vin pour mieux le valoriser ? Quelles stratégies communes peuvent être mises en place entre les acteurs de l'oenotourisme ? Quelles autres actions de valorisation peuvent être mises en place pour augmenter l'attrait des touristes pour l'oenotourisme ? Et enfin comment définir cette offre oenotouristique et en déterminer ses limites ?

A la suite de l'étude des différentes régions de France et de leurs offres touristiques quant à l'oenotourisme, Paul Dubrule en vient à faire des propositions afin d'accroître l'apport que le tourisme peut apporter aux viticulteurs et vice-versa.

Ainsi, différents acteurs vont pouvoir valoriser ce type de tourisme et lui permettre de se développer largement en France.

L'acteur principal étant l'acteur politique nationale mais aussi européen, avec l'élaboration commune à l'Europe de plusieurs chartes (paysagères, d'accueil et sur l'oenotourisme), la mise en place de labels (« qualité tourisme ») et de musées, la mise en réseau des différents projets de tourisme vitivinicole et enfin au niveau de l'éducation et des métiers, mettre en place de nouveaux diplômes spécifiques et un référentiel des métiers de l'oenotourisme.

Les médias quant à eux vont pouvoir mettre au point un observatoire du tourisme vitivinicole qui permettra à chaque acteur de l'oenotourisme de visualiser les données et les évolutions de leur domaine.

Enfin, la création d'un évènement annuel sur l'oenotourisme par les acteurs institutionnels semble être une façon de développer la valorisation touristique du vin en France.

A plus petite échelle, les viticulteurs eux-mêmes peuvent mettre en place des actions de valorisation de leurs produits. Ainsi, des dégustations dans les caves peuvent être effectuées, des repas directement chez les viticulteurs, des séjours gourmand avec hébergement, parcours sportifs, ou encore des associations entre le vin et le bien-être.

Citations représentatives :

Page 3 : « De ce travail, la première constatation qui s'impose est qu'il existe d'importantes ressources inexploitées qui permettraient avec la mise en place progressive d'actions spécifiques de développer l'oenotourisme.» ;

Page 4 : « Pour les viticulteurs, il est essentiel de s'appuyer sur la notoriété de la « Destination France » pour le tourisme, qui permettra une valeur ajoutée pour le vin, donc de meilleurs prix ; certains viticulteurs pourront s'adjoindre ce que l'on peut appeler des produits dérivés ou complémentaires, chambres d'hôtes, animation culturelles ou sportives, musées, formation etc. apportant un revenu complémentaire. » ;

Page 5 : « C'est l'un des attraits majeurs de la France sur le plan touristique que d'inviter à la recherche, à a découverte, à l'initiation d'un art de vivre à la Française qui intéresse.» ;

Page 8 : « Un sondage récent (septembre 2006) réalisé par l'institut CSA montre que les deux produits du terroir auxquels les Français sont le plus attachés sont les fromages (46%) et le vin (38%), loin devant les fruits et légumes (19%) et le foie gras (13%)

Ce sondage montre l'intérêt qu'il pourrait y avoir à rapprocher lors de campagnes de dégustation ou de promotion plusieurs produits comme par exemple le fromage et le vin, le foie gras et le vin, ou la truffe et le vin. »

Page 10 : « Relevons pour ce qui concerne notre sujet que dans les aouts avancés figure en bonne place le fait que « le vin est partout dans le monde associé spontanément à l'art de vivre à la française (…) que la viticulture française est lourde d'externalités positives(…) et qu'elle est une activité structurante pour les paysages. » ;

Page 13 : « Dès lors que l'on veut sortir de la typicité d'un produit (le vin), en un lieu donné (la propriété), à une date donnée, pour afficher une image plus large, plus lisible et compréhensible, on se heurte à une difficulté majeure : celle de définir le ou les concepts qui « parleront » au touriste client et qui traduiront l'offre oenotouristique. Il s'agit de repérer les « emblèmes » qui feront écho et deviendront les « accroches » pour une envie de séjour. » ;

Page 20 : « Sans prétendre à l'exceptionnel mondial, une labellisation en matière de paysages viticoles serait un plus pour le tourisme vitivinicole. » ;

Page 28 : « C'est un concept diversifié, et en même temps intégré, qui rassemble sur une idée et sa mise en œuvre les ingrédients de la réussite d'une démarche de promotion du tourisme vitivinicole : un terroir, un site, une appellation, un grand cru, une diversification des produits associés au vin –accueil ; hébergement ; gastronomie ; culture avec arts plastiques et musique ; découverte ; garantie de qualité - avec en plus l'approche vinothérapie qui prône éthique et art de vivre, santé, beauté, bien-vivre. » ;

Page 35 : « Fort de son histoire et de sa notoriété, le vignoble bordelais concentre 57 appellations d'origine répartis sur plusieurs terroirs mondialement connus Son patrimoine est construit autour de la culture de la vigne et du vin et trouve tout naturellement son prolongement dans le domaine gastronomique, littéraire, artistique… en fait dans l'humanité du vin. Ces ressources en font un lieu privilégié d'attraits touristiques et de développement du tourisme vitivinicole. ».

Analyse critique :

Ce rapport est tout à fait complet de mon point de vue, sur le manque de valorisation touristique du vin en France. Et l'étude et les solutions proposées par Paul Dubrule sont tout à fait intéressantes. La question que l'on peut se poser aujourd'hui est : « Ces actions de valorisation de l'oenotourisme vont-elles être mises en place ? Et si oui, quand ? ». Toutes les actions proposées pourront être bénéfiques aux viticulteurs, reste à espérer qu'elles soient mise en place.

Rapport à mon projet :

Les problèmes liés à la valorisation de l'oenotourisme en France touchent une majeure partie des produits français, tout comme le produit que j'ai choisi d'étudier dans mon projet tuteuré : le safran. Ainsi toutes le problème que se pose Paul Dubrule sur la valorisation touristique du vin en France est le même pour le safran.

Fiche de lecture

Rapport de l'UNESCO

Référence :

UNESCO, 2010, Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, Dossier de candidature : La diète méditerranéenne, Nairobi, Kenya.

Mots clés :

« Diète méditerranéenne » ; « Génération » ; « Convivialité » ; « Intergénérationnel » ; « Communauté » ; « Bien-être » ; « Partage » ; « Interculturel » ; « Connaissances » ; « Tradition » ; « Transmission » ; « Ressources naturelles » ; « Femmes » ; « Identité » ; « Paysage » ; « Echanges » ; « Rituel » ; « Célébrations » ; « Lien social » ; « Patrimoine ».

Thème traité, Résumé :

Ce document est un dossier de candidature pour l'inscription de l'Espagne, la Grèce, l'Italie et le Maroc sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO en 2010, concernant la Diète méditerranéenne.

Les quatre pays inscrits sur la liste représentative mettent un point d'honneur à sauvegarder cette pratique sociale de la diète méditerranéenne, qui vise au partage des savoir-faire, des traditions dans la préparation des plats, des rituels, de la convivialité lors des repas, de la transmission intergénérationnelle et par les femmes au sein du bassin méditerranéen et plus particulièrement dans leur communauté.

La diète méditerranéenne à quatre fonctions dans les différents pays tels que le renforcement du lien social, la conservation des ressources naturelles et traditionnelles, la contribution au bien-être physique et émotionnel ainsi que l'échange entre cultures et entre générations.

Cette notion d'échanges et de transmission est un point très important qui permet aux différentes communautés d'appartenir à une identité propre, la diète méditerranéenne, grâce aux moments de rencontres, aux espaces culturels (musées, associations etc.), aux personnes âgées et aux femmes, essentielles dans la transmission des savoir-faire.

Afin de sauvergarder cet élément important dans ces pays, beaucoup d'actions ont été mises en place grâce aux médias (éditions de livres et journaux sur la diète), aux évènements (buffets méditerranéen dans les restaurants, semaines de la diète méditerranéenne, conférences, débats etc.), acteurs institutionnels (associations, coopératives, projets sociaux et humanitaires, musées), aux Etats (ministères de l'agriculture, lois pour garantir la protection de la diète méditerranéenne) et enfin à l'éducation (programme d'éducation, centre de formations, et universités qui font la promotion de la diète méditerranéenne).

Cette inscription est un point essentiel pour ces pays, qui mettent en avant les valeurs de leur patrimoine, de leurs traditions et de leur identité.

Citations représentatives :

Page 2 : « Les quatre communautés identitfiées, à caractère emblématiuqe de l'élément, sont : Soria (Espagne), Coron (Grèce), Cilento (Italie) et Chefchaouen (Maroc). Dans ces communautés se sont développées des traditions et symboliques transmises de générations en générations basées sur les pratiques alimentaires, du paysage à la table, comme élément de partage social et de célébration. La Diète Méditerranéenne est l'expression de ces traditions que l'on retrouve toujours vivantes au sein de ces quatre communautés emblématiques.» ;

Page 2 : « On dit qu'elle est « la ville rencontre » - Soria s'est nourrie du brassage culturel méditerranéen. La ville, ses paysages et ses monuments en témoignent, sa table et sa convivialité le confirment » ;

Page 3 : « Sa population continue de gérer avec sagesse les ressources naturelles et à appliquer les savoir-faire traditionnels dans l'obtention, conservation et préparation des aliments. Les femmes y jouent un rôle très important en tant que détentrices de savoirs et d'expérience, mais aussi en tant que créneau de transmission de la Diète Méditerranéenne, vecteur essentiel de leur identité.» ;

Page 3 : « La gestion savante de ses ressources par la communauté de Chefchaouen se reflète à travers la Diète Méditerranéenne, par l'intime relation, du paysage à la table, entre la population et son terroir. »

Page 4 : « La Diète Méditerranéenne- enracinée au mot grec *diaita*, mode de vie – est une pratique sociale fondée sur l'ensemble des savoir-faire, connaissances et traditions qui vont du paysage à la table et qui concernent dans le bassin méditerranéen, les cultures, les récoltes, la cueillette, la

pêche, la conservation, la transformation, la préparation, la cuisson et tout particulièrement la façon de consommer. » ;

Page 7 : « Un groupe mérite d'être mis en valeur : celui des femmes qui, elles, jouent un rôle toujours très important, souvent essentiel, dans la transmission des savoir-faire, dans la récréation des rituels, des gestes traditionnels et des célébrations, dans la sauvegarde des techniques, dans le respect des rythmes saisonniers et dans l'inclusion de toutes les valeurs culturelles, sociales et environnementales et l'élément, dans l'éducation des nouvelles générations. » ;

Page 7 : « En méditerranée, tout le monde est voisin de quelqu'un. » ;

Page 8 : « La Diète Méditerranéenne, de par ses caractéristiques de pratiques sociales intra et interculturelles, permettra d'encourager la compréhension mutuelle ainsi que les reconnaissances réciproques, contribuant au rapprochement des communautés géographiquement, souvent aussi culturellement, distantes et pourtant similaires malgré les particularités. » ;

Page 29 : « Dans les quatre Etats parties et au sein des communautés identifiées, il existe une grande tradition de protection et de mise en valeur du patrimoine culturel. De nombreux inventaires reprennent dans ses sections de nombreux espaces, rituels, foires, fêtes, recettes, objets d'artisanat, expressions et traditions orales, croyances, etc. Bon nombre d'entre eux sont des parties essentielles de la Diète.

Analyse critique :

De mon point de vue, l'inscription de la Diète Méditerranéenne à la liste représentative pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l'Humanité à l'UNESCO est une évidence. Les points essentiels de cette Diète sont la transmission, le lien social, les traditions des gestes et connaissances, la protection des ressources naturelles. Il s'agit là pour moi de piliers importants pour ces quatre communautés et même pour le monde entier, pour la sauvegarde de l'identité, la culture, les traditions de chaque pays. Dans ce sens, il s'agit pour ma part d'une action très positive de la part de l'Italie, la Grèce, l'Espagne et le Maroc.

Rapport à mon projet :

Le thème de mon sujet étant le safran, je reconnais dans ces inscription à la liste représentative de l'UNESCO, que la transmission des gestes et savoir-faire est très importante dans la culture de cette épice. En effet, l'origine précise du safran est encore assez floue mais l'on date à peu près le début de sa culture en 960 et des de nombreux pays (Iran, Chine, Espagne, France etc.) ce qui

montre bien une transmission interculturelle et intergénérationnelle de la culture et du savoir-faire (les récoltes, la cueillette, la conservation, la transformation, la préparation, la cuisson et tout la façon de consommer) du safran.

Fiche de lecture

De l'assiette aux champs
André Daguin

Référence :

André Daguin, 2009 : Extrait de « De l'assiette aux champs », Broché.

Mots clés :

« Mondialisation » ; « produits du terroir » ; « identité culinaire » ; « normalisation » ; « standardisation » ; « jeunes générations » ; « producteurs » ; « saisonnalité » ; « industries » ; « importations » ; « découverte » ; « modèle alimentaires » ; « impacts ».

Thème traité, Résumé :

La mondialisation a eu énormément d'impact sur les modèles alimentaires propres à chaque pays. L'attrait des populations pour les nouveautés, et le goût de la découverte en est une raison évidente. En effet plusieurs effets de la globalisation ont eu des conséquences sur l'identité culinaire des pays. L'impérialisme américain par exemple, a modifié le paysage culinaire français avec ces fast-food. Les saisonnalités des produits ne sont plus respectées, les produits deviennent accessibles n'importe où et n'importe quand. Une uniformisation des modes alimentaires se créer et a pour conséquence une perte de repère importante dans les pays.

L'auteur observe aussi, qu'il y a une normalisation des goûts et une standardisation des produits. En effet, les préparations et présentations des produits sont standardisés (calibrages) par les industriels mais aussi les producteurs, pour plaire à la clientèle. Voilà pourquoi certains produits ont dû être abandonnés (fruits, légumes, viandes) car ils ne répondaient pas aux critères de sélection des industriels pour leurs clients. Certains produits sont quant à eux modifiés au niveau de leurs saveurs en fonction du pays de la clientèle. Ainsi, des modèles alimentaires culturels sont transformés pour correspondre aux traditions culinaires d'autres pays.

Les jeunes générations semblent être les plus à même d'accepter cette mondialisation culinaire. Elles sont plus ouvertes aux cuisines et aux cultures du monde afin de sortir du moule de l'identité culinaire de leur pays et obtenir leur identité culinaire propre.

André Daguin n'oublie pas cependant que la mondialisation culinaire est ancienne, avec par exemple l'importation importante de produits américains en France, et que ces importations ont contribué à l'élaboration de recettes anciennes qui font partie aujourd'hui de l'identité culinaire française.

La mondialisation culinaire est en quelque sorte acceptée, mais le terroir est toujours très important pour la population d'un pays et son identité culinaire, les produits du terroir étant synonymes de sécurité alimentaire, circuits courts, et de qualité. Cette globalisation a ainsi permis à ces produits d'être mis en avant et c'est sur ce point que les industriels jouent aujourd'hui.

Citations représentatives :

Page 1 : « Les cuisines, comme les produits, voyagent, s'implantent, se transforment, connaissent le succès ou l'échec. Ces mouvements doivent-ils faire craindre une uniformisation des denrées, des plats et des goûts ? Sont-ils un risque ou une chance ? » ;

Page 3 : « On pourrait presque prétendre que ces comportements alimentaires standardisés procèdent d'une sorte de nouvelle identité planétaire. » ;

Page 3-4 : « Le succès de tous ces plats ne peut pas s'expliquer par le seul génie du commerce et de la communication. Il sanctionne aussi l'attrait de la nouveauté et le goût de la découverte présents en chacun de nous. » ;

Page 4 : « C'est bien en s'appropriant ces produits venus d'ailleurs, en les intégrant à des recettes anciennes et en les travaillant suivant des techniques propres à chaque région que ce sont modifiées et enrichies les cuisines des différents terroirs français. »

Page 5 : « Les recompositions permanentes des cultures alimentaires vont donc de pair avec leur mondialisation. » ;

Page 5 : « Dans ce contexte d'acculturation et d'uniformisation du mode d'alimentation, ce sont les terroirs, avec leurs particularismes, qui apparaissent comme les plus à même de parer une crise identitaire : on voyage à l'étranger, on se ressource à la campagne. » ;

Page 6 : « Tous étant distribués par de grandes enseignes, force est de constater que la quadrillage commercial mis en place pour distribuer les produits transformés de l'agro-industrie a en définitive permis aux productions locales de s'exporter et ainsi, de mieux résister à la pression qu'exercent les grands groupes dans une économie de marché de taille mondiale. ».

Analyse critique :

Il est vrai que la mondialisation à un fort impact sur les modèles alimentaires d'un pays. Nous le voyons en France par l'augmentation du nombre de restaurants exotiques, de fast-food, de kebabs. Mais aussi par l'arrivée sur le marché de nouveaux concepts comme le fooding, de nouvelles recettes (les cupcakes, les bagels, les hamburgers etc.).

Malgré cette arrivée massive de nouveaux produits, concepts, et recettes de tous les pays, je pense que la France ne perdra pas son identité culinaire de par ses produits du terroir, ses chefs et ses plats typiques (malgré l'avis d'André Daguin que l'absence de plats typique en France).

Rapport à mon projet :

Mon projet tuteuré étant sur le safran, nous pouvons voir une sorte de mondialisation dans sa culture. En effet, cette culture dont l'origine n'est pas certaine a migré de pays en pays, de l'Iran à la Chine, de l'Espagne en France, et tout le savoir-faire et les connaissances concernant cette épice, s'est transmise à travers ces pays. Il y a donc une part de mondialisation dans la culture de chaque produit.

Présentation du sujet

Depuis quelques années nous pouvons assister à l'apparition d'un nouveau genre de tourisme. Tourisme de loisir, culturel, de montagne, religieux ou encore balnéaire ne sont plus les seuls à attirer les touristes. Aujourd'hui un autre évolue : le tourisme gastronomique. La découverte culinaire devient un attrait de plus en plus sérieux pour les touristes et contribue au développement de ce type de tourisme.

Ce système touristique se décompose en trois piliers importants qui ne peuvent interagirent les un sans les autres (cf Schéma) : Les acteurs touristiques tels que les producteurs, restaurateurs, touristes gastronomiques, génèrent des produits touristiques comme les produits régionaux, de terroir, AOC ou encore associés à une ville, dans des lieux touristiques qui valorisent ces produits (villes touristiques, restaurants, musées, évènementiels gourmand : foires, festivals, circuits touristiques).

Très attirée moi-même par la découverte de nouvelles saveurs et l'attrait de la nouveauté, j'ai décidé de choisir un sujet concernant un produit touristique.

Depuis longtemps attirée par toutes sortes d'épices, mon choix s'est rapidement centré sur ce sujet. De plus, de par mes études de différentes recettes méditerranéennes, j'ai pu constater que

les épices sont largement utilisées dans tout le pourtour méditerranéen. Ce sujet étant tout de même très vaste, j'ai décidé de me fixer sur une seule épice. Mais laquelle choisir ?

Suite à mes différentes recherches je me suis aperçue que le safran est énormément cultivé en Iran mais aussi dans d'autres parties du monde tel que la Provence en France. Beaucoup de questions me sont venues à l'esprit concernant cette épice considérée comme la plus chère au monde, et que je ne connais pas très bien. J'ai donc décidé de me pencher sur ce sujet qui m'aidera à mieux la connaître et qui me paraît fort intéressant.

Présentation de la problématique

Le thème général de mon mémoire étant le tourisme gourmand en méditerranée, j'ai donc décidé de traiter une question générale concernant le safran en plusieurs temps.

Problématique

Quels sont les acteurs de la valorisation touristique du safran en Provence et leurs actions de valorisation ?

Hypothèse n°1

Les producteurs de safran permettent la découverte de leurs produits aux touristes, par la visite des safranières.

Hypothèse n°2

Les acteurs institutionnels du tourisme rendent viable le safran local par l'organisation de foires et autres évènements.

Méthodologie

Notre licence « Arts culinaire et de la table » est spécialisée dans la cuisine méditerranéenne et sur tout l'espace méditerranéen. Trouvant cela assez vaste pour mon sujet de projet tuteuré, j'ai décidé d'orienter mes recherches vers un espace plus petit et que j'affectionne tout particulièrement : la Provence. En outre, un grand nombre de producteurs se sont installés dans cette région afin de cultiver cette épice rare et précieuse. Enfin, dans le cadre de ma licence, je dois effectuer deux stages en entreprise ; Celles-ci se situant en Provence, cela facilitera mes recherches, visites et entretiens auprès des producteurs provençaux.

Pour mener à bien mon projet tuteuré, plusieurs outils sont à ma disposition : les observations, les entretiens des différents acteurs du tourisme autour du safran (producteurs et acteurs institutionnels), et les données chiffrées.

Afin de répondre à ma première hypothèse concernant les producteurs, j'ai décidé d'utiliser ces différents outils.

En visitant plusieurs safranières je vais avoir la possibilité d'effectuer les visites proposées par les producteurs et d'étudier la culture du safran en me mettant directement à la place du touriste. A la suite de chaque visite, j'observerai une étude approfondie des différents produits dérivés mis en vente à partir de cette épice.

En outre, je vais collecter des données chiffrées concernant le nombre de touristes gourmands venant dans chaque safranière, leur profil, leur origine et leurs motivations. Pour chaque producteur je vais collecter des données concernant les acteurs touristiques et gastronomiques qui achètent leurs produits.

Je réaliserai par la suite, des entretiens de plusieurs producteurs de safran provençaux qui me permettront de dresser une liste des différentes actions de valorisation touristiques mises en œuvre par chacun (site internet, publicité, office de tourisme, visites, circuits touristiques, marchés, festivals etc.), leur histoire, leurs motivations ainsi que leur point de vue concernant l'évolution du tourisme gastronomique.

Concernant ma seconde hypothèse, je procéderai aussi à des entretiens des différents responsables et acteurs institutionnels du tourisme tels que les offices du tourisme, syndicats, associations, organisateurs de festivals gourmands et marchés etc.

Je pourrai par la suite étudier les données chiffrées concernant le nombre d'entrées durant les festivals, foires et marchés où nous pouvons trouver du safran, le nombre de participants (producteurs) et d'adhérents aux associations, syndicats etc.

Pour finir, je ferai des observations concernant toutes les actions de valorisation du safran, mises en place par ces acteurs institutionnels et leur réussite face aux touristes.

Parallèlement, mes connaissances liées aux différentes lectures concernant le tourisme gastronomique et la culture du safran pourront m'aider dans chacune de mes hypothèses.

Conclusion de l'avant-projet

Après avoir étudié différents écrits concernant le tourisme gastronomique et le safran et trouvé les définitions des multiples sortes de tourisme gastronomique selon plusieurs acteurs (professionnels, touristiques, institutionnels, guides et agricoles) j'ai pu établir une problématique et différentes hypothèses concernant mon sujet de projet tuteuré sur le safran.

J'ai ainsi ciblé une zone délimitée contenant un nombre important de producteurs, pu établir un plan d'étude sur la valorisation touristique du safran en Provence et pu mettre en place une méthodologie précise et concrète me permettant de cibler les différentes pistes à suivre.

Me voilà donc partie dans le monde du safran, et ce sujet me parait être très enrichissant intellectuellement tout comme personnellement.

Bibliographie : Safran

Livres

- « Safran » Jean Thiercelin

- « Dictionnaire de la gourmandise » – Annie Perrier – « Pâtisseries, friandises et autres douceurs » / Edition Robert Laffont

- « La Bible du safranier » – Christian Michel Lachaud – ILV Editions

- « J'épice ma cuisine » Amandine Geers

- « Le safran » Hélène Pasquiet

Magazines

- Gourmand n°126 – Article : « Cuisine du globe : Paella Valenciana »

- Marmiton n°5 – Article : « Safran, des fils d'or »

- Ventoux magazine - Article : « Du safran au pied du ventoux »

- Terre de vins – Article : « Le safran »

- L'amateur de cigare – Article : « Halte safranée »

Articles

- Le Dauphiné Libéré – Article p.4 du 4 novembre 2012 – « Le safran ou l'or rouge, l'épice la plus chère du monde »

- La Tribune.Fr – Article de Marie Amal Bizalion – « Le safran, or rouge provençal à 3000€ »

- Objectifgard.com – Article de Coralie Mollaret – « Sabran : Céline et Sébastien, ces amoureux du safran »
- Figaro – 6 octobre 2012 – Article de Hadrien Gonzales – « Le safran, un fantasme épicé »

- FranceAgriMer – Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer – Conseil spécialisé PPAM – Séance du 31 janvier 2013 – Focus plante : Cas du safran

- Elsevier – Food research international – « Chemical and biological properties of the world's most expensive spice : Saffron »

Webographie

- www.safranum.com
- www.regioneo.com
- www.planetoscope.com
- www.gastronomie.com
- www.safrandugatinais.fr
- www.safraniersdeprovence.com
- www.safran-du-ventoux-en-provence.com
- www.safranroyal.com
- www.safrandespapes.com
- www.safran-orange.com
- www.or3r.fr
- www.safransoleildepernes.fr

Fiche d'identité : Le safran

Avant de m'aventurer dans la résolution de ma problématique et de mes hypothèses il m'a semblé primordial de connaitre le safran de A à Z.

> Toutes ces informations ont été récupérées sur le site de Safran Royal (*www.safranroyal.com*), sur le document : « Chemical and biological properties of the worlds most expensive spice Saffron » du journal Elsevier, sur le livre blanc : « Le safran en Europe », sur le document écrit par France AgriMer sur le safran ainsi que grâce à mes entretiens avec les différents producteurs que j'ai pu rencontrer.

Présentation du safran :

Le safran est une épice issue de la plante méditerranéenne crocus sativus linnaeus. Cette plante appartient à la famille des iridacées et à la sous famille des crocoïdeae.

L'appellation « safran » vient du mot latin « safranum » qui est aussi l'ancêtre de « zafferanoé » en italien et « azafran » en espagnol. La traduction littéraire fait référence à la couleur jaune que l'on obtient par teinture avec le safran. Cependant l'origine du mot fait penser à « zarparan » en perse par rapport à sa patronymie signifiant plume ou stigmate.

Botanique :

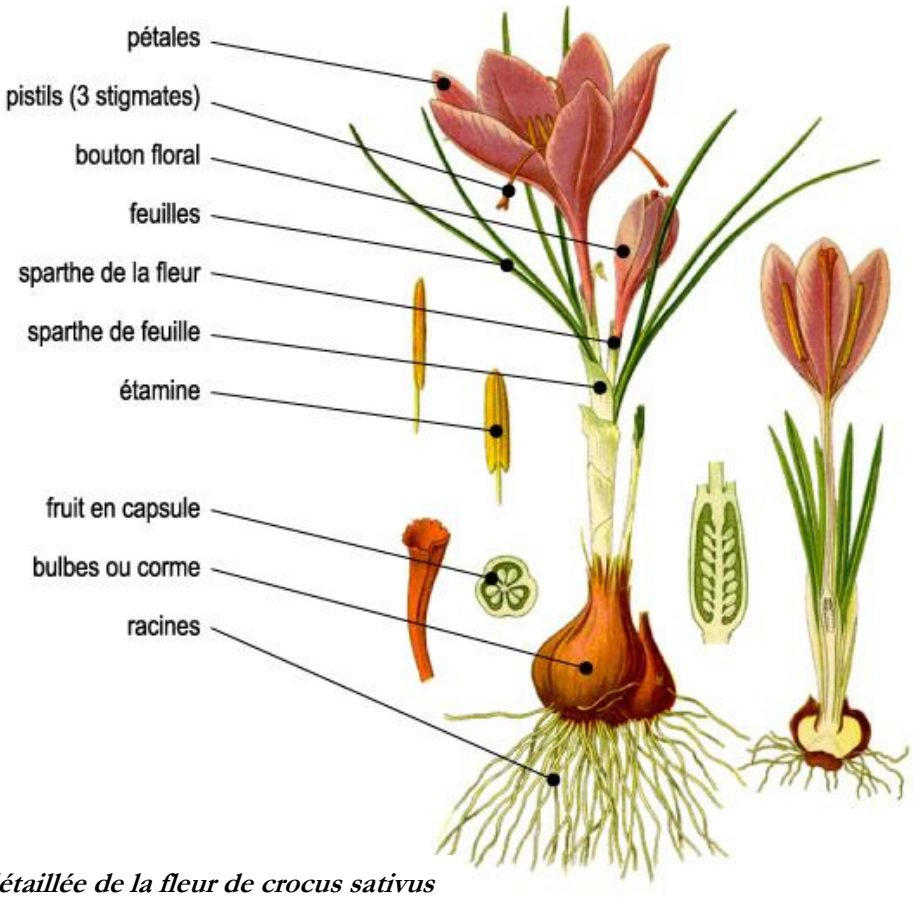
Le crocus sativus est un hybride stérile qui proviendrai de Crète. Les chercheurs pensent que le crocus sativus serait le résultat d'une sélection intensive de crocus cartwrightianus pratiquée par les producteurs d'antan afin d'obtenir de plus longs stigmates. Cependant on n'exclut pas une autre parenté avec le crocus thomasii et le crocus pallasii. La seule chose dont on est sûr est que, quelle que soit son origine, les bulbes actuels sont depuis des millénaires les descendants d'un seul et unique cormus.

Crocus Cartwrightianus

Crocus Thomasii

Crocus Pallasii

Cette plante est un triploïde[1] stérile, qui ne produit pas de graines viables. Son pollen est incapable de féconder l'ovaire de la fleur. Ceci la rend complètement dépendante de l'action humaine tant pour sa reproduction que pour sa survie.



Description détaillée de la fleur de crocus sativus

[1] **Triploïde :** Qualifie une cellule qui possède trois chromosomes

Histoire :

Le crocus sativus proviendrait d'orient, probablement du Cachemire où il fut cultivé pendant 4000 ans. Toute la renommée du safran est basée sur son histoire ou se mêlent : utilisation culinaire, capacités tinctoriales, vertus médicinales et pharmacologiques, usage en cosmétique, ainsi que ses pouvoirs spirituels et magiques. Les romains d'ailleurs, l'utilisaient pendant leurs cérémonies religieuses car le safran était considéré dans les légendes, comme un don des dieux.

Arrivée en Provence :

La culture dans le midi commença en Albigeois, et en Comtat Venaissin (Vaucluse). Les méthodes de séchage étaient différentes selon les villes : à Avignon, le safran était séché au soleil (méthode orientale) et à Orange et Carpentras, séché au brasero (méthode espagnole).

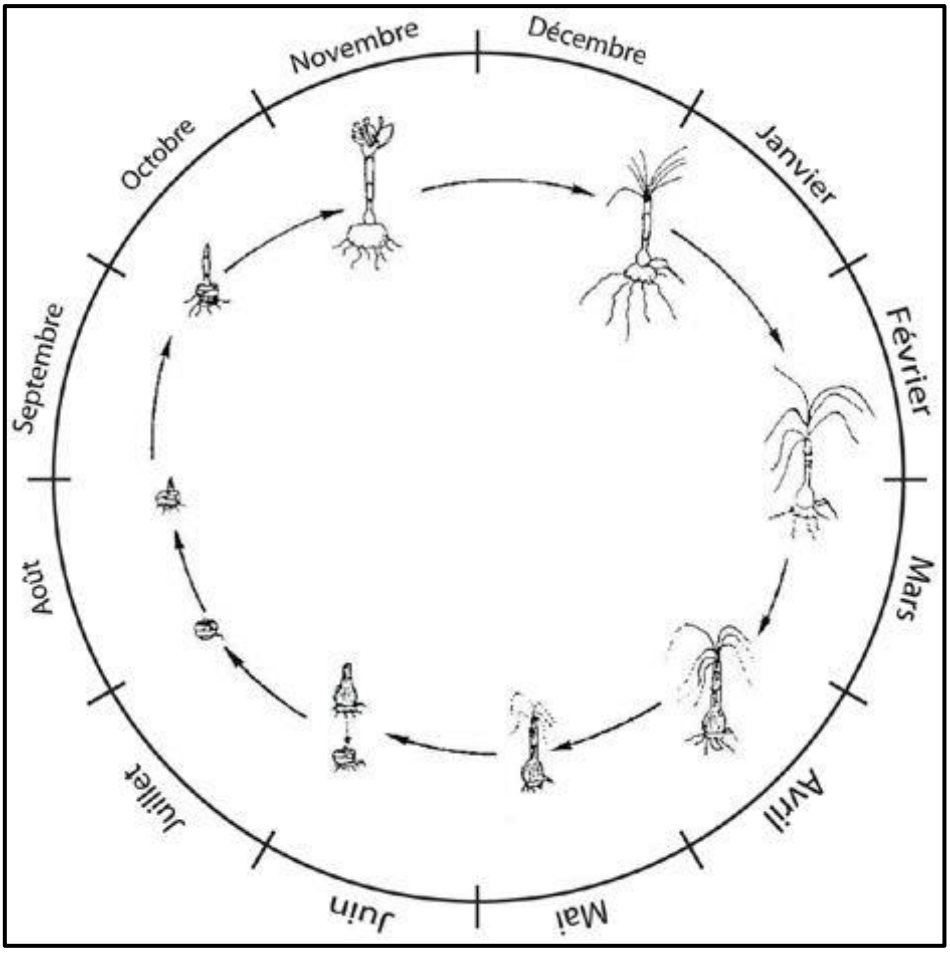
Aujourd'hui il y a environ 90 producteurs de safran dans la région PACA. Un juste retour au pays, qui récoltait le safran par tonnes jusqu'à la révolution.

Cartes postales Cueillette et émondage du safran en 1900 en France

Culture :

Le cycle biologique :

Cette plante vivace a une végétation inversée. Elle connait une période de dormance de juin à mi-août, période durant laquelle elle perdra ses feuilles. Elle reprend son activité d'octobre à mai. Le réveil se fait en général fin août lorsque les températures seront à 17 °C. Les feuilles apparaissent pendant ou avant la floraison jusqu'en juin. La floraison automnale s'étale de 3 à 6 semaines, à partir de mi-septembre à mi-novembre pour l'ensemble de la France. Les premières fleurs apparaitront lorsque la température nocturne sera de 10°C et ceux après la 3ème grosse pluie automnale.



Cycle biologique du Crocus Sativus

Choix des terres

Le crocus sativus aime être cultivé sur des terres aérées, drainantes, de préférence calcaires siliceuses, silico-calcaires et argilo-calcaires friables. Le sol doit être léger, riche, d'un pH neutre (6,5 à 7). Il ne réclame pas de sol gras, cependant s'adapte à des terres plus acides. Il a été constaté que les sols foncés ou rougeâtres ont une influence bénéfique sur la beauté des fleurs et sur la couleur des stigmates. Le crocus à safran redoute les sols imperméables et trop humides, ainsi que les sols de couleur blanc. Le safran se plait sur des terres en altitude en général (600 à 1600 mètres) mais il ne déteste pas les plaines d'altitude zéro. L'orientation du terrain doit être sud sud-est, car le crocus sativus aime le soleil.

La préparation du sol

La préparation du sol est la seule opération mécanisable dans la culture du safran. Toutes les autres se font exclusivement à la main. Cette opération se fait en plusieurs phases. Un premier labour jusqu'à 35 cm de profondeur se fera l'année précédente, avant l'hiver. L'opération sera renouvelée en avril ou en mai, puis une dernière fois quelques jours avant la plantation après un bon désherbage.

Le choix des bulbes

Pour avoir du safran, il faut planter des bulbes à safran (bulbes de crocus sativus linnaeus). Les bulbes à planter doivent être sains et pour cela ils doivent donc être fermes. La couleur de la robe est fauve, brune ou rougeâtre.

Les bulbes sont mesurés par leur circonférence, c'est ce que l'on nomme le calibre. Les plus petits bulbes se nomment bulbilles. Ces bulbilles jusqu'au calibre 7 ne feront que grossir sans donner de fleur. C'est pourquoi on les plantes dans une pépinière (ou « pouponnière ») pendant un an, avant de les replanter en safranière.

Bulbe de Crocus Sativus

Photos du site www.epicerougesafran.fr

Bulbilles ramassés par Monsieur Arvicus, safranier dans la ville d'Entrechaux

La Plantation

Le crocus se plante de fin juin à la fin août.

Le mode de plantation varie selon les safraniers qui adaptent leur travail en fonction du type de terre et de climat. Ainsi les profondeurs et les espacements seront tous aussi variés selon les pays.

Plantation des bulbes de Crocus Sativus

Plantation des bulbes de Crocus Sativus

Photo du site www.safran-orange.com

La rotation des cultures :

La rotation de culture varie elle aussi selon les pays, les régions, et surtout des sols. Le safran est une plante qui épuise les sols car elle se nourrit certes, mais elle se multiplie également, ce qui accélère l'appauvrissement. Lorsque la production chute, il faut tout arracher et laisser reposer la terre le même nombre d'année que les safraniers l'ont exploitée. Cependant, pour des terres moins riches, le repos peut aller jusqu'à 8 ou 10 ans.

L'entretien :

L'entretien est un des points clé. Un bon entretien permet de protéger contre bon nombre de prédateurs et maladies, il garantit un taux de floraison et de reproduction de bulbes supérieur aux safranières moins bien entretenues.

Le désherbage est un travail crucial et constant qui s'opère à la main exclusivement. Le désherbage chimique est à proscrire car il en résulte une malformation des fleurs, une diminution de leur taille, une multiplication anarchique des fleurs et des stigmates, et la qualité du safran est totalement altérée.

Dès que la récolte est terminée, une aération de la terre est nécessaire afin d'éviter tout tassement de la terre. Une deuxième aération se fait après que les feuilles soient entièrement sèches en juin-juillet.

La cueillette:

La récolte commence par une floraison automnale de jolies fleurs violettes. Floraison à laquelle il faut associer les travaux délicats qui en découlent: l'émondage, le séchage, et le conditionnement. Cette phase de travail est un moment important et fatiguant pour le safranier car toutes ces opérations se réalisent exclusivement à la main. Le temps et la quantité de fleurs peuvent rendre la tâche très pénible, car toutes ces opérations de la cueillette au conditionnement se font au fur et à mesure quotidiennement afin de garantir une qualité optimum du safran.

Le crocus sativus ne se récolte pas à la même date partout. Il faut prendre en compte les différentes latitudes, altitudes et climats sous lesquels sont plantées les safranières. Ainsi nous constatons que la floraison en Hollande débute en septembre, en France fin septembre début octobre (en fonction de la localisation de la safranière), en Espagne fin octobre début novembre.

Cette récolte s'étale sur plusieurs semaines (de 3 à 6 semaines). On constate en général que la première semaine sera peu abondante. Au milieu de la deuxième semaine la floraison battra son plein puis s'atténuera jusqu'à la fin de la production. Les safraniers observent généralement un pic de floraison sur les derniers moments de la moisson.

La fleur de crocus à safran est fragile. De plus, elle est d'une durée de vie très limitée (entre 24 et 48 heures). C'est pourquoi dans bon nombre de pays où la température est élevée la journée, les fleurs seront ramassées au lever du soleil, avant l'éclosion complète de la fleur. La fleur se fane très vite sous l'action du soleil, et les pistils perdent de leur arôme ainsi que de leur pouvoir de

coloration. Sous des latitudes plus clémentes comme en France, on attendra que la rosée soit évaporée et que les fleurs s'épanouissent sous les premiers rayons de soleil. La fleur de crocus est tout aussi sensible à l'humidité car une fleur mouillée ne vit pas plus que quelques heures et reste difficile à travailler. La cueillette de la fleur se fait au plus bas possible de la tige avec le bout des doigts ou les ongles. Un safranier expérimenté peut cueillir plus de 2000 fleurs à l'heure. Il va sans dire que la cueillette doit être rapide et précise pour ne pas abimer les stigmates. Les fleurs sont au fur et à mesure protégées du soleil, du vent, et de la pluie durant le ramassage, afin d'éviter toute dégradation de ce précieux trésor.

Cueillette des fleurs de safran

Photo de Monsieur Arvicus – Safraniers dans la ville d'Entrechaux

Emondage

Cette opération intervient juste après le ramassage des fleurs et le jour même. On appelle émondage ou épluchage ce qui consiste à séparer les stigmates de la fleur. Selon les safraniers cette action se fait avec les doigts, une paire de ciseaux, ou une pince à épiler. L'émondage doit se faire le plus rapidement possible après la cueillette. Un safranier expérimenté peut émonder 600 à 700 fleurs environ, ce qui fait près de 5 grammes de safran sec.

Emondage des fleurs de safran

Photo du site www.safrandelalimagne.net

Séchage :

Le séchage est très important. Il va déterminer la qualité du safran et sa conservation. Le safran doit perdre 4/5ème de sa masse lors de cette opération. Ainsi pour 10 g de safran frais on obtiendra 2 g de safran sec. Cette phase est très importante car lors du séchage il s'opère une véritable modification moléculaire.

Les méthodes de séchage varient elles aussi selon les pays et les régions. Chacune des techniques et des moyens de séchage donneront des résultats tout aussi différents. Après avoir été séparés de la fleur, les stigmates peuvent soit être mis à sécher dans une boite en bois à l'ombre dans un endroit sec, soit séchés au soleil et à l'air libre, ou dans des chambres obscures à l'air libre, ou encore sur un poêle à charbon, à proximité d'un feu ou au-dessus des braises, lampe infrarouge, déshydrateur, four électrique, sur des plaques vitrocéramique, à l'air libre et à température ambiante sur un papier absorbant.

Une bonne partie des safraniers français utilise le four pour sécher leur safran, pour cela il sèche le safran frais environ 20 minutes à 50-60°C (méthode indispensable pour obtenir un safran de qualité). Le safran séché au soleil dégage des notes plus rustiques et perds ses arômes de safranal alors que le séchage au four fait ressortir ce parfum.

Une fois séché le safran peut se conserver 3 à 4 ans. Pour cela il doit être conservé dans un conditionnement hermétique de préférence en verre teinté fermé par un bouchon en liège. L'avantage de ce type de conditionnement est qu'il ne laisse pratiquement pas passer l'air, protège le safran de la lumière, et évite la formation de condensation au cas où votre safran subit un changement de température. Une fois conditionné le safran doit être mis dans un endroit sec et à l'abri de la lumière.

L'arrachage des bulbes :

Les bulbes seront arrachés et triés en juin-juillet, pendant le repos végétatif (aucune feuille). Une fois l'arrachage terminé les bulbes sont nettoyés à l'eau claire et bien les sécher à l'ombre. Ce lavage est nécessaire afin d'éviter certaines maladies. Le stockage est toujours effectué dans un lieu sec et bien ventilé, à l'abri de la lumière et des rongeurs.

Climat :

Le crocus sativus étant une plante méditerranéenne, le climat provençal lui est donc très bien adapté, les pluies d'automne dans notre région sont fréquentes, ce qui déclenche la floraison et celles de mars favorisent le grossissement des bulbes. Une expression dit que : « Globalement, où pousse la vigne et l'olivier, le safran se réjouira ». Des étés très chauds, des hivers vifs et la sécheresse ne fait pas peur au crocus sativus.

Le crocus sativus a besoin idéalement d'une exposition directe au soleil, de 600 à 700 mm/an d'eau (besoin en eau moyen), et d'un été sec finissant par quelques pluies.

Le crocus sativus craint les fortes pluies en été (favorisant le développement des maladies), les grandes sécheresses ainsi que les grands froids prolongés pendant les hivers rigoureux. Un très grand froid ou des températures élevées peuvent ralentir voire arrêter le cycle végétatif des crocus jusqu'à ce que les températures reviennent à la normale.

Les ennemis du safran :

Les maladies :

Les maladies s'attaquent aux bulbes et aux fleurs. Il en existe plusieurs :

Le rhizoctone violet : L'arrivée de ce champignon est imprévisible. Il apparait en automne ou au printemps. Il se propage rapidement par le vent ou les outils. L'agent pathogène persiste dans le sol sous forme de petits sclérotes (< 5 mm de diamètre) pendant plusieurs années. Sur le crocus sativus il progresse depuis les tuniques externes vers l'intérieur. Cette maladie cryptogamique[2] se caractérise par un corme mou, une couleur blanchâtre ou rougeâtre des filaments, puis l'enveloppe du bulbe deviendra noire ou violette, l'intérieur jaunâtre jusqu'au pourrissement du bulbe accompagné d'une odeur fétide.

La fusariose : Maladie fongique composée de champignons décomposeurs qui se trouvent dans les sols. Elle persiste l'hiver dans le sol ou dans les plantes infectées, les restes de récoltes. Son développement se verra accentué en présence d'un taux d'humidité important pendant plusieurs jours. La propagation se fait par le vent, les outils, l'eau de ruissellement, la terre, et certains terreaux.

[2] **Cryptogamique** : Maladie des plantes due à un champignon microscopique comme le mildiou, oïdium, rouilles, blancs, caries, charbons, piétin, ergots, etc.

Le tacon : Se rencontre plus communément que les autres maladies. Il se développe très efficacement dans les sols humides, terrible dans les sols argileux. Il est visible dès le début de l'agression sur le bulbe. De couleur rougeâtre ou jaune il basculera très rapidement vers le noir. Les cormes atteints pourriront rapidement.

Les autres ennemis :

Le crocus sativus a plusieurs ennemis chez les animaux. L'ennemi indirect est la taupe, qui creuse des galeries, constituant ainsi un réseau souterrain d'accès aux rats taupiers, mulots qui se chargeront de dévorer les bulbes. Chevreuils, lapins et lièvres constituent des ennemis de taille car ils rongent les feuilles et mangent les fleurs. Les sangliers sont également un gros problème, car lorsqu'ils entrent dans une safranière, ils font beaucoup de dégâts. Les limaces raffolent également du crocus. Les vers gris, les vers fil de fer, les vers blancs s'attaquent aux jeunes pousses, aux bulbes et aux fleurs.

Qualité du safran :

Le vrai safran pur se doit d'être en stigmates de couleur pourpre uniquement, fins et évasés à leurs extrémités. Il doit conserver une certaine souplesse au toucher et casser si l'on force. Un pistil est composé de trois stigmates rouge intense et toute présence de matière plus claire à la base du pistil (couleur jaunie) dénonce la présence de matière non gustative et sans valeur. Plus cette partie sera longue plus nous payons à nos dépends une qualité amoindrie. Un safran trop brun est un safran ayant séché à trop haute température. A l'inverse un safran pas assez sec finira par moisir. Un safran qui pique est un vieux safran qui aura perdu de ses propriétés gustatives. Il est préférable d'acheter le safran en pistil venant d'un producteur ou d'un épicier de renom pouvant vous garantir la qualité et le millésime du produit à juste prix, plutôt que d'acheter du safran en poudre.

La qualité du safran dépend de plusieurs facteurs tels que le climat, le terroir, l'intervention humaine par une entière maitrise de cette culture, couplée au respect indispensable de points clés de la transformation du safran.

Les tests en laboratoire :

Même si l'appréciation sensorielle est préférée par certaines personnes, elle ne peut seule garantir un safran de très bonne qualité. Il se doit d'être classé en fonction de sa qualité par des mesures faites en laboratoire.

Les tests effectués déterminent les concentrations de safranal (parfum), de crocine (couleur), picrococine (saveur). Les catégories de safran sont regroupées sous la norme ISO 3632 qui classera le safran en fonction du taux de crocine. Il existe quatre classes déterminées en fonction de l'intensité et de la couleur. Ainsi une valeur inférieure à 80 sera de catégorie 4 et donc un safran de faible qualité. Une mesure dépassant 190 sera classée en catégorie 1, ce qui correspond à un safran de qualité supérieure. Cette qualité, mesurée en laboratoire, influera sur le prix du produit.

Les appellations d'origine protégée :

Il existe plusieurs appellations d'origine protégée (AOP) pour le safran cultivé en Europe :

> - Krokos Kozanis (Kozani, Grèce) ;
>
> - Azafràn de La Manche (La-Mancha, Espagne) ;
>
> - Zafferano dell'Aquila (L'Aquila, Italie, Zafferano di Sardegna (Sardaigne), Zafferano di San Gimignano (Toscane, Italie), Zafferano delle colline fiorentine (Florence, Italie) ;
>
> - Munder safran (Mund, Suisse).

D'autres sont actuellement en cours :

> - Azafranes del Campo Bello et Jiloca (Teruel, Espagne) ;
>
> - Zafferano di Cascia (Italie) ;
>
> - Le safran du Quercy (France : IGP).

Falsifications :

Le safran est l'épice la plus falsifiée de tous les temps. En effet, au premier siècle, Pline l'Ancien[3] déclarait que rien n'était plus falsifié que le safran.

[3] **Pline :** Pline l'Ancien est un écrivain et naturaliste romain du 1er siècle, auteur d'une monumentale encyclopédie intitulée « Histoire naturelle ».

Au moyen âge une loi appelée le «safranchau» punissait les fraudeurs de safran au bûcher. Dans certains pays on plongeait la main du fraudeur dans son sac de safran et si elle ne ressortait pas jaunie on lui coupait la main.

Malgré les contrôles de qualité existant de nos jours le problème subsiste. Cette fraude créer une vrai concurrence au safran pur et lèse producteurs et consommateurs.

Il faut faire attention avec le safran en poudre car il peut s'agir de brique pilée, de fleur de carthame[4], du curry, du curcuma, du sable, du plastique broyé ou encore le filet de poulet grillé et réduit en poudre. D'autres malfaçons existent comme le fait de moins sécher le safran pour augmenter son poids. Cette méthode conduit à la moisissure inévitable du safran. On peut efin, alourdir les stigmates en les trempant dans l'huile ou du miel, le résultat est efficace pour le gain de poids seulement car le safran devient imperméable et sans restitution après un trempage dans l'huile.

Cuisine :

Le safran est utilisé dans la cuisine depuis des milliers d'années. Il s'agit aujourd'hui d'une des épices les plus prisée au monde de par la couleur qu'elle confère aux plats, ses arômes dans les plats aussi bien salés que sucrés et ses vertus. Le safran se caractérise par son goût amer et un parfum proche du foin, les plus fines bouche décrivent son goût comme ressemblant au miel avec des touches métalliques. Il fait aussi office d'exhausteur de goût comme par exemple lorsqu'on le mélange à des fraises dans des confitures par exemple, un goût de fraise des bois en ressort.

La plus ancienne trace du safran :

La plus ancienne trace du safran date de l'époque du roi Zohac pendant les invasions mongoles dans un écrit datant de 5000 ans. Son cuisinier assaisonnait le dos de veau avec du vin vieux, du safran et de l'eau de rose.

Utilisation du safran par les Egyptiens et les Romains :

Les Egyptiens et les Romains utilisaient le safran dans leur cuisine, notamment lors des fêtes où l'on safranait fortement les repas pour inciter à la joie et éviter toute bagarre. Il entrait ainsi dans

[4] **Le Carthame** est une espèce de chardon de 60 cm de haut maximum et dont les fleurs sont jaune orangé s'épanouissent de Juillet à Septembre.

la composition du Garum (sauce romaine). Les Egyptiens préparaient une bière au safran et au cumin comme boisson d'accueil et monnaie d'échange ou comme paiement de salaires.

Le safran, produit aphrodisiaque :

Etant réputé aphrodisiaque, il fut utilisé à travers les civilisations dans les plats et boissons. Ainsi les Sybarites[5] buvaient des infusions de safran les soirs de fête et de luxure. Les Musulmans mélangeaient du safran à de l'œuf battu afin pour obtenir un mélange aphrodisiaque. En Angleterre au 18ème siècle, on préparait un breuvage aphrodisiaque avec du gin et du safran.

Le safran et les Gaulois :

La cuisine gauloise comptait également le safran parmi les ingrédients utilisés dans certains plats (des bouillies à base de safran, de miel et céréales afin d'y trouver force et vitalité par exemple).

Le safran à l'époque médiévale :

A l'époque médiévale on faisait du fromage au safran, du pain au safran, chose qui renait en France depuis quelques années.

Le safran en pâtisserie :

Le safran est depuis très longtemps utilisé comme colorant et arômate dans les confiseries et gâteaux également. Dans le Poitou, une pâtisserie nommée «l'échaudée» est citée dès 1202. C'était une pâte au levain à laquelle on ajoutait du safran, du sel, une demi-livre (250g) de beurre et une dizaine d'œufs. La pâte reposait quelques heures sur une planche farinée, puis on formait des petits pains que l'on plongeait dans l'eau bouillante et on finissait la cuisson au four.

Le safran en Inde :

Le Thandai, originaire d'Inde, quant à elle, est une boisson rafraichissante composée de safran, d'amande, de fenouil, de pavot, d'eau de rose, de cardamone, de sucre et de lait froid.

L'utilisation du safran dans la cuisine :

Le safran met un certain temps à restituer son arôme et sa couleur. L'idéal est de le diluer au moins 24h dans de l'eau froide, du lait ou de la crème en fonction de l'usage que l'on va en faire. A défaut, il faut le faire infuser dans un liquide tiède une quinzaine de minutes avant l'emploi. Il faut éviter de mettre le safran trop tôt (environ 5-10 minutes avant la fin de la cuisson) et à feu

[5] **Sybarite** : personne recherchant les plaisirs et une vie facile.

trop fort car il perd de son gout et de ses vitamines. En général il est déconseillé d'utiliser des ustensiles en bois lorsqu'on cuisine avec cette épice, car le bois absorbe les arômes.

De même qu'on préconise d'adapter son alimentation en fonction des saisons, le safran est préféré l'été, où l'on mange plus doux et sucré contrairement aux autres saisons.

Le safran est une épice, certes chère mais il en faut très peu pour donner du goût à un plat. Une dose universelle de référence a été définie pour le grammage par personne pour faciliter l'utilisation du safran et éviter le gaspillage. Ainsi pour 4 personnes, on compte environ 0,1g (c'est-à-dire 15 pistils de safran)[6].

Le safran, une épice utilisée dans de nombreux plats dans le monde :

Aujourd'hui nous pouvons constater la présence du safran dans de nombreux plats du monde entier :

> - En France, nous avons par exemple la bouillabaisse, ou encore de nombreuses sauces accompagnant homards, ou saint-jacques ;
>
> - En Espagne la paëlla valenciana ;
>
> - En Italie certains risottos et des plats de spaghetti à la ricotta et au safran ;
>
> - En Afghanistan : Le qubili pilau ;
>
> - Au Tibet : Le Shamdur ;
>
> - Au Maroc : Des tajines ;
>
> - En Iran : Le chelow kabab.

Paella Valenciana

Bouillabaisse

[6] Un Pistil = 3 Stigmates

Risotto au Safran

Qubili Pilau

Tajine poulet citron et safran

Chelow Kabab

Shamdur

Propriétés médicinales du safran :

Le safran au Moyen-Âge :

Lors des périodes de peste au Moyen-Âge, le safran était répandu pour désinfecter les rues. On l'utilisait aussi afin de traiter les problèmes respiratoires, la toux, la scarlatine, le rhume, la variole, les cancers, l'asthme. Plus largement il entrait dans la composition de traitements contre les affections sanguines, l'insomnie, la paralysie, problèmes cardiaques, les flatulences, l'indigestion et problèmes d'estomac, la goutte, la dysménorrhée, l'aménorrhée, les problèmes oculaires, la jaunisse.

Le livre « La médecine des pauvres » en 1724 recommandait le safran pour calmer la toux et la migraine. Il était aussi conseillé contre la tristesse, pour soigner l'estomac et le foie, pour favoriser les menstruations et tonifier la circulation. Lors des épidémies de pestes, le safran était répandu pour désinfecter.

Le safran en Egypte et dans la Perse:

Les Egyptiens l'utilisaient déjà en médecine, les apothicaires aussi, il entrait dans l'élixir de garus[7].

Dans la Perse antique et l'ancienne Egypte ou la grande Rome on l'utilisait pour ses effets aphrodisiaques, comme antidote contre certains poisons, comme tonifiant pour la dysenterie et la rougeole. Les Perses connaissaient les propriétés toniques et sédatives du safran. Ils traitaient les dépressions avec des infusions de safran car il agit sur le système nerveux central.

Les Egyptiens brulaient le Kyphi[8] après le coucher du soleil afin de retrouver calme et sérénité grâce aux propriétés narcotiques du mélange.

Le safran chez les Romains :

Les Romains l'utilisaient pour prévenir des effets néfastes de l'alcool. Il était conseillé pour combattre la tristesse et les dépressions légères. Sous Pline l'ancien, il entrait dans des préparations pour prévenir des infections. Il était de coutume de boire une infusion très safranée ou de dormir sur un coussin de safran afin d'éviter la « gueule de bois » les lendemains de fête. Il

---

[7] **Elixir de Garus** : L'élixir de Garus est un remède dont la formule a été mise au point au XVIIe siècle par Joseph Garus. Il était composé de myrrhe, de safran, d'essence de lavande, d'encens, de cire, de térébenthine, de cannelle, de girofle, de muscade, d'aloès et de mercure. Il était utilisé pour effacer les marques de la petite vérole et pour guérir un très grand nombre de maux.

[8] **Kyphi :** Encens sacré brulé dans l'Egypte antique en l'honneur du Dieu Rê.

faisait partie également de la composition de médicaments traditionnels, comme l'oxiporum utilisé par Néron[9] contre les calculs, les coliques, les maux d'estomac, les crampes, la toux, pour soigner l'hystérie. Il était aussi utilisé comme somnifère et anti douleur.

Le safran au Maroc :

Depuis très longtemps au Maroc il entre également dans la composition de divers remèdes. On l'utilise pour soigner les règles douloureuses. Un remède de grand-mère marocain permet d'atténuer la douleur des premières dents par une application externe: on masse les gencives des bébés avec une bague en or enduite d'un mélange de miel et de safran.

Les propriétés médicinales prouvées du safran :

Les caroténoïdes du safran ont, dans certaines études scientifiques, montré des propriétés anticancéreuses et antimutagènes. Le composant responsable de ces effets est la diméthyl-crocétine. Ce composé agit sur beaucoup d'éléments, aussi bien sur les tumeurs murines (chez les rongeurs) que sur les lignées cellulaires humaines atteintes de leucémie. L'extrait de safran retarde également la croissance des ascites[10] dû au papillomavirus[11]. Les chercheurs pensent qu'une telle activité anticancéreuse est principalement due à la diméthyl-crocétine qui empêche certaines protéines de lier l'ADN dans les cellules cancéreuses. Ainsi, les cellules cancéreuses deviennent incapables de synthétiser ou répliquer leur propre ADN.

En plus des propriétés anticancéreuses, le safran est également un antioxydant. Cela signifie qu'il agit comme un agent «anti-âge». Ces propriétés donnent au safran un avenir dans la fabrication d'antioxydants dans l'industrie pharmaceutique.

En mai 2001, le docteur LI YA-QIN mit au point une thérapie tirée de la médecine chinoise qui aurait donné des résultats probants dans le traitement du psoriasis. Il a été constaté que 20 % des patients ont obtenu une guérison complète, 51% ont obtenu une réduction des liaisons, et 20% n'ont constaté aucune amélioration.

Il a été prouvé par des recherches scientifiques (publiées par la revue Elsevier) que le safran agit sur plusieurs problèmes de santé que nous pouvons avoir :

- Des problèmes d'ordre gastrique ;
- Des propriétés anti cancéreuses ;

[9] **Néron :** Empereur de Rome en 54.
[10] **Ascite** : Accumulation de liquide dans l'abdomen.
[11] **Papillomavirus :** Cancer du col de l'Utérus.

- Des problèmes cardio-vasculaires ;
- Des problèmes de dépression ;
- Des douleurs dues aux menstruations ;
- Des problèmes d'anxiété et d'insomnie.

Propriétés tinctoriales du safran :

Le safran était largement utilisé comme base de coloration seule ou associée. Le safran compte cinq colorants différents, tous des caroténoïdes solubles dans l'eau. Mais c'est la crocine contenue dans les pistils qui est la substance colorante la plus puissante.

Plus la quantité de stigmates utilisée est importante, plus le rouge sera intense. Même à faible quantité, les stigmates produisent une couleur jaune orangée. Dans beaucoup de civilisations le safran servait à colorer les étoffes et les tissus pour les rendre plus précieux.

Les teintures à base de safran dans la Perse antique :

Traditionnellement, dans la perse antique, les soieries royales, les drapes de laine, les cuirs, la soie et les tissus de tapis étaient teintés de cette couleur jaune orangée leurs conférant ainsi des significations hiérarchique et spirituelles.

Les teintures à base de safran en Grèce :

Dans la monarchie grecque, les tuniques couleurs safran étaient l'emblème des rois. Plus tard, les grecs utiliseront le safran pour teinter le voile des jeunes mariées.

Les teintures à base de safran en Inde :

Les moines bouddhistes, après la mort de Bouddha, coloraient leurs toges de ce jaune, symbole de pureté, de sainteté, et d'immortalité.

Cependant, le curcuma, beaucoup moins cher que le safran et permettant d'obtenir une couleur presque identique, fut très rapidement adopté par les budgets les plus modestes, comme en Indonésie sur l'Ile de Java.

Les teintures à base de safran en Egypte :

Les Egyptiens se servaient du safran pour teindre les bandelettes des momies, et pour peindre des papyrus, des murs et du bois.

Les teintures à base de safran dans les documents sacrés :

Les religions chrétiennes et arabo-islamique ont utilisées une encre à base de safran, conférant ainsi un caractère sacré aux documents comme les lettres royales ou les décorations des pages sur les livres sacrés.

Les teintures à base de safran dans les peintures et les fresques :

Michel Ange a peint les fresques de la Chapelle Sixtine avec un mélange de safran, de blanc de travertin et de poudre d'ombre.

Les peintures intérieures dans les casbahs du sud du Maroc, sur les plafonds du palais de Bahia à Marrakech sont réalisées avec une préparation gardée secrète à base de safran.

La controverse autour de la couleur du safran :

Bien que cette couleur fût la couleur des rois, et un symbole de prestige, elle connut une évolution moins glorieuse en devenant le symbole des courtisanes, puis des prostituées. Elle deviendra même la couleur de l'époux trompé jusqu'à nos jours. Nous le voyons encore aujourd'hui avec les fleurs, et leur symbolique en affirmant qu'il ne faut pas offrir de fleurs jaunes, symbole d'infidélité. Au siècle dernier, une expression existait pour décrire l'adultère : « Passer son conjoint au safran ».

Le safran en cosmétique :

Le safran et Cléopâtre :

Auparavant, le safran était mélangé à du lait d'ânesse ou de la graisse afin de conserver beauté et jeunesse. Cette préparation était appliquée sur la peau ou pris en infusion.

Cléopâtre adorait prendre des bains au lait d'ânesse et au safran afin de conserver une peau douce.

Le safran en Inde :

Le safran est utilisé dans les maquillages traditionnels tels que le bindi, point rouge que les femmes hindoues portent sur le front.

Le safran chez les berbères :

Les femmes berbères utilisent le safran lors de leurs fêtes dans une pâte qui recouvre les cheveux, et pour tracer des traits sur le visage, le contour du front, les joues et le menton, ainsi que certains motifs destinés à chasser le mauvais œil.

Le safran en Italie :

Le blond vénitien des femmes italiennes de la Renaissance était obtenu par un mélange à base de safran et de citron après une exposition au soleil.

Le safran et la cosmétique d'aujourd'hui :

De nos jours le safran est toujours utilisé dans l'industrie cosmétique. Ainsi on peut le voir apparaitre dans les compositions de parfums, eaux de toilettes, produits hydratants, shampoings, savons.

Régions de production de safran en France :

En France, le safran fit son apparition vers la 11ème siécle, à partir des croisades. Un recensement général de l'Agriculture a été effectué autour du safran et des régions productrices françaises. Voir tableau ci-contre :

Département	Nombre de producteurs	Ha	Moyenne m² /producteur
LOT	15	1,83	1 220
ALPES DE HAUTE PROVENCE	8	2,79	3 488
ARDECHE	8	0,67	838
AVEYRON	6	0,63	1 050
GERS	6	1,15	1 917
INDRE ET LOIRE	5	1,15	2 300
LOIRET	5	1,32	2 640
ALPES MARITIMES	4	0,29	725
CORREZE	4	0,62	1 550
DORDOGNE	4	2,09	5 225
ISERE	4	0,67	1 675
LOZERE	4	0,22	550
CHARENTE MARITIME	3	0,33	1 100
CREUSE	3	1,08	3 600
DROME	3		
GARD	3		
HERAULT	3		
Sous total	88	14,84	1 686

Le safran dans le monde :

L'Iran, premier producteur de safran :

Le safran dans le monde est cultivé à différentes échelles. L'Iran est le premier producteur (230 tonnes en 2005, dont 200 tonnes à l'exportation). 90% de la production mondiale.

La plus grande partie du safran iranien est envoyé aux Emirats Arabes et en Espagne. L'Iran ne vend son safran que sur les marchés de gros, les prix varient selon la qualité entre 200 et 350€ le kg.

L'Iran, l'inde, la Grèce, le Maroc, l'Azerbaïdjan, l'Afghanistan et l'Espagne dominent dans cet ordre décroissant le marché mondial.

La plus grande part de la production mondiale, de l'ordre de 300 tonnes par an avec les poudres et stigmates provient d'une large ceinture s'étendant de la mer Méditerranée jusqu'au Cachemire occidental à l'est. L'Iran domine le marché à 90%.

Les autres pays :

En dépit de nombreux efforts de pays comme l'Autriche, l'Angleterre, l'Allemagne ou la Suisse, seules quelques régions continuent l'exploitation du safran en Europe du Nord et centrale. On trouve également quelques petites exploitations en Tasmanie, Chine, Egypte, Israël, Mexique, Nouvelle-Zélande ou en Turquie, en particulier dans la région de Safranbolu, une ville qui tire son nom de l'épice, mais aussi en Californie et en Afrique centrale.

La production de safran est en croissance constante en France avec 37 hectares cultivés.

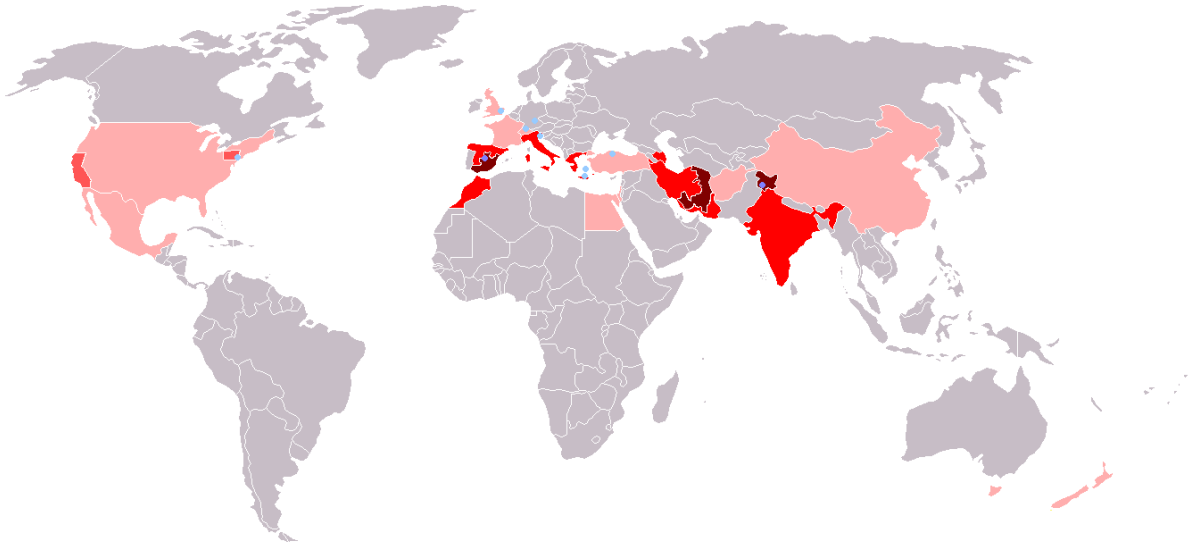


Figure 1 Carte montrant les principales nations productrices de Safran

Rendement moyen du safran :

Poids d'un stigmate	2mg
Nombre de fleurs/ g de safran sec	150 à 300 fleurs
Nombre de fleurs/ Kg de fleurs	2000 à 2500 fleurs
Rendement de safran frais/ Safran sec	80% ➔ 72g frais = 12 g sec

La dimension des bulbes utilisés peut expliquer en grande partie les différences de rendement, notamment au cours des deux premières années de floraison.

Rendements des pays producteurs de safran :

- Iran : 150 à 200 tonnes ;
- Espagne : 1 tonne ;
- Maroc : 2 à 4 tonnes ;
- Italie : 100 Kg ;
- Inde : 8 à 10 tonnes ;
- Suisse : 1 Kg ;
- Grèce : 4 à 7 tonnes ;
- Afghanistan : 2 tonnes ;
- Turquie : 10 kg ;
- Azerbaïdjan : 3 tonnes.

Importation et prix :

L'Espagne est le plus grand centre d'importation en Europe de safran, venant du monde entier.

Les stigmates de safran dans le monde se négocie entre 25 000 à 40000€ le kilo. Le safran français quant à lui varie entre 30 et 40€ le gramme, soit environ 30 000€ le Kg (selon la qualité et le conditionnement).

Les ventes annuelles mondiales de safran seraient estimées à 660 millions de dollars/ Le prix d'achat en grosse quantité de safran de qualité inférieure peut atteindre près de 500 Dollars américain par livre (0,458 Kg), mais au détail et pour de petites quantités, il peut être dix fois supérieur.

Nombre de pays importateurs et exportateurs de safran

Année	Nombre de pays importateurs	Nombre de pays exportateurs
2011	115	53
2009	136	61
2007	139	70
2005	134	71
2003	96	65
2001	115	60
1999	96	50
1997	70	35
1995	82	45
1993	59	39
1991	32	23
1989	21	12

PRIX (safran stigmate entier)

Prix pratiqués en France :

· Prix du safran/kg : 25 à 40 000 €/kg

Prix pratiqués en Iran :

· 2 000 à 4 000 €/kg

Prix pratiqués en Chine :

· 6 000 €/Kg

Prix pratiqués au Maroc :

· De l'ordre de 1500,00 €/ Kg

Prix pratiqués en Espagne :

· 1 800 à 8 900 €/Kg selon origine et qualité

Prix pratiqués en Inde :

· 980 à 1 430 €/Kg

Prix pratiqués en Italie :

· De l'ordre de 4 000 €/Kg

Quelques chiffres :

- ✓ 100 à 110 fleurs au m2 produiront environ 1g de safran sec.
- ✓ Il faut 20 minutes pour préparer un gramme de safran sec, soit 200 fleurs et autant pour la cueillette.
- ✓ Il faut environ 180000 à 200000 fleurs pour obtenir 1 kg de safran sec.
- ✓ Deux fois plus cher que l'or.
- ✓ Trois fois plus cher que le caviar.
- ✓ 1 g de pistils de safran traité dans les règles de l'art peut régaler 60 convives.
- ✓ Il faut compter en moyenne une heure pour cueillir 2000 fleurs et 5 heures pour en récupérer les filaments.
- ✓ Il faut 150 000 à 200 000 fleurs pour obtenir 1 kg de safran sec (car seuls les pistils seront récupérés et séchés pour faire le safran).
- ✓ Il est appelé « or rouge » car c'est l'article culinaire le plus cher au monde. Sa valeur est 10 fois supérieure à celle du caviar et 100 celle de la truffe.

Hypothèse n°1 : Les producteurs de safran permettent la découverte de leurs produits aux touristes, par la visite des safranières.

- Entretien avec Monsieur Arvicus ;
- Entretien avec Madame Marcoup-Ricard ;
- Entretien avec Monsieur Chaveneau ;
- Entretien avec Monsieur Comes ;
- Conclusion.

Hypothèse n°2 : Les acteurs institutionnels du tourisme rendent viable le safran local par l'organisation de foires et autres évènements.

- L'association FKRC ;
- La Fête du Safran de Saint Christol d'Albion ;
- Le Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux et la démarche « Ventoux Saveurs » ;
- L'office du tourisme de Carpentras ;
- Conclusion.

Conclusion générale

Annexes

- Grilles d'entretiens producteurs ;
- Grille d'entretien Association FKRC ;
- Grille d'entretien Fête du safran de Saint Christol d'Albion ;
- Grille d'entretien Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux ;
- Grille d'entretien Office du tourisme de Carpentras.

Hypothèse sur les acteurs gastronomiques :

A la suite de mes différentes recherches et entretiens concernant la valorisation touristique du safran, je me suis rendue compte que la partie sur les restaurateurs allait être difficile à mener. En effet, le peu de restaurateurs qui cuisinent le safran, l'utilisent la plupart du temps, seulement dans un ou deux plats. Il était donc assez difficile pour ma part de les interroger sur leur valorisation touristique du safran provençal, alors qu'ils ne l'utilisent que très peu et souvent non pas à des fins touristiques. De plus, beaucoup de restaurateurs, à cause du prix du safran, cuisinent des plats avec des safrans de synthèses, moins coûteux et ressemblant au goût et au visuel du safran. J'ai pu, de par mes entretiens avec des producteurs connaître le nom de certains restaurateurs qui utilisent leur safran, mais il s'agissait souvent d'un petit nombre de plats ou d'une carte en cours de création. J'ai donc décidé de supprimer cette hypothèse de mon mémoire et de me centrer sur la valorisation touristique des producteurs et des acteurs institutionnels. Le safran n'est donc pas encore ancré dans les mœurs, et son utilisation encore très peu connue ; D'ici quelques années cependant, aux vues de l'évolution du nombre de safraniers, d'articles sur l'épice et de restaurateurs qui se mettent peu à peu à l'utiliser, une hypothèse sur ces acteurs gastronomiques et leur valorisation touristique du safran sera sûrement possible. Pour l'instant, il est encore trop tôt pour parler de cette valorisation auprès des touristes, par les restaurateurs.

Photographies contenues dans le mémoire :

Concernant les photographies, une grande partie viennent de sites de producteurs de safran car la floraison des crocus étant une production inversée (floraison en octobre), je n'ai pas pu avoir la chance de prendre des photos de ces fleurs magnifiques.

« Safraneraie » ou « Safranière » ?

Dans ce mémoire vous pourrez en outre, observer plusieurs manières de distinguer l'exploitation d'un safranier : Une « safraneraie » ou une « safranière ». Ayant interrogé plusieurs safraniers concernant la véritable appellation, il semble qu'il y ai un désaccord, certains préférant une appellation à l'autre. J'ai donc pris la décision d'utiliser les deux mots.

Problématique :

Quels sont les acteurs de la valorisation touristique du safran en Provence et leurs actions de valorisation ?

Hypothèse

Les producteurs de safran permettent la découverte de leurs produits aux touristes, par la visite des safranières et leur participation à des évènements

J'ai débuté mes recherches concernant les producteurs sur internet et en en parlant beaucoup autour de moi, le bouche à oreille marchant souvent très bien.

J'ai eu la chance de trouver sur internet un annuaire sur tous les producteurs de safran en France, et par région. Ciblant les producteurs de Provence, j'ai rapidement effectué une liste des producteurs qu'il aurait pu être intéressant d'interroger. Après une étude de chaque site internet de ces personnes, j'ai donc commencé à les contacter, par mail ou par téléphone. Tous les producteurs à qui j'ai parlé ont accepté dès le premier appel de me recevoir dans leur safranière. Une seule productrice n'a pas pu, son exploitation ayant été ravagé l'année précédente par des rongeurs. M'étant fixé une limite de quatre producteurs de la région j'ai ainsi débuté par un producteur dans la ville d'Entrechaux, près de Vaison-la-Romaine, Monsieur Arvicus. Quelques semaines plus tard, j'ai rencontré Madame Marcoup-Ricard à Orange, puis Monsieur Chaveneau à Saint Christol d'Albion. J'ai finis début juin par Monsieur Comes, à Pernes les Fontaines, dont m'avais parlé Monsieur Leroy, Directeur technique de l'Ecole Hôtelière d'Avignon et Monsieur Vitte, chef pâtissier de l'Ecole Hôtelière.

Durant chaque entretien, chaque producteur m'a fait visiter sa safranière et m'a tous expliqué en détails sa façon de cultiver le safran. J'ai pu observer les bulbes de crocus sativus à cette période, ce qui m'a permis de comprendre cette culture inversée, si particulière à cette fleur. Il s'agissait là pour moi d'un moment important pour tout savoir sur cette plante (sa culture, les difficultés que l'ont peu rencontrer, le climat, le type de terre etc.) et ainsi compléter mes connaissances acquises sur les nombreux sites internet, livres et revues que j'avais déjà lu auparavant. Je ne pouvais pas effectuer mes entretiens sans connaître cette plante à épice dans les moindres détails, cette étape était donc primordiale.

Par la suite, pour chaque producteur, nous avons passé une à deux heures à faire l'entretien. Celui-ci concernant tout d'abord leur histoire, leur point de vue sur le tourisme gastronomique, leur safranière, le type de touriste accueilli sur l'exploitation ainsi que leur vision du marché mondial du safran par rapport au marché français. Ces quatre entretiens se sont très bien déroulés et les producteurs ont répondu à mes questions avec passion et précision.

1 - Producteur de safran à Entrechaux : Monsieur Arvicus

2 - Productrice de safran à Orange : Madame Marcoup-Ricard

3 - Producteur de safran à Saint Christol d'Albion : Monsieur Chaveneau

4 - Producteur de safran à Pernes les Fontaines : Monsieur Comes

Monsieur Arvicus – Producteur de safran à Entrechaux

Figure 1 Monsieur Arvicus et sa femme

Figure 2 Logo de la safranière

Monsieur Arvicus – Ancien informaticien

C'est dans un lieu magnifique, entre trois rivières et au pied du Ventoux que j'ai rencontré Monsieur Arvicus, producteur de safran à Entrechaux.

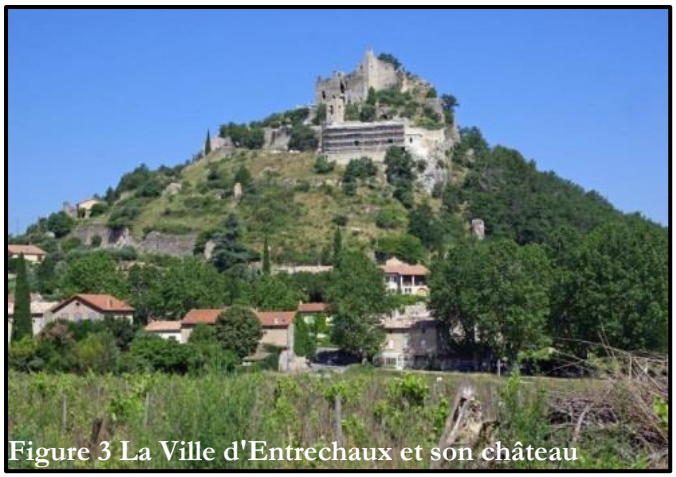


Figure 3 La Ville d'Entrechaux et son château

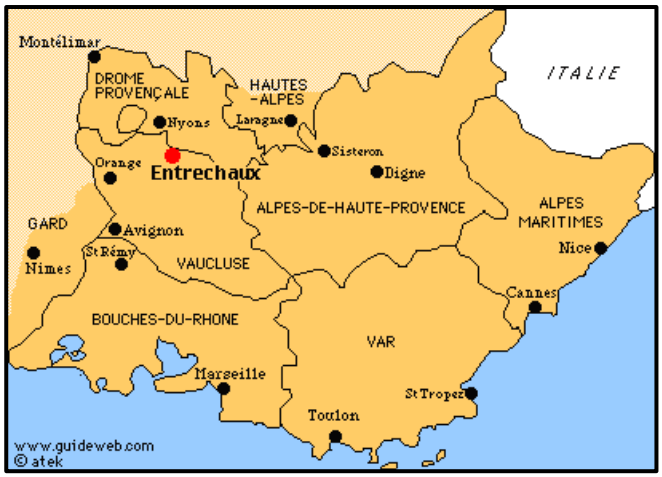


Figure 4 Localisation d'Entrechaux en Région PACA

I. Son Histoire :

De la découverte du safran à l'ouverture de la safranière :

Tout a commencé pendant les vendanges en 2002 : Monsieur Arvicus a été invité chez le viticulteur pour lequel il travaillait et sa femme lui a montré sa plantation de *crocus sativus* au fond de son jardin. Dès qu'il a vu ces fleurs, il en est tombé amoureux et a décidé de se lancer dans ce beau projet.

Après avoir effectué de nombreux stages et après de multiples recherches pour en apprendre plus sur la culture de cette fleur magnifique, il a décidé de créer une exploitation de safran entièrement biologique. Monsieur Arvicus a donc démarré la plantation des bulbes de *crocus sativus* en 2010.

Figure 5 Plantation de crocus de Monsieur Arvicus

Les difficultés rencontrées :

Lors du lancement de son activité, il a rencontré des difficultés administratives surtout, avec la MSA par exemple (deuxième régime de protection sociale en France, qui protège l'ensemble de la profession agricole) car le statut de *safranier* n'ai pas encore tout à fait définit.

Après l'ouverture de sa safraneraie, d'autres difficultés se sont présentées à lui, notamment en ce qui concerne le climat. En 2011 par exemple, il y a eu un très gros déficit hydrique au printemps et à l'automne ; de plus, cet hiver, les températures ont atteint -20°C. Des conditions assez défavorables donc, pour la floraison des crocus.

Figure 6 Répulsif solaire à ultrasons utilisé contre les rongeurs, dans les champs de crocus sativus

Ensuite ils ont aussi dû protéger leur safranière des sangliers et des campagnols. Les rongeurs étant une des causes de la disparition du safran il y a quelques siècles, il s'agit là d'un problème récurrent. Monsieur Arvicus et sa femme ont donc semé dans leur champ plusieurs répulsifs solaires qui émettent des ultrasons afin d'éloigner les campagnols. Cette technologie n'est

pas encore très fiable car des rongeurs ont tout de même creusé des galeries et mangé des bulbes de crocus : une grande perte pour ces producteurs évidemment.

Concernant les sangliers, des barrières électriques ont été mises autour de la safraneraie. En effet, s'ils rentrent, ils se mettent au bout d'une planche (ligne de plant de crocus), et mangent ou du moins déterrent tous les bulbes jusqu'à l'autre bout. Cette méthode n'est pas toujours efficace car lorsque les sangliers paniquent (notamment en période de chasse) ils détruisent la barrière et rien de les arrêtent. Ce sont les seuls difficultés qu'ils aient rencontré pour le moment, mais qui causent tout de même de grandes pertes de crocus et par conséquent de grandes pertes financière.

II. Le Tourisme Gastronomique :

Un nouveau type de tourisme ?

Selon Monsieur Arvicus, il existe un type de tourisme autour de la gastronomie, seulement si nous l'englobons au tourisme viti-vinicole, les accords mets-vins étant très importants dans le tourisme gastronomique d'après lui. Il nous donne ainsi l'exemple des nombreux touristes venant dans notre département afin de découvrir notre grand patrimoine viticole.

En outre, passant quelque fois du temps sur internet, notamment sur Facebook pour discuter avec d'autres safraniers et des personnes intéressées par son travail, le producteur d'Entrechaux a pu s'apercevoir que la gastronomie prend une place de plus en plus importante dans notre vie car de plus en plus de personnes mettent des recettes de cuisine sur internet, ouvrent des blogs de cuisine et s'intéressent aux produits.

Figure 7 Safran de Monsieur Arvicus

Les circuits touristiques autour du safran :

Malgré une évolution du tourisme gastronomique, les circuits touristiques autour du safran ne sont pas encore très développés. Il s'agit souvent d'une étape dans un circuit touristique gastronomique ou autour du vin ou encore de circuits touristiques sportifs. Monsieur Arvicus lui-même a été contacté deux fois :

- La première par une association de balades à vélo. Ils lui ont demandé d'être une des étapes de la balade ;
- La deuxième fois par une dame d'Avignon qui propose des tours en bus des caves de la région. Elle aussi aurait voulu que la safraneraie d'Entrechaux soit une des étapes de ce circuit touristique.

La configuration de l'entreprise de Monsieur Arvicus et sa femme ne leur permet pas de faire partie d'un circuit touristique autour du safran, l'accès à la safraneraie étant difficile. Ils vont cependant essayer d'organiser des cours de cuisine aux touristes autour du safran, par le chef du restaurant « Le Mesclun » à Séguret, Monsieur Eric Bonzi. Il s'agit donc ici de pistes qui pourraient permettre au tourisme gastronomique de se développer autour du safran : les cours de cuisine autour du produit, et les circuits touristiques (selon la configuration du lieu).

Figure 8 Restaurant "Le Mesclun" à Séguret

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » :

Le producteur d'Entrechaux ne fait pas encore partie du réseau *« Bienvenue à la Ferme »* mais il est dans ses projets d'en faire partie dans les mois ou années à venir. Il a cependant déjà fait partie du réseau « *Bienvenue chez vous »* l'année dernière, et qui y ressemble. Par ce biais, ils proposaient des visites de la safraneraie et des dégustations de produits à base de safran. Faire partie de ce réseau n'implique pas de cotisation et offre beaucoup de publicité pour les producteurs. C'est donc un réseau très intéressant qui, d'après Monsieur Arvicus, attirera de plus en plus de touriste s'il se développe.

III. La Safranière :

Figure 9 Safranière de Monsieur Arvicus

Les différentes récoltes :

Le nombre de stigmate récoltés est variable selon les années. Il dépend des conditions météo et de l'âge de la safraneraie (Il faut au moins une année d'acclimatation à la safranière pour pouvoir produire un nombre de stigmates intéressant).

Voici les chiffres des récoltes des 3 années de culture de la safraneraie de Monsieur Arvicus et sa femme:

Récolte de la première année	0,020 Kg de stigmates
Récolte de la deuxième année	0,200 Kg de stigmates
Récolte de cette année	Ils auraient dû récolter entre 0,400 Kg et 0,600 Kg de stigmates mais les conditions climatiques ont fait qu'ils en ont récolté que 0,300 Kg.

Ils ne peuvent donc pas vraiment vivre de leur récolte pour le moment, mais Monsieur Arvicus vient de racheter un terrain de 2500 m qui devrait lui permettre d'avoir une récolte plus importante, et dans le meilleur des cas, une récolte d'au moins 1 Kg de stigmates de crocus.

Figure 10 Monsieur Arvicus récoltant des crocus sativus en octobre

Communication autour de la safranière :

En termes de communication et afin de faire connaître sa safraneraie et le safran en lui-même, le producteur d'Entrechaux participe à des marchés, foires, salons gastronomiques et journées gourmandes. Il a aussi son site internet et un compte Facebook pour sa safraneraie. Les organismes de l'office du tourisme, de « *Ventoux Saveurs* » ainsi que le réseau « *Bienvenue chez vous* » leur font aussi beaucoup de publicité. Ouvrir sa safranière aux touristes est, pour Monsieur Arvicus, un moyen de partager sa passion de cette culture oubliée.

Vente de produits safranés :

Il propose un grand nombre de produits safranés aux touristes: gelées de vins rouge et blanc au safran, pâtes de fruits au safran, confitures au safran, sirop de safran, safran en pots, bulbes de safran etc. qui sont souvent achetés quelques jours après la visite de la safranière, de par leur site de vente en ligne. Par l'intermédiaire de ces ventes en ligne, le chiffre d'affaires de l'entreprise a augmenté sensiblement. Il s'agit-là d'un canal de distribution et de publicité non négligeable.

Figure 11 Fleur de sel au safran créee par Monsieur Arvicus

Figure 12 Pot de safran de Monsieur Arvicus

Des visites gourmandes autour du safran ?

L'idée de mettre en place des visites gourmandes en accords avec d'autres produits semble intéresser Monsieur Arvicus. Il songe déjà travailler avec la cave de Rasteau pour créer une association mets-vins entre un Vin doux naturel Rasteau et un chocolat noir à la ganache safranée. Affaire à suivre donc. Ainsi pour le producteur, une des associations les plus intéressantes selon lui avec le safran, est le vin (nous comprenons donc ainsi la relation, présentée auparavant par Monsieur Arvicus, entre le tourisme gastronomique et le vin). Malgré tout, cette épice s'associe d'après lui avec de nombreux autres produits, puisqu'elle fait office d'exhausteur de goût.

IV. Les Touristes :

Publicité autour de la safranière :

La plupart du temps les touristes qui viennent visiter la safraneraie d'Entrechaux ont été conseillés par les offices du tourisme du coin, ou alors ils en ont entendu parler par les médias

(télévision et site internet). Les organismes tels que « *Ventoux Saveurs* » font eux aussi une très grande publicité.

Portrait type des touristes accueillis sur l'exploitation :

Le portrait type d'un touriste accueilli à la safraneraie de *l'Or Rouge des Trois Rivières,* est un français, (même si des étrangers visitent parfois l'entreprise : anglais, allemands, hollandais et même une fois, des coréens), entre 24 et 30 ans, souvent une femme accompagnée de son mari qu'elle a entrainé à la découverte du safran.

Ventes auprès des visiteurs :

Pour les visiteurs de la safranière, il s'agit d'un gage de qualité de pouvoir s'entretenir avec un producteur et de pouvoir déguster ses produits. Donc les touristes achètent très souvent à la suite de leur visite leurs produits sur leur site internet. Ils achètent donc les produits en ligne, mais ne reviennent pas forcément.

Evolution du nombre de touristes accueillis sur l'exploitation :

Le nombre de touristes a augmenté depuis l'ouverture de la safranière, cela illustre le développement du secteur. En 2010, les producteurs ont planté les bulbes mais il s'agissait d'une année test donc ils ont préféré ne pas se faire connaître cette année-là. Le nombre de touristes les années suivantes a évidemment augmenté grâce à leur référencement chez « *Ventoux Saveurs* », grâce aussi aux offices de tourisme, le bouche à oreille et toute la publicité faite sur le net.

V. Le Marché Mondial :

On parle beaucoup du safran iranien, qui représenterais 90% de la production mondiale de safran. Face à un tel monopole, bien évidemment, la production française demeure largement en retrait. Le consommateur privilégie généralement le prix : à 18€ le gramme en France contre 3€

pour le safran importé d'Iran, il est très difficile pour les petits producteurs de vendre leur safran en quantité.

L'argument de qualité peut toutefois faire pencher la balance, espère Monsieur Arvicus. En effet, la méthode de séchage au soleil déjà, contrairement à celle française au four, enlève les qualités gustatives de l'épice. De plus, eux par exemple ne mettent que les parties bien rouges des stigmates de crocus. Celles qui apportent le goût, l'odeur particulière du safran et sa couleur rouge. Les safrans iraniens comportent la plupart du temps les parties rouges mais aussi oranges et blanches des stigmates de crocus sativus. Parties qui n'apportent rien au niveau du goût à part du poids. C'est le gage de qualité de Monsieur Arvicus, et le gage de qualité du safran Français. Mais le prix l'emporte souvent sur la qualité. Beaucoup de restaurants étoilés achètent du safran iranien ou marocain, au dépit du safran français. On ne dépassera ainsi jamais le marché mondial d'après le producteur. Il affirme cependant que leur safran est peut être cher mais de bien meilleure qualité ! De plus, la culture du crocus se fait toute à la main et les producteurs français respectent une éthique qui ne va pas seulement dans la recherche du bénéfice : il s'agit surtout d'avoir un travail rémunéré à sa juste valeur.

> La différence entre le safran français et le safran iranien vient, comme dit précédemment, de la méthode de séchage des stigmates de crocus. En Iran, les stigmates sont séchés au soleil et au vent pendant deux à trois jours. Cette méthode dégrade les stigmates de crocus sativus. Les analyses de ce safran au niveau des trois éléments principaux contenus dans le safran : La Picrocrocine (qui apporte l'amertume, le goût du safran), le Safranal (qui apporte l'odeur au safran), et la Crocine (qui apporte la couleur rouge), sont sûrement mauvaises dû à cette méthode de séchage.

Analyses du safran de *l'Or Rouge des Trois Rivères* en laboratoire

Le producteur d'Entrechaux fait analyser son safran chaque année par un laboratoire. Cette année est la deuxième année consécutive où son safran est considéré de Première qualité par le laboratoire d'analyse car le niveau de Picrocrocine, de safranal et de Crocine est conforme à la catégorie 1 de la norme ISO 3632.

Mesures UV-Visible:

Selon la méthode ISO 3632-1:2011.

Longueurs d'onde	Indicateur de la teneur en :	$A^{1\%}_{1cm}$ mesuré	Norme ISO Catégorie 1	Echantillon
257 nm	Picrocrocine	104 ± 1	min. 70	**CONFORME 1**
330 nm	Safranal	33 ± 1	min. 20 ; max. 50	**CONFORME 1, 2, 3**
440 nm	Crocine	249 ± 12	min. 200	**CONFORME 1**

Moyenne de trois analyses (n=3) ± 2 fois l'incertitude élargie U (facteur d'élargissement k=2, norme COFRAC). Intervalle de confiance de 95,5%. La conformité est établit en tenant compte de l'incertitude.

Conclusion:

Le safran échantillonné de la récolte 2012 est conforme à la catégorie 1 de la norme ISO 3632.

Figure 3 Safran récolté en 2012 par Pascal Arvicus (L'or rouge des trois rivières) - Analyses faites les 12/03/2013 et 13/03/2013 par le laboratoire AnaScan à Gréoux-les-Bains.

Développée en Espagne, cette norme permet une classification des différentes qualités de safran. Par une étude photométrique[12] (Mesure de l'intensité lumineuse), il est possible d'évaluer la qualité du safran étudié sur une échelle de trois valeurs.

L'Association des safraniers de Provence :

Enfin, Monsieur Arvicus fait partie d'une association en rapport au safran : l'association des « *Safraniers de Provence* »*. Il s'agit d'une association de loi 1901[13], constituée en Avril 2006 qui s'est fixée comme objectif de défendre les intérêts des safraniers, relancer, développer et promouvoir la culture du safran en Provence, et de mettre en place toutes les actions concourant au développement d'une filière safran en Provence. www.safraniersdeprovence.fr

[12] **Photométrie :** Mesure de l'intensité lumineuse

[13] **La loi "1901"** fonde le droit d'association sur des bases entièrement nouvelles. Elle préserve la liberté et les droits des individus tout en permettant leur action collective. Elle met fin au régime restrictif et d'interdiction préventive de la loi "Le chapelier", de l'article du code pénal, de la loi de 1854.

Madame Marcoup-Ricard – Productrice de Safran à Orange

Figure 1 Madame Marcoup-Ricard, Productrice de safran à Orange

Figure 2 Entretien en cours avec Madame Marcoup Ricard

Madame Marcoud Ricard, Retraité militaire – Gestionnaire technique dans l'armée de l'air.

I. Son Histoire :

Le safran… Un coup de foudre :

Madame Marcoup Ricard est tombé amoureuse du safran à la suite d'une émission télé. Le coup de foudre s'est produit grâce à la magie de la plante, et la beauté de sa fleur. Elle a par la suite eu l'occasion d'assister à des conférences sur le safran à Orange qui l'ont conforté dans son projet. C'est ainsi qu'en 2008, la productrice a débuté ses premiers tests de plantation de bulbes de crocus sativus, et qu'en 2009, elle ouvrait officiellement sa safranière.

Figure 3 Safranière de Madame Marcoup-Ricard

Des difficultés ?

Les nombreuses formations auxquelles à participé Madame Ricard lui ont permis d'ouvrir sa safranière sans aucun encombre.

La seule difficulté qu'elle a rencontré et que d'après elle, chaque producteur rencontre, c'est de « savoir vendre son produit ». Il faut définir un prix, trouver des débouchés, cibler une clientèle car, de son point de vue, il faut beaucoup de revendeur et ne pas se contenter d'une dizaine de clients.

Elle n'a pas rencontré de problèmes avec les rongeurs puisqu'elle a la chance d'avoir beaucoup de faucons, de chats, de hiboux et de pies dans les environs, qui guettent le moindre rongeur. De plus, Madame Ricard a des chevaux qui font vibrer la terre lorsqu'ils marchent, donc ils éloignent les nuisibles. Enfin, elle laboure beaucoup la terre autour de sa safranière, cela empêche les rongeurs de créer des galeries. De son point de vue, un bon désherbage évite l'apparition de ces nuisibles.

II. Le tourisme gastronomique :

Point de vue de la productrice sur le tourisme gastronomique :

Le tourisme gastronomique en méditerranée n'est pas du tout développé d'après Madame Ricard. Dans certaines régions oui, plus particulièrement les régions d'élevage comme le Périgord ou l'Alsace mais d'après elle, les touristes ne se déplaceront pas dans notre région juste pour déguster des pêches et des melons. Selon elle, il n'existe pas non plus un véritable tourisme gastronomique autour du safran, car les gens se déplacent pour la culture du safran et non pas pour la gastronomie qu'il agrémente.

Comment développer ce type de tourisme autour du safran ?

Afin de développer ce tourisme gastronomique, Madame Ricard ne dispose pas de beaucoup de ressources, à part décaler la fête du safran de Saint Christol qui se déroule en octobre, en décembre. En effet durant cette période les gens cherchent souvent à associer des produits avec leur menu de noël (gambas, saint jacques etc.) et le safran en fait partie. De cette manière, il serait possible de valoriser cette épice gastronomiquement et touristiquement.

La fête du safran à Saint Christol d'Albion :

De par sa périodicité, la productrice ne participe pas à cette fête : c'est au milieu du mois d'octobre que le safran est en pleine floraison et elle ne peut se permettre de partir car toute fleur

non ramassée le jour même est fanée le lendemain. Une grande perte donc, que Madame Ricard n'est pas prête à accepter.

Association avec des acteurs gastronomiques :

La productrice fournit de plus, un restaurateur à Chateauneuf du Pâpes, et s'associe par ailleurs à des caves afin de proposer des dégustations ; comme avec la cave de Gigondas, qui a proposé à la fin du mois d'avril des dégustations avec accords mets/ vins autour du safran (le safran de Madame Ricard en faisant partie). Cette dégustation s'étant déroulé un weekend où le temps était pluvieux, les touristes n'ont pas été nombreux à venir à cet évènement, une dizaine seulement. Malgré tout, elle souhaite renouveler l'opération dans d'autres caves. En effet, d'après la productrice d'Orange, toutes les associations gustatives autour du safran et des sauces à poissons ou crustacés à base de crème fraiche / vin blanc sont intéressantes et peuvent attirer les touristes gastronomiques.

Le réseau « Bienvenue à la ferme » :

Enfin, Madame Ricard a refusé les propositions du réseau « *Bienvenue à la ferme* » pour deux raisons :

- La première raison est qu'il faut avoir une structure suffisamment grande pour accueillir les touristes, ce dont Madame Ricard ne dispose pas ;
- La deuxième raison est que le safran constitue pour elle plus une passion qu'une entreprise. En ce sens, Madame Ricard ne souhaite pas développer son activité à des fins purement lucratives. Outre la dimension de partage culturel avec les touristes, Madame Ricard craint que son activité ne soit plus centrée sur la production du safran, mais sur une vitrine dénuée d'éthique artisanale.

III. La safranière :

Les récoltes de la safranière :

Les différentes récoltes de stigmates de safran de la safranière d'Orange, ont été vraiment régulières depuis sa création : 0,450 Kg chaque année.

Communication autour de la safranière :

Afin de faire connaître son safran aux touristes, la productrice d'Orange dispose de son propre site internet et est inscrite à l'office de tourisme d'Orange. Elle participe aussi à des marchés et salons gourmands. Toutefois, elle souhaite « rester local » : en restant dans le Vaucluse car parfois le prix de déplacement et des stands n'est vraiment pas rentable par rapport à ce qui est vendu sur place.

A la question « Quels sont les avantages, selon vous, d'ouvrir votre safranière aux touristes ? », Madame Ricard a été honnête et a avoué que c'était pour « vendre » et aussi partager sa passion. En effet, malgré la passion qui anime les producteurs, leurs entreprises ne sont pas des structures à but non lucratif.

Visites de la safranière et vente de produits dérivés :

Lors des visites, elle ne propose pas de dégustations de plats à base de safran ni de cours de cuisine, et ne vends pas de produits dérivés. Elle propose simplement des bulbes et stigmates, dans des magasins de producteurs et sur les marchés. En outre, elle ne vend rien sur son site internet car il y a des frais de port, ainsi que le coût des machines à carte etc. Ce n'est vraiment pas intéressant selon elle : si les clients veulent ses produits, ils savent qu'ils peuvent les acheter dans les magasins de producteurs.

Figure 4 Support de présentation des produits dérivés à base de safran de Madame Ricard

IV. Les touristes :

Communication et type de touristes accueillis à la safraneraie :

Les touristes qui visitent la safranière d'Orange viennent principalement grâce aux offices du tourisme. Tous les ans Madame Ricard reçoit une dizaine de touristes, dont quelques anglais, allemands, belges et suisse. Dans les touristes français, ce sont surtout des locaux qui viennent visiter sa safranière. Ce sont en général des gens intéressés par la culture du safran plus que par le safran lui-même d'après elle, et ce sont souvent les hommes dans les couples qui s'intéressent le plus à cette culture. Il s'agit très souvent de retraités de passage, qui viennent durant l'été, ou pendant la période de floraison.

La plupart du temps ils ne font qu'une simple visite où alors ils reviennent pour faire un cadeau à un ami. Ils achètent tout de même généralement les produits de la safranière dans les magasins de producteurs.

V. Le marché mondial :

En ce qui concerne le marché mondial, Madame Marcoup- Ricard pense qu'on ne pourra jamais concurrencer le safran iranien. Tout d'abord parce qu'au niveau de la production ils sont largement supérieurs à nous. En effet, en France, nous produisons une cinquantaine de kilos chaque année, alors que l'on compte la production iranienne en tonnes.

Le facteur déterminant selon la productrice d'Orange, c'est le prix, qui a pour conséquences une production iranienne largement plus achetée en France, que notre safran Français. Selon elle, Il faut du temps aux gens pour connaître notre production de safran français car il s'agit d'une production récente (environ 10 ans), les producteurs doivent donc s'adapter.

Malgré une mauvaise réputation du safran iranien, ce safran est aussi bon que le français. On parle des méthodes de séchage au soleil qui sont mauvaises et qui détériorent la qualité du safran, mais la productrice d'Orange explique qu'elle a participé à de nombreuses conférences sur le safran dans lesquelles on leur a expliqué que les méthodes évoluent, même en Iran.

VI. Autres questions :

Vivre du safran ?

En ce qui concerne la question de l'autosuffisance des producteurs de safran, Madame Marcoup-Ricard n'est pas sûre que cela soit possible. Elle-même n'en vis pas. Comme elle nous l'a expliqué, elle pourrait augmenter sa culture et planter un hectare de crocus, elle a le terrain pour. Mais il faudrait qu'elle embauche des cueilleurs, environ 22 pour un hectare et elle aime se lever le matin et ramasser ses fleurs. Elle ne veut pas de main d'œuvre car elle cherche la qualité pas la quantité.

L'association des Safraniers de Provence :

Pour finir, Madame Ricard nous a expliqué qu'elle fait partie de l'association « Safran Provence » et qu'ils sont en train d'essayer de créer leur propre coopérative pour pouvoir ainsi réunir les productions de safran de chaque producteur et faire appel à un grossiste. Selon la productrice, ce serait un avantage pour eux, car tous seuls ils ne peuvent vendre leur safran, car ce ne sont que des petites productions.

Monsieur Chaveneau– Producteur de Safran à Saint Christol d'Albion

Figure 1 Logo de l'entreprise "Safran Royal"

Figure 2 Monsieur Chaveneau travaillant sur son exploitation de safran

« Le safran est une épice rare, surtout quand elle est de bonne qualité ». Voici le principe de Raphaël Chaveneau et Fergal Keating qui veulent proposer un produit de très grande qualité.

I. Leur Histoire :

Un coup de foudre pour le crocus sativus :

Tout commence il y a quelques années, Monsieur Chaveneau et son ami Fergal étaient en Asie mineure pour leur travail (dans la légion étrangère), c'est ici qu'ils ont découvert la culture du safran, sa transformation et la beauté de la fleur de crocus sativus. Ils se sont promis qu'en revenant en France ils essaieraient eux aussi de cultiver cette épice rare aux pouvoirs multiples.

Essais de culture, diplôme et stages de perfectionnement :

De retour en France en 2006, ils ont ainsi débuté leur essai de culture, après avoir pris de nombreux renseignements sur cette culture particulière dans de nombreux pays, autres que la France (Maroc, Iran, Espagne etc.). Ils se sont rendu compte qu'il y avait tout de même une grande différence de climat au

Figure 3 Crocus Sativus en pleine floraison

niveau des saisons, au niveau des températures et en fonction de l'altitude également ; Ils ont donc basé tous leurs essais autour de ces données.

Ils se sont rendu compte qu'en France, avoir un diplôme est quasiment obligatoire, ils ont donc passé un diplôme de safranier* (qui n'est pas reconnu par l'éducation nationale, bien qu'il y ai des lycées agricole qui enseignent la culture du safran) qui se regroupe en plusieurs stages de perfectionnement chez Madame Lazérat* (Madame Lazérat a créé sa safranière en 2005 et est devenue la plus grande safranière de France) à Fond Saint Blaise dans la Creuse.

Puis en 2010, ils se sont enfin lancés dans la culture du safran, de façon professionnelle pour promouvoir leur savoir-faire.

Souvenirs d'enfance :

Pour Monsieur Chaveneau, cette histoire d'amour n'a pas débuté en même temps que pour Fergal Keating. En effet, durant son enfance, Raphaël Chaveneau se souvient d'avoir toujours cuisiné avec ses grands-mères. Ayant des grands-parents cultivateurs, il a toujours connu l'amour de la culture, de la terre, et des produits. Ainsi à 13 ans, il a fait pour la première fois la cuisine tout seul, et a décidé de préparer : un minestrone. Pour la première fois de sa vie, il ouvrait un pot de safran. Le parfum lui a tout de suite plu, il en est tombé amoureux et depuis s'est toujours intéressé à cette épice à l'odeur particulière et au goût inimitable. Depuis, il a toujours eu ce « goût safrané en bouche ».

Un rayonnement mondial important :

A la suite de l'ouverture de leur safranière, ils ont été contactés par de nombreux pays tels que la Tunisie, pour apprendre leur culture du safran à d'autres personnes. Des propositions alléchantes mais que Fergal et Raphaël ont été obligé de refuser par manque de temps.

L'ouverture d'une safranière et ses difficultés :

L'investissement de départ pour l'achat du terrain, du matériel, pour l'entretien etc. fût une des premières difficultés rencontrées par Fergal et Raphaël avant l'ouverture de la safranière. Il s'agit d'un investissement par autofinancement et donc toutes leurs économies y sont passés, pour un bénéfice futur pas toujours très important, puisqu'aujourd'hui leurs dépenses sont de 70 000€ pour un gain de moins de 10 000 €.

La deuxième difficulté fût le fait de ne pas être agriculteur, ce qui ne facilitait pas la tâche car les terrains étaient hors de prix vu qu'ils étaient plus considérés comme des touristes que comme des agriculteurs.

Des conditions climatiques et des terres difficiles :

Après leurs débuts en 2010, C'est surtout le climat qui leur pose des problèmes, Saint Christol d'Albion se trouvant à 855m d'altitude, les températures peuvent être rigoureuses pendant l'hiver.

Vu que la culture du safran est un cycle de végétation inversé (plantation en juillet, récolte en octobre), il faut absolument pour la pousse des germes une certaine température et puisqu'on se trouve en fin d'été/ début d'automne nous n'avons pas les bonnes températures, d'où le choix d'être en altitude pour Monsieur Chaveneau et Monsieur Keating, pour pouvoir provoquer ce changement de climat le plus rapidement possible. S'il n'y a pas ce changement de température rapide, les producteurs s'exposent à une culture plus tardive.

Enfin sur le plateau d'Albion, on dit que « les cailloux poussent dans la terre ». En effet, les terres sont très caillouteuses, à tel point qu'il aura fallu à nos deux producteurs quatre mois, seulement, pour la préparation du terrain.

II. Le tourisme gastronomique :

Le tourisme gastronomique d'après le safranier :

D'après Monsieur Chaveneau, il existe en effet un tourisme gastronomique, par exemple autour du safran, mais il en existe plusieurs : D'abord les vrais touristes gastronomiques qui eux, ont les moyens, qui veulent se faire plaisir et ne regardent pas ce qu'il y a dans l'assiette ou alors d'autres touristes gastronomiques, une clientèle tout venante qui veulent des produits à moindre prix. Au niveau du tourisme gastronomique autour du safran, Raphaël explique qu'il vient quand on en parle, dans les médias par exemple. Mais pour lui, il n'y aura pas de tourisme gastronomique réel et il sera très dur de développer ce type de tourisme autour du safran, tant que les safraniers ne s'accorderont pas entre eux pour proposer des produits de qualité et de mieux le communiquer et car le safran coûte énormément cher.

Des circuits touristiques peu développés :

Ensuite, d'après le producteur il n'existe pas de circuits touristiques de nos jours autour du safran. Il l'explique par le fait que le safran et la visite de safranière ne fait pas partie de notre culture aujourd'hui. L'organisme « Ventoux Saveurs » oriente les touristes vers les différents safraniers faisant partie de « Ventoux Saveurs », et les touristes appellent directement dans les safranières pour les visiter et déguster les produits proposés, mais il ne s'agit pas encore d'un circuit touristique dans lequel les touristes vont passer une journée à visiter différentes safranières. Le

réseau est vraiment très peu développé. Les safraniers ont parfois des contacts, comme Raphaël et Fergal qui connaissent des accompagnateurs de Moyenne Montagne, qui leurs envoient des touristes visiter leur safranière. Ce sont des réseaux d'amis qui envoient des touristes plutôt que des circuits touristiques.

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » :

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » pourrait attirer les deux producteurs mais pour l'instant ils n'envisagent pas d'en faire partie car il faut avoir du temps et entre leur travail, la famille et la safranière il est difficile pour eux d'ajouter encore la « contrainte » de faire partie d'un réseau comme celui-ci. D'après Monsieur Chaveneau, si ce réseau se développe il pourra attirer les touristes mais cela dépendra de la situation géographique des récoltes (puisque par exemple eux, leur safranière se trouve à Saint Christol d'Albion qui n'est pas du tout une place touristique) et des produits dérivés proposés autour du safran. En effet, si quelqu'un propose des visites sans pouvoir faire goûter le produit, les touristes ne seront pas attirer du tout. Le plus important pour attirer le touriste, et même la clé pour le faire d'après Raphaël serait : Un « Bonjour » avec un sourire, un produit avec un service et toujours avec le sourire, et un « au revoir » et un « merci » avec le sourire ; Tout cela avec des prix justifiés en rapport au produit et une bonne culture autour du produit que l'on vend. Et enfin, il faut avoir un lieu présentable pour accueillir les touristes, qu'ils se sentent à l'aise.

III. La safranière :

Une récolte secrète :

Beaucoup de secrets entour le travail des safraniers, tant dans la culture du safran que dans la récolte, les transformations etc. C'est pour cela que nous ne saurons pas le nombre de stigmates récoltés par « Safran Royal » chaque année depuis la création de la safranière.

Figure 4 Exploitation de l'entreprise " Safran Royal'

La communication autour de la safraneraie :

Fergal et Raphaël font la publicité de leur safranière sur leur site internet, de part des flyers, les journaux, la fête du safran, le bouche à oreille, quelques dépôt de vente, et par le réseau « Ventoux Saveurs ». Mais Monsieur Chaveneau explique qu'il ne fait pas trop de publicité autour de son safran, car il s'agit ici d'un safran de haute qualité voué à une certaine clientèle.

Avantages et inconvénients d'une ouverture de la safranière aux touristes :

Il y a quand même quelques avantages à ouvrir sa safranière, comme le fait, de se faire connaître et en même temps il s'agit aussi d'un point négatif puisqu'il n'y a pas trop de retombées. Les touristes visitant les safranière, bénéficient de dégustations de produits dérivés autour du safran mais n'achètent généralement que très peu voir pas de produits à la fin. Donc cela fait beaucoup de dépenses, parfois pour aucun bénéfice.

Ventes et ateliers :

Les deux safraniers de Saint Christol ne participent pas, en dehors de la fête du safran qu'ils ont créé, à des marchés et festivals car ils n'ont pas assez de temps pour cela. Mais ils envisagent peut être de s'organiser pour y participer dans les années à venir. Ils pensent aussi ouvrir une boutique en ligne sur leur site internet pour limiter leur temps de travail (déplacement, visites etc.). Ils vendent tout de même, d'ores et déjà leurs produits en Chine, au Maroc et aux Emirats Arabes Unis et à plus petite échelle, vendent leur safran au restaurateurs de Saint Christol et de ses alentours.

Les deux producteurs de Saint Christol proposent des dégustations d'apéritifs ou de thés à base de safran aux touristes à chaque visite ainsi que des produits dérivés : Sirop de safran, miel au safran, gelées de safran pur pour plats sucrés ou salés, moutarde, thé, confitures et du vin au safran etc. Ils proposent également des cours de cuisine avec le chef Alain André Fecher qui marchent vraiment bien. Ils proposent aussi des stages de plantation et de cueillette de fleurs, et vendent des bulbes de crocus à planter.

Figure 5 Miel au safran créé par Monsieur Arvicus

Figure 6 Pots de safran sec de Safran Royal

Associations du safran avec d'autres produits :

Selon Monsieur Chaveneau il n'existe pas d'association gustative très intéressante entre un produit et le safran car pour lui ce sont des associations difficiles à maîtriser et en général ça coûte assez cher (quand on utiliser un safran d'excellente qualité).

IV. Les touristes :

Communication autour de la safranière :

Le site internet de la safranière de Saint Christol, les publicités faites par les Offices du tourisme et Ventoux Saveurs ainsi que les restaurants avec qui travaillent Fergal et Raphaël, sont autant de biais par lesquels les touristes apprennent l'existence de la safranière « Safran Royal » à Saint Christol d'Albion.

Types de touristes accueillis sur l'exploitation :

En général Monsieur Chaveneau et Monsieur Keating reçoivent beaucoup de groupes de personnes âgées, venant de partout en France où alors d'Italie, d'Espagne, de Belgique,

d'Angleterre, d'Allemagne ou enfin de Suisse. Ces quatre dernières nationalités étant pour la plupart des clients fidèles qui reviennent voir les deux producteurs de temps en temps. Par ailleurs, il s'agit d'un public assez mixte car comme nous l'explique Monsieur Chaveneau, de plus en plus d'hommes cuisinent et s'intéressent aux produits.

- **Nombre de touristes accueillis ces dernières années :**

Le nombre de visiteurs sur la safranière varie chaque année entre 50 et 60 personnes par an. Ce chiffre aurait dû augmenté selon Raphaël Chaveneau, mais étant dans un contexte de crise économique en France, seuls une petites parties des touristes se déplacent pour faire des visites (dans le cas de « Safran Royal », il s'agit d'une clientèle âgée qui peut se permettre de mettre un peu de côté pour faire des visites).

V. Le marché mondial :

D'après Monsieur Chaveneau, par rapport au marché iranien au niveau du safran qui représente 90% de la production mondiale, il nous explique qu'on peut s'interroger tout de même sur la qualité du safran car les stigmates sont étalés sur des terrasses au soleil. Le safran qui se trouve au-dessus sera plus sec que celui d'en dessous donc cela créer un safran de différentes qualités qui va perdre énormément de propriétés (aromatiques, gustatives etc.). Cependant, Raphaël tempère les choses en expliquant aussi qu'il s'agit là, des traditions de ces pays et qu'elles sont ancrées. Il est très difficile de leur faire changer de méthode. Lui-même a essayé mais s'est heurté à un mur. De plus en sachant qu'en France on sèche 10g/10g dans des fours, alors qu'eux sèches 5kg par 5kg à l'air libre, sans avoir besoin d'électricité. Le changement serait difficile, même si nécessaire.

VI. Autres questions :

- **Vivre du safran ?**

Pour Monsieur Chaveneau, on peut vivre du safran avec toujours les mêmes points clés en tête : Quantité, marketing, qualité et en faisant beaucoup de représentation de notre safran (marchés, festivals, points de vente, publicité, fête du safran etc.). Il faut savoir investir pour être vu afin de pouvoir faire des bénéfices.

- **Ventoux Saveurs et l'association des Safraniers de Provence :**

Pour finir, les producteurs de « Safran Royal » font partie de la démarche Ventoux Saveurs organisée par la SMAEMV* et de l'association « Safran de Provence » qui réunis un grand

nombre de safraniers provençaux qui veulent créer un coopérative autour du safran pour en vendre plus et à un prix de gros. Une démarche qui ne plaît pas forcément à Monsieur Keating et Monsieur Chaveneau, qui vont sûrement se désinscrire de cette association, car il s'agit ici d'une grande perte de qualité du produit.

VOS LOISIRS

DÉCOUVERTE La visite de l'exploitation s'achève demain soir

Le safran ou l'or rouge, l'épice la plus chère du monde

Raphaël Chaveneau a participé au festival d'automne "Ventoux Saveurs" organisé par le syndicat mixte d'aménagement et d'équipement du Ventoux. Lors de la visite de la safranière, on peut découvrir la manière de recueillir les stigmates, ou émondage, qui évite tout contact avec la main.

SAINT-CHRISTOL

La safranière de Saint-Christol d'Albion est située au cœur de la Provence et au pied du mont Ventoux sur deux sites bio : les Ubac et la Loubatière, à 1 075 m d'altitude, sur des terrains caillouteux et ventés, en limite de la commune de Lagarde-d'Apt.

Elle est dirigée par Raphaël Chaveneau, encore adjudant de la Légion étrangère de son état, actuellement en période de reconversion jusqu'en décembre prochain.

Avec son camarade Fergal Kaeting, ils faisaient partie des commandos montagne du 2° REG de Saint-Christol et à ce titre ont été projetés en Afghanistan à trois reprises.

C'est là, malgré un contexte hostile, qu'ils ont été séduits par la culture millénaire du safran et au retour de leur dernier séjour, ont décidé d'en implanter la culture sur leur commune d'affectation.

Ils créent l'association "FKRC" (leurs initiales) et la boutique "le Safran Royal".

Depuis 2011, ils organisent également la fête annuelle du safran dont la seconde édition s'est déroulée dimanche 21 octobre. Après trois ans d'essais et un stage chez Véronique Lazerat (le safran de Fond-Saint-Blaise en Limousin), ils plantent 10 000 bulbes de crocus, qu'ils démultiplient en 28 000 bulbes l'année d'après.

Un trésor, 100 fois plus cher que la truffe

Aujourd'hui, l'exploitation compte près de 180 000 pièces qu'il faut entretenir, surveiller puis récolter pendant environ un mois par an, en octobre.

La fleur porte le doux nom botanique de "crocus sativus linnaeus" qui vient du grec krokos signifiant filament, en référence aux stigmates.

Les trois stigmates rouges que contient chaque fleur du crocus et qui, une fois séchés, deviendront le safran, l'épice aux diverses applications et la plus chère du monde.

Il faut en effet récolter environ 150 à 200 fleurs de crocus pour obtenir un gramme de safran, dont le kilo peut être estimé au prix de 35 000 €.

Hors du temps et des cours du marché, le safran ne voit pas sa valeur bouger depuis la haute Antiquité où il était considéré comme un don de Dieu. On le nomme aussi or rouge car son prix est 10 fois supérieur à celui du caviar et 100 fois celui de la truffe.

Le safran de bonne qualité est utilisé en cuisine, en teinture et a aussi un usage médicinal. La plante est cultivée dans la France entière car elle s'adapte à tous les terrains, mais sa culture ne peut être conduite que manuellement.

La récolte s'achève bientôt. Les visites de la safranière aussi, plus qu'aujourd'hui et demain pour découvrir la récolte journalière, le recueil des stigmates et tous les secrets de cette épice très précieuse.

Jean-Noël VASTRA

POUR EN SAVOIR PLUS
Contact : www.safranroyal.com
Tél. : 04 32 52 07 21
ou 06 48 27 82 78

Article du Dauphiné Libéré du Raphael Chaveneau et Fergal Keating, et l'ouverture récente de leur safranière sur les plateau d'Albion

Monsieur Comes – Producteur de Safran à Pernes les Fontaines

Figure 1 Monsieur Comes - Safranier à Pernes les Fontaines

Figure 2 Logo de l'entreprise "Safran Soleil de Pernes"

Monsieur Denis Comes – Retraité du secteur bancaire – Disciple d'Escoffier

I. Son Histoire :

Valoriser ses terres, grâce au safran :

Monsieur Comes, producteur de safran à Pernes les Fontaines et sa femme ont réfléchis il y a maintenant 8 ans à la façon de valoriser leurs terres en cultivant un produit de la région. La truffe, la fraise, et les olives étant des produits phare de la région, ils voulaient un produit qui soit moins connu et avec une culture différente. Madame Comes ayant regardé une émission dans laquelle on parlait de la culture du safran a tout de suite aimé cette fleur à épice.

Tests de cultures, stages et médiatisation :

Après différents stages à la chambre d'agriculture sur la culture du safran, le couple de producteurs a débuté ses premiers essais de plantation de bulbes de crocus sativus en 2007. Ils ont tout d'abord commencé par 1000 bulbes, achetés à un producteur de safran au Barroux (Vaucluse), puis ensuite 2000 bulbes et ainsi de suite. Au bout de deux ans, et des tests positifs,

monsieur Comes et sa femme se sont rendus compte qu'ils étaient toujours aussi passionnés et amoureux de cette fleur. Ils ont donc décidé de continuer dans cette lancée. En outre, des journalistes s'intéressant à la réapparition du safran dans le Vaucluse, sont venus les voir et les ont beaucoup médiatisés, ce qui les a encore énormément boostés pour continuer leur culture.

Une création de safranière, non pas sans difficultés :

Les premières difficultés, avant même les premiers tests de plantation, furent de trouver des bulbes, et surtout des bulbes biologiques et le prix d'achat qui était évidemment un investissement important au départ. C'est pour cela qu'ils ont décidé de commencer avec peu de bulbes (milles bulbes) mais aussi pour que cette culture reste une passion et pas une contrainte.

A la suite de l'ouverture de la safranière, les prédateurs et le climat ont été les seuls éléments qui ont causer des problèmes au producteur de Pernes. Les prédateurs, lièvres, rats taupiers, sangliers où encore chevreuils, ont quelques fois détruits une partie de la culture. Notamment l'année dernière lorsque Monsieur Comes et sa femme sont partis au Salon de l'Agriculture à Paris durant 5 jours, les sangliers sont entrés dans la safranière et ont causés beaucoup de dégâts. Malgré cela, Monsieur Comes n'utilise aucun répulsif chimique ou autres. Comme il le dit très bien lui-même, il « laisse faire dame nature » afin de rester aussi dans son optique de safran totalement biologique. Concernant le climat, seul le mois d'octobre 2012 a posé problème, avec un temps très humide qui a donc eu pour conséquence une floraison moins importante que prévue.

Figure 3 Monsieur Comes en train de labourer son champs de Crocus

II. Le tourisme gastronomique :

Le tourisme gastronomique d'après le safranier :

D'après Monsieur Comes Il existe en effet un tourisme gastronomique en Vaucluse, notre département ayant été longtemps appelé à juste titre « le Verger de la France », grâce aux guides

touristiques, bouche à oreilles et autres qui font que les touristes qui viennent dans le Vaucluse sont là pour goûter les produits de notre région, de notre terroir.

Obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran :

Il y a cependant, selon le producteur, un obstacle au développement du tourisme gastronomique autour du safran : la périodicité de la floraison de la fleur de crocus sativus, en octobre. Le tourisme gastronomique étant un peu éteint à cette période de l'année. Monsieur Comes voit ce phénomène grâce à sa participation aux marchés de producteurs et fêtes de terroir auxquels il participe en Juillet-Août qui sont beaucoup plus fournis en touristes qu'à l'automne. Cependant après plusieurs conversations avec des responsables de l'agritourisme en Vaucluse, Monsieur Comes s'est rendu compte que le cas du safran intéressait beaucoup de part ce décalage dans la récolte. Une manière pour ces responsables de relancer un nouveau tourisme à cette période de basse saison touristique.

Des circuits touristiques en évolution :

Monsieur Comes ne sait pas vraiment s'il existe des circuits touristiques autour du safran en France, mais d'après lui ça serait une très bonne idée d'en créer dans le Vaucluse. Il nous a d'ailleurs expliqué que l'office du tourisme de Pernes les Fontaines va inclure le safran dans leurs circuits touristiques. Une très bonne démarche donc, de la part de cette office du tourisme.

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » :

Le réseau Bienvenue à la ferme auquel fait partie Monsieur Comes est aussi un bon moyen de se faire connaître et de faire connaître cette culture qui intrigue. Selon le producteur, c'est un réseau qui gagne à se développer mais pour cela il faut que les personnes qui managent soient motivés.

III. La safranière :

Récoltes des dernières années :

Pour leur première année de récolte, Denis Comes et sa femme ont obtenu pour 1000 bulbes, 20g de safran sec. Leur meilleure année fût l'année dernière avec 300g de safran. Pour cet automne, avec leurs 45000 bulbes, le producteur pense faire tout de même moins que l'année

Figure 4 Bulbes de crocus sativus de Monsieur Comes

dernière : 200g. Les conditions météorologiques de cette année étant assez différentes de d'habitude avec beaucoup de pluies au printemps et un été encore instable.

Communication autour de la safraneraie :

Afin de faire connaître son exploitation et sa passion, Monsieur Comes participe à des marchés de producteurs, et des évènements autour des produits du terroir de part Ventoux Saveurs. Il a aussi une page présentant son exploitation sur le réseau social « Facebook » mais pas de site internet. Il n'en éprouve pas le besoin, car il vend déjà sans problème sans site. Enfin, le bouche à oreille marche énormément, et beaucoup de personnes viennent de la part d'autres visiteurs. Cependant selon le producteur, ouvrir sa safranière aux touristes est intéressant mais cela prend beaucoup de temps, donc ce n'est pas toujours un avantage.

Figure 5 Madame Comes vendant ses produits safranés sur un marché de producteur

Visites de la safranière :

Lors des visites, Monsieur Comes ne propose pas de cours de cuisine à base de safran, mais certains maîtres restaurateurs qu'il côtoie en proposent avec son safran. Le producteur vends beaucoup de produits dérivés tel que :

- Du miel ;
- Du pain d'épice ;
- Des confitures ;
- De la fleur de sel ;
- De la pâte de coing au safran ;
- Et du confit de safran.

Monsieur Comes et sa femme vont aussi bientôt développer un vinaigre de figue au safran, et un jus de fruit à base de safran.

Cependant au grand desespoir du safranier, les touristes achètent beaucoup plus les produits dérivés que le safran en lui-même. Ainsi lorsque sa femme a développé la recette du pain d'épice au safran, ils l'ont fait déguster lors d'un marché producteur en espérant que les touristes achètent du safran pour le refaire chez eux. Aujourd'hui on leur réclame à chaque fois ce fameux pain d'épice.

Figure 6 Safran, vendu par Monsieur Comes et sa femme

Animations à l'office du tourisme de Pernes les Fontaines :

Une des animations importante aux yeux du safranier se déroule à l'office du tourisme de Pernes les Fontaines chaque lundi de juillet et d'août depuis deux ans, il s'agit des « Lundis de Bienvenue ». L'office de tourisme envoie des invitations dans les hébergements du coin (hôtels, chambres d'hôtes etc.) afin d'inviter les touristes à des dégustations de produits locaux, avec des producteurs qui parleront de leur travail. Des actions qui plaisent énormément et qui tendent à se développer au sein d'autres offices du tourisme.

IV. Les touristes :

Les touristes accueillis sur l'exploitation :

Les touristes qu'accueille le safranier de Pernes, viennent à 60% de France (Ile de France et Rhône Alpes principalement) et à le reste, de l'étranger (50% de Belges, 20% de Canadiens et Américains, et le reste : des Russes et des Asiatiques). Ce sont souvent des couples d'âges diversifiés et une grande partie des hommes s'intéressent beaucoup à la cuisine à base de safran car d'après Monsieur Comes, la cuisine du safran, c'est une cuisine d'Homme.

Une grande partie des visiteurs reviennent à la safranières quelques temps après, souvent pour faire découvrir cette culture à des amis ou de la famille.

Le nombre de touristes visitant la safranière a ainsi augmenté depuis l'ouverture de l'exploitation mais Monsieur Comes et sa femme vont désormais les limiter à des visites de groupes par manque de temps.

V. Le marché mondial :

De plus en plus de restaurateurs et commerçants s'intéressent au safran français à cause des problèmes politiques, des guerres et des crises qui touchent les pays du Moyen Orient à l'heure actuelle. De ce fait le marché économique actuel de ces pays les contraint à abaisser leurs prix sur les produits cultivés à des fins d'exportations.

Le safran français serait de qualité légèrement supérieure que les safrans étrangers d'après Denis Comes (qui a lui-même acheté et testé différents safran) notamment au niveau de l'âge du safran. Les pays tels que le Maroc, l'Espagne, et l'Iran garderai le safran le plus longtemps possible jusqu'à ce que le cours de l'épice soit le plus intéressant.

VI. Autres questions :

Vivre du safran ?

Enfin du point de vue du safranier, vivre du safran est impossible de nos jours, cela demande trop de moyens et de temps, et c'est une culture très aléatoire qui peut être très bonne comme très mauvaise selon le bon vouloir de « Dame Nature ». Monsieur Comes lui-même, retraité de la finance, a une petite exploitation et vît cela comme une passion plus qu'un travail

L'association des Safraniers de Provence et la Fête du safran :

Monsieur Comes fait partie de l'association des safraniers de Provence et participera de nouveau cette année à la Fête du Safran de Saint Christol, organisée par Raphael Chaveneau et Fergal Keating, eux même producteurs.

Conclusion

L'ouverture d'une safranière :

Qu'ils soient militaires, informaticiens, retraités ou encore banquiers, ce sont des personnes de tous horizons et de tous âges qui décident de créer leur exploitation de safran.

Pour la plupart il s'agit d'un coup de foudre, dès l'enfance ou à la suite d'une émission, ou encore de la découverte fortuite d'une fleur de crocus au hasard d'un repas où durant l'exercice de son travail ; Mais pour tous, en tout cas, il s'agit d'une révélation, d'un croisement dans leur vie qui les a mené au fil des années à découvrir une passion à laquelle ils n'auraient jamais pensé.

A la suite de plusieurs stages, diplômes, conférences, prises de renseignements et de nombreux tests de culture, tous ont décidé d'ouvrir officiellement leur safranière de façon professionnelle et d'acquérir ainsi un statut de « safranier » encore peu reconnu à ce jour.

L'ouverture d'une exploitation de safran ne se fait pas sans difficultés ; Qu'elles soient dues au financement de départ, aux démarches administratives, aux aléas climatiques, ou encore aux prédateurs, la culture du safran est une culture difficile qui peut facilement décourager si le producteur n'est pas assez passionné. Ce qui n'est pas le cas des producteurs que j'ai eu l'occasion de rencontrer, car malgré les nombreux aléas et découragements de cette culture, ils n'arrêteraient leur exploitation pour rien au monde, leur passion restant plus forte que tout.

Le tourisme gastronomique :

La gastronomie prend une place de plus en plus importante dans nos vies. Cependant, l'apparition d'un nouveau type de tourisme dit « gastronomique » sépare les safraniers. En effet, si selon certains producteurs, ce tourisme n'est pas du tout développé en général ; puisqu'ils affirment que personne ne se déplace seulement pour manger, selon d'autres, il s'agit d'un tourisme en nette progression grâce aux médias (guides touristiques, émissions sur les produits du terroir), organismes, (offices du tourisme, associations) ou encore aux évènements autour des produits de nos régions qui amènent les touristes à se déplacer pour découvrir un terroir gastronomique. D'autres encore nuancent en englobant le tourisme viti-vinicole, inséparable selon eux du tourisme gastronomique (les accords mets-vins étant très recherchés par les touristes).

La question d'un éventuel tourisme gourmand autour du safran, est tout aussi controversé par nos producteurs qui pour la plupart pensent que la périodicité de la floraison, durant une période de basse saison touristique n'aide pas à l'apparition d'un tel tourisme autour du produit ; mais

aussi le fait que les producteurs ne s'accordent pas pour proposer ouvertement un produit français de qualité aux touristes et enfin, qu'il s'agisse d'un produit méconnu pour le moment et sa réputation d'être très coûteuse n'aide pas à attirer les touristes à la découverte de cette épice pourtant fascinante.

Pour ma part, j'ai pu me rendre compte que le safran souffre en effet de cette réputation « d'épice de luxe » car peu ancré pour le moment dans notre culture (bien qu'ayant été ancré il y a de nombreuses années de cela) et qu'une grande méconnaissance du produit, de ses bienfaits, de son utilisation culinaire, ainsi que de ses différentes qualités n'aide pas l'épice à être utilisé par « Monsieur tout le monde » et donc au tourisme gastronomique de se développer seulement autour de cette épice.

Les safranières :

Chaque année, les récoltes de safran ne peuvent être prévues à cause des aléas climatiques et autres difficultés rencontrés par les safraniers. Ainsi, pour les différents producteurs interrogés, les récoltes, depuis l'ouverture de leur safranière ont été variables, mais pour la moitié tout de même une augmentation de la récolte d'au moins 100g par année a pu être observée.

Il est donc impossible d'après tous les producteurs de vivre d'une production de safran, la culture étant trop aléatoire, et le nombre de fleur devant être récolté étant très nombreux pour le nombre de gramme de safran sec final (et donc un prix de revient assez faible).

Ouvrir leur safranière aux touristes est un moyen pour nos producteurs de partager leur passion. Pour la plupart, les médias (site internet, Facebook), les organismes (offices de tourismes, SMAEMV, « Bienvenue chez Vous »), les évènements (marchés, foires, festivals, fête du safran, salons gourmands) ou encore le bouche à oreille, permettent aux touristes de connaître leur exploitation et venir les visiter. Les moyens de communication actuels permettent donc aux safraniers de faire une grande publicité de leur travail et de leur safraneraie.

Les safraniers vendent pour la plupart du safran sec et des bulbes ainsi que de nombreux produits dérivés lors des visites de leur safranière ainsi que sur des marchés de producteurs, ou encore par l'intermédiaire de leur site internet. Des ventes qui marchent assez bien en général au niveau des produits dérivés ; Les touristes préférant acheter des produits à base de safran plutôt que de les cuisiner.

Peu de safraniers proposent eux même des cours de cuisine ; La plupart s'associent cependant avec des restaurateurs voire des maitres restaurateurs pour en proposer aux touristes. Ces cours sont généralement très appréciés et permettent ainsi de faire découvrir la qualité d'un safran de producteur, et toutes les associations gustatives intéressante autour de l'épice. Un moment privilégié entre restaurateur, élèves et safraniers qui partagent leur passion pour cet aromate.

Les touristes :

Il n'existe pas vraiment de portrait type de touriste visitant les safranières. En effet, d'après les témoignages de producteurs recueillis, il s'agit en général de couples de français (locaux ou venant de Rhône-Alpes le plus souvent), ou de quelques étrangers (Belges, Anglais, Allemands ou Suisse pour la plupart) d'âges très diversifiés, qui effectuent une simple visite de la safranière sans forcément revenir par la suite, surtout dans le cas où ils peuvent commander ensuite les produits en ligne, ou les acheter dans des magasins de producteurs. Il est donc question de touristes très diversifiés et venant de tout horizon. Impossible donc de cibler une clientèle par rapport à une autre.

Pour la plupart des producteurs cependant, le nombre de visiteurs a particulièrement augmenté ces dernières années, les touristes et même les gens en général s'intéressant de plus en plus à la qualité des produits qu'ils consomment, et au travail des producteurs. En outre le safran entre petit à petit dans notre culture et dans notre vie quotidienne ; Nous pouvons le voir avec le nombre de reportages ou encore d'articles de magasines ou journaux s'intéressant à « l'Or Rouge ». Un engouement de plus en plus important qui comporte aussi des effets néfastes, comme l'apparition d'un nombre important de nouveaux safraniers qui débute leur exploitation avec un chiffre en tête « 30000€ le Kg » ; Ils n'imaginent pas cependant la difficulté de la culture du safran, et qu'il s'agit en général plus une passion car un kilo de safran est très difficile à obtenir.

En rapport au marché mondial, le prix du safran est souvent un facteur d'achat qui prime sur sa qualité. Le safran français, de par ses méthodes de cueillette et de séchage est réputé de qualité supérieure au safran iranien par exemple. Cependant le prix de l'épice provenant d'Iran est largement inférieur au prix du safran français. Une majorité des restaurateurs et consommateurs en général privilégient le prix et non pas la qualité. Encore un facteur qui explique que le safran n'est pas encore une épice consommé largement en France puisque pour que le safran dégage un parfum aromatique important dans les plats, il faut qu'il soit de qualité, or peu de gens l'utilisent. Ces personnes découvrent ainsi des plats avec de faibles senteurs de safran, et délaissent ainsi l'épice.

Organismes et associations au niveau du safran :

Quelques organismes et associations créent des évènements importants pour la valorisation touristique du safran. Certains comme les circuits touristiques sont encore trop peu développé, mais gagnent à évoluer pour faire connaître au mieux le safran aux touristes gastronomique venant en Provence.

La fête du safran, évènement incontournable à Saint Christol d'Albion est une des seules fêtes existant uniquement autour de l'épice en Provence. La fête se déroulant en Octobre, en pleine période de floraison, peu de safraniers y participent, mais le nombre de participants augmente tout de même chaque année. Une fête qui pourrait ainsi, si elle se développe attirer un grand nombre de touristes en cette basse saison touristique.

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » auquel appartiennent une petite partie de safraniers pourrait lui aussi, s'il évolue, vraiment valoriser de manière importante le safran provençal. Les contraintes de structure sont pour l'instant un problème pour certains safraniers qui ne disposent pas d'un espace suffisant pour accueillir des touristes. Ce réseau serait un grand avantage au niveau de la publicité et offrirait une grande publicité aux safraniers qui en font partie.

Le Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux a créé une démarche communément appellée « Ventoux Saveurs » valorisant lors d'évènement les produits du terroir des producteurs du Mont Ventoux. Le safran y est encore peu présent mais arrive peu à peu lors d'évènements importants (le festival Ventoux Saveurs par exemple).

Nombreuses sont les offices du tourisme de la région qui commencent elles aussi à créer des évènements autour des produits du terroir (le safran entrant dans cette catégorie de produits). L'office du tourisme de Pernes les Fontaines par exemple, avec ses « Lundis de Bienvenue » : rencontre entre producteurs et touristes autour d'une dégustation, valorise touristiquement le safran lorsque des safraniers viennent parler de leur travail. Si elles ne créent pas toutes d'évènements autour de la gastronomie, les offices du tourisme font néanmoins énormément de publicité aux safraniers et envoient ainsi un grand nombre de touristes visiter les safranières de la région. Il ne reste plus qu'à voir évoluer la demande des touristes en ce sens et le safran pourra être déjà bien valorisé touristiquement.

Problématique :

Quels sont les acteurs de la valorisation touristique du safran en Provence et leurs actions de valorisation ?

Hypothèse n°1

Les producteurs de safran permettent la découverte de leurs produits aux touristes, par la visite des safranières et à leur participation à des évènements

Les producteurs sont ainsi de grands acteurs dans la valorisation touristique du safran en Provence. De par l'ouverture de leur safranière aux touristes et les nombreuses activités, ateliers et ventes de produits dérivés qu'ils proposent aux touristes, ils permettent la découverte du safran provençal.

Points négatifs ralentissant la valorisation touristique du safran provençal:

Le safran étant encore peu ancré dans notre culture, le nombre de touristes visitant les safranières est encore peu nombreux. Cependant nous avons observé une nette évolution du nombre de visiteurs de safranières et il est en outre possible d'imaginer une nette évolution dans les années à venir, la communication autour du safran étant de plus en plus importante.

Il existe néanmoins encore beaucoup d'obstacles pour que l'épice entre dans notre culture. Malgré la passion des producteurs pour cette épice, la floraison inversée du crocus pose problème puisque la récolte se situe en pleine basse saison touristique, en octobre. Un des producteurs interrogés m'a cependant expliqué qu'après une conversation avec des responsables de l'agritourisme en Vaucluse, le cas du safran pourrait intéresser pour relancer un nouveau tourisme à cette période de basse saison touristique. Cela pourrait ainsi être un énorme avantage pour les safraniers qui pourrait faire découvrir leur passion de manière considérable à une nouvelle clientèle.

Le safran souffre aussi de sa réputation d'épice de luxe puisque la plupart des personnes pensent qu'il s'agit d'un aromate au prix trop élevé. J'ai pu confirmer cet avis en parlant du safran autour de moi et en observant les mêmes réactions autour de l'épice : « Le safran c'est très cher ! ». J'ai pu moi-même changer d'avis et faire changer d'avis en découvrant la manière de le cuisiner, et en apprenant qu'en utilisant un safran de bonne qualité, une toute petite quantité suffit à parfumer, de manière phénoménale, un plat ou un dessert. Ainsi avec un pot de safran de qualité supérieure de 0,5g, on peut parfumer un plat de 20 à 30 personnes. Il s'agit donc d'un investissement à l'achat, mais d'un investissement de longue durée. Il serait ainsi important que, comme moi, tout le monde puisse comprendre les différentes propriétés et manières de cuisiner du safran, afin qu'il entre dans notre culture et que la valorisation touristique de l'épice puisse se faire sans aucun a priori.

Les circuits touristiques autour du safran sont eux aussi encore trop peu développés d'après les producteurs de safran. Il s'agit la plupart du temps d'une simple étape dans une safranière au milieu d'un circuit autour d'un autre produit ou d'un circuit sportif. Il serait important que ce type de circuits se développe pour montrer le travail des safraniers aux touristes.

Points positifs faisant évoluer la valorisation touristique du safran provençal :

De par mes différentes recherches j'ai tout de même pu m'apercevoir d'un grand nombre de points positifs pouvant permettre dans le futur d'une valorisation touristique plus importante du safran provençal.

Le safran étant tout d'abord une épice se mariant avec de nombreux produits, comme le vin par exemple, il serait intéressant de développer de manière considérable les dégustations avec accords mets-vin autour du safran, dans les caves. Ce genre de dégustations étant souvent très appréciées des touristes.

Ensuite, à la suite de mon entretien avec Monsieur Chaveneau, producteur de safran à Saint Christol et créateur de la Fête du safran, j'ai pu m'apercevoir de l'évolution de cet évènement qui, si de plus en plus de safraniers y participent, pourrait prendre une envergure importante et attirer de plus en plus de touristes et ainsi permettre de bien faire connaître l'épice.

En outre, une communication de plus en plus importante est effectuée autour du safran et du travail de safranier, de par les offices du tourisme, organismes et même par les médias. Grâce à cela, les touristes peuvent s'intéresser au safran et se déplacer ainsi dans les safranières pour connaître cette culture qui intrigue.

La gastronomie prend une place de plus en plus importante dans notre vie, et de plus en plus de personnes essayent de manger de manière plus saine avec des produits de meilleure qualité. Nous le voyons avec l'apparition de la vente de paniers de légumes biologiques par exemple, qui sont en explosion dans un grand nombre de ville, mais aussi par l'engouement des gens à aller à la rencontre directe des producteurs. Cette évolution de la cuisine pourrait permettre aux safraniers de faire connaître leur produit, qui en plus d'être de qualité et d'apporter des parfums riches dans les plats, détiens des propriétés médicinales importante. Un atout pour l'épice.

Enfin, les producteurs sont eux même de plus en plus intéressé de faire partie d'organismes tels que « Bienvenue à la Ferme », « Bienvenue chez Vous » ou encore de participer à des dégustations de produits en office du tourisme durant lesquels ils vont pouvoir présenter leur travail et leur culture. Une manière pour eux de partager leur passion de façon importante et ainsi de revaloriser cette épice aux multiples vertus.

Solutions pouvant faire évoluer la valorisation touristique du safran provençal :

Ainsi, afin de mieux valoriser le safran provençal auprès des touristes, plusieurs solutions sont possibles :

- La mise en place de cours de cuisine autour du produit (de plus en plus recherchés de nos jours) ;
- Le développement des circuits touristiques (selon la configuration du lieu) ;
- L'évolution des réseaux type « Bienvenue à la ferme » ;
- La mise en place de visites gourmandes en accords avec d'autres produits ;
- L'augmentation de la publicité pour les safraneraie dans les offices de tourisme mais aussi directement par les producteurs;
- La mise en valeur du safran français plutôt que du safran étrangers ;
- L'évolution d'un nouveau type de tourisme de basse saison touristique ;

Conclusion générale :

La valorisation touristique du safran provençal par les producteurs peut ainsi être nuancée car les producteurs eux même de par l'ouverture de leur safranière aux touristes et leurs participation aux différents évènements autour des produits locaux valorisent de manière importante l'épice,

mais l'épice étant encore peu ancrée dans notre culture n'attire pas et souffre de sa réputation d'épice chère. Ainsi grâce aux actions menées par les producteurs, la place de l'épice chez les consommateurs et ainsi les touristes pourrait déjà évoluer dans les années à venir. Il faut pour cela que les producteurs se soutiennent et s'accordent entre eux pour communiquer autour du safran français, en tant que produit d'une extrême qualité.

Problématique :

Quels sont les acteurs de la valorisation touristique du safran en Provence et leurs actions de valorisation ?

Hypothèse

Les acteurs institutionnels rendent viables le safran local par l'organisation de foires et autres évènements

Le travail des acteurs institutionnels autour des produits du terroir m'a paru des plus importants. En effet, j'ai pu m'apercevoir de par mes différentes recherches que les offices du tourisme, associations, syndicats et bien d'autres organismes encore, font un travail considérable pour valoriser touristiquement des lieux touristiques importants de notre région, ainsi que les produits de notre terroir provençal.

Après avoir choisi comme thème de mémoire « le safran provençal et sa valorisation touristique », je me suis mise à chercher s'il existait des associations ou syndicats prônant l'utilisation de l'épice auprès des touristes, des fêtes spécialement autour du produit, ou encore les actions menées par les offices du tourisme ou autres organismes pour valoriser touristiquement le safran provençal.

Les deux premiers acteurs institutionnels ont été découverts lors d'un entretien avec un producteur de safran à Saint Christol d'Albion. Monsieur Chaveneau et Fergal Keating, coproducteurs de safran sur le plateau d'Albion ont créé la toute première fête du safran en Vaucluse, se déroulant en octobre dans la ville de Saint Christol et ont monté leur propre association prônant l'utilisation des plantes et herbes aromatiques du plateau d'Albion (le safran faisant partie de ces plantes) auprès des touristes l'année dernière.

Par la suite, de nouveau grâce aux producteurs que j'ai rencontré ainsi que mes différentes recherches, j'ai pu contacter le Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux, et obtenir un entretien afin d'en savoir plus sur la mise en place de leur démarche « Ventoux Saveurs » organisant des festivals, marchés de producteurs, et autres évènements autour des produits et des producteurs du Mont Ventoux. J'ai ainsi eu contact directement avec Muriel Roubaud, en charge du projet « Ventoux Saveurs » qui a répondu à mon questionnaire autour du syndicat, de la démarche ainsi que la place du safran dans ce projet.

J'ai par ailleurs tenté de joindre à plusieurs reprises l'organisme « Bienvenue à la ferme » pour connaître leur démarche, l'attrait des touristes pour la visite de safranière ainsi que l'évolution du nombre de safraniers adhérents. Je n'ai malheureusement jamais eu de réponse et ai donc décidé de laisser cette partie des acteurs institutionnels de côté.

Enfin, j'ai eu beaucoup de contacts avec l'office du tourisme de Carpentras, à la suite de la lecture d'un prospectus leur appartenant, présentant tous les évènements autour des produits de notre région au sein de leur office de tourisme et dans les villes environnantes. J'ai donc pu leur envoyer un questionnaire (la saison touristique ayant commencé, il était plus simple de leur laisser le temps de pouvoir répondre à mon questionnaire), concernant deux évènements importants de leur office du tourisme, la place du safran dans ses évènements ainsi que leur avis sur le tourisme gastronomique autour de l'épice.

Association FKRC

Siège social : **place de La Poste, 84390 Saint-Christol**

Création de l'association

L'association *FKRC* (des initiales des créateurs : Fergal Keating et Raphaël Chaveneau) a été créée en 2012 par les deux producteurs de « Safran Royal » à Saint Christol d'Albion en association avec le chef Alain André Freschet.

But de l'association :

Cette association à but non lucratif, à pour but de promouvoir, développer et valoriser les plantes à épices, aromatiques, médicinales et pharmaceutiques du plateau d'Albion. Le safran entrant dans ces catégories, il s'agit de trouver une structure pour pouvoir faire connaître à un seul endroit, les produits du terroir du plateau d'Albion, autour de la plante aromatique.

Ateliers proposés aux touristes et locaux:

Des cours de cuisine avec Alain André Freschet sont proposés, mais aussi des massages avec l'emploi de ces plantes aromatiques, des ateliers de médecine chinoise etc. Une façon de valoriser et développer la connaissance des touristes autour de ces plantes et les concevoir de différentes manières, autant culinaire que médicinale avec plusieurs ateliers possibles.

Fête du Safran de Saint Christol d'Albion

I. La Fête annuelle du safran :

Création de la fête :

La fête annuelle du safran à Saint Christol d'Albion a été créée en 2011 par les producteurs de « Safran Royal », Fergal Keating et Raphaël Chaveneau.

Pourquoi Saint Christol d'Albion ?

Parce qu'il s'agit d'un site d'exception en plein cœur du terroir de Provence réputé pour ses cultures de lavande, de petit épeautre, de safran, de moutarde ainsi que de ses élevages de chevaux arabes, chevaux de trait, de chèvres, de brebis et cochons.

Une fête, en pleine floraison des crocus :

La fête se déroule au centre du village en octobre durant toute une journée. Cette date a été choisie, pour permettre au public de découvrir l'activité des safraniers lors de la période de récolte.

Thèmes abordés et ateliers proposés :

Il s'agit d'une fête de terroir, qui valorise le safran et son emploi dans la cuisine et dans d'autres domaines (aromathérapie, cosmétique etc.). Ainsi différents ateliers sont proposés tels que :

- Le safran est abordé lors de conférences, sur son histoire, son pouvoir aromatique, ou encore son utilisation en cosmétique, dispensées par monsieur Alain Tessier[14], monsieur Guy Chalandard[15], Jessica Hamou[16] et plusieurs safraniers. ;

- Vente au détail de safran et produits dérivés sur les différents stands des safraniers ;

- Dégustations de plats à base de safran ;

- Visite de la safranière « Safran Royal » avec participation à la cueillette des fleurs de safran.

Les restaurants de Saint Christol proposent quant à eux différents menus safranés et une paëlla géante est proposée au centre du village.

Stand Safran Royal durant la fête du Safran à Saint Christol d'Albion

[14] **Alain Tessier :** Ethnobotaniste enseignant la phyto-aromathérapie, la botanique et la pharmacognosie à la Faculté libre de médecines naturelles à Paris, à l'école Euronature et l'école Ouvrard.

[15] **Guy Chalandard :** Auteur de conférences sur l'histoire du safran en Provence.

[16] **Jessica Hamou :** Travaillant au laboratoire de cosmétiques certifié BIO « Quatressences » en charge du développement et de la commercialisation de la marque de soin de beauté Kesari. Création du marque de cosmétique à base de fleurs de crocus.

Les autres corps de métiers :

La valorisation des produits du terroir et savoir-faire des producteurs et artisans de la région étant très importante pour les créateurs de cette fête, d'autres corps de métier sont à l'honneur tels que : l'agriculture spécialisée, les exploitations ovines, l'artisanat d'art, l'apiculture, l'aromathérapie, la fromagerie, la viticulture etc.

Entretien avec Monsieur Chaveneau, Producteur de « Safran Royal » et Co-Organisateur de la Fête du safran :

Le nombre de visiteurs et de participants que vous avez accueilli lors de la fête a-t-il augmenté entre 2011 et 2012 ?

Oui, l'entrée de cette fête et les stands étant gratuits, nous avons pu voir le nombre de visiteurs et de participants doubler en deux ans. Ainsi, les visiteurs sont passés de 5000 à 10000 personnes en 2012, et le nombre de safraniers est passé à une dizaine environ l'année dernière. C'est une très surprise qui nous incite à continuer chaque année.

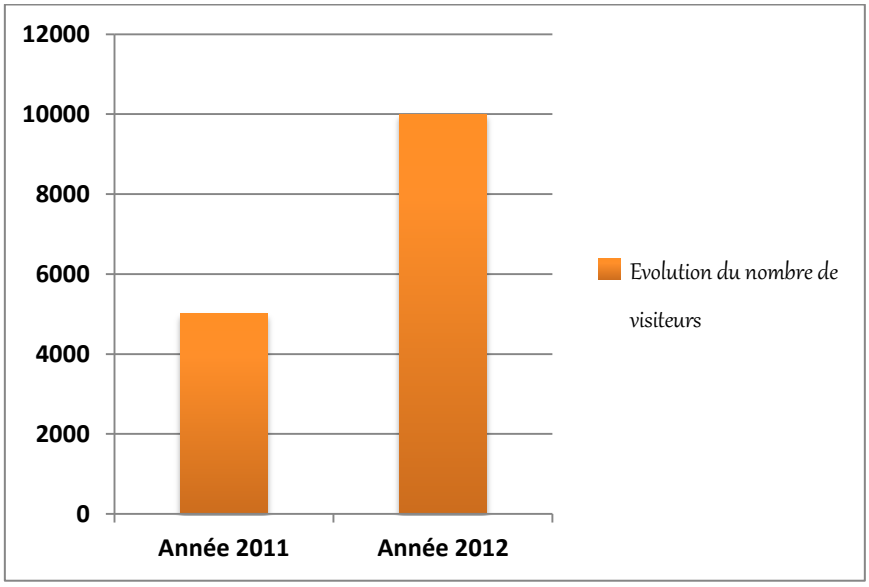


Figure 4 Graphique de l'évolution du nombre de visiteurs accueillis lors de la fête du safran en 2011 et 2012

La fête se déroule en plein milieu de la floraison des crocus, est ce que vous avez, par conséquent, beaucoup de refus de la part des safraniers ?

Beaucoup de safraniers refusent en effet de participer à cette fête car elle se déroule pendant la période de floraison. Cependant, la date est en général fixé après le pic de floraison le plus important, lorsqu'il n'y a quasiment pas de fleur à récolter, pour ainsi permettre aux safraniers de participer à la fête. C'est donc assez dommage d'avoir autant de refus.

Comment faites-vous, vous-même avec le travail entre votre safranière et la fête?

Nous travaillons en famille afin d'avoir à la fois quelqu'un sur le stand de « Safran Royal », quelqu'un d'autres sur les visites, les conférences etc. Nous sommes donc présents sur les différents ateliers proposés lors de la fête, et nous pouvons en même temps travailler dans notre safranière.

Comment faites-vous la publicité de cette fête ?

La publicité pour cette fête est faite principalement par affichage, journaux ou encore par annonces faites à la radio sur « France Bleu Vaucluse ». Cette station de radio fait d'ailleurs un excellent travail pour faire découvrir les produits du terroir et les évènements dans la région. Ils font très souvent intervenir des restaurateurs de notre région pour qu'ils parlent de leurs recettes à base de produits de notre terroir. Ils sont vraiment très bien.

D'où viennent la plupart des visiteurs lors de cette fête ?

La fête se déroule en basse saison touristique, mais malgré cela les visiteurs viennent de toute la France. De plus, vu que nous sommes en dehors des grosses périodes touristiques les visiteurs sont en général plus intéressés par les produits proposés.

Est-ce qu'il existe d'autres fêtes du safran en Provence ?

Oui, il en existe une autre à ma connaissance, se déroulant cette fois-ci en juillet, pendant la période de plantation à Sillan la Cascade près de Salerne.

Est-ce que vous avez le projet de renouveler l'opération dans d'autres villes que Saint Christol ?

On y a pensé en effet, mais c'est un projet en suspens pour l'instant car il faut trouver des safraniers pour l'organiser, et ce n'est pas chose facile. Malheureusement, beaucoup de safraniers sont intéressés par une fête autour du safran, mais peu d'entre eux sont prêts à l'organiser.

Exemple du programme de la Fête du Safran de Saint Christol d'Albion 2012.

07h00-09h00 - installation des exposants

08h30 - Petit déjeuner safrané suivi d'une visite de la safranière

09h00 - ouverture de la fête.

09h30 - Retour de la visite et de la cueillette de la safranière suivit d'une Démonstration d'émondage du safran sur la place du village.

10h00 - Démonstration de savoir faire des pompiers, légion étrangère.

10h00 - Démonstration et dégustation de cuisine au safran avec le chef exécutif Alain André Feschet. (A la boutique du Safran Royal).

10h30 - Démonstration et dégustation de cuisine au safran avec les disciples d'Escoffier (Eric Aubert « L'auberge de Loubion » à St Christol, Manu Lopez « restaurant Les Lavandes » à Monieux, Ludovic Monier « L'oustau de la font » sur la place du village.

10h30 - Conférence sur le safran par Mr Tessier (aromathérapie), monsieur Challandar histoire du safran en Provence, Jessica Hamou et des safraniers (culture et emploi du safran). Dégustation de produits safranés au stand du Safran Royal.

12H00 - 1ere Tombola. Suivie d'une dégustation de produits safranés aux stands safran, sur la place du village.

12H30 - Restauration au sein des restaurants de saint christol et paella géante au safran au sein du village.

14H00-14H15 - Conférence sur le safran par Mr Tessier (aromathérapie), monsieur Challandar histoire du safran en Provence, Jessica Hamou et des safraniers (culture et emploi du safran). Dégustation de produits safranés au stand du Safran Royal.

14H30 - Démonstration de cuisine au safran et dégustation avec le chef exécutif Alain André Feschet. A la boutique du Safran Royal.

15H00 - Démonstration de savoir faire des pompiers, légion étrangère.

16H30 – 2ème Tombola (les deux tombolas s'effectuent avec les carnets de preuves d'achat remis sur les stands organisateurs).

Toute la journée :

- Marché de safran et produits du terroir du VENTOUX.

- Tours de side-car par l'association d'aide aux enfants malades.

- Stand sécurité et défense. (Légion étrangère, pompiers.)

- Balade à cheval et poney à travers le village.

- Exposition de voitures de course et voitures d'exception, Vespa club du sud-est

- Exposition matériel agricole et animaux des branches, Ovine, porcine du plateau d'Albion.

- Fête foraine

- Renseignements sur notre pays et de nos produits de terroir au sein des stands « Ventoux Saveurs, office du tourisme de Monnieux, conseil général.

- Quizz sur safran organisé par le conseil général toute la journée, avec de nombreux lots à gagner.

Conférence Alain Tessier sur le safran lors de la fête du safran à Saint Christol d'Albion

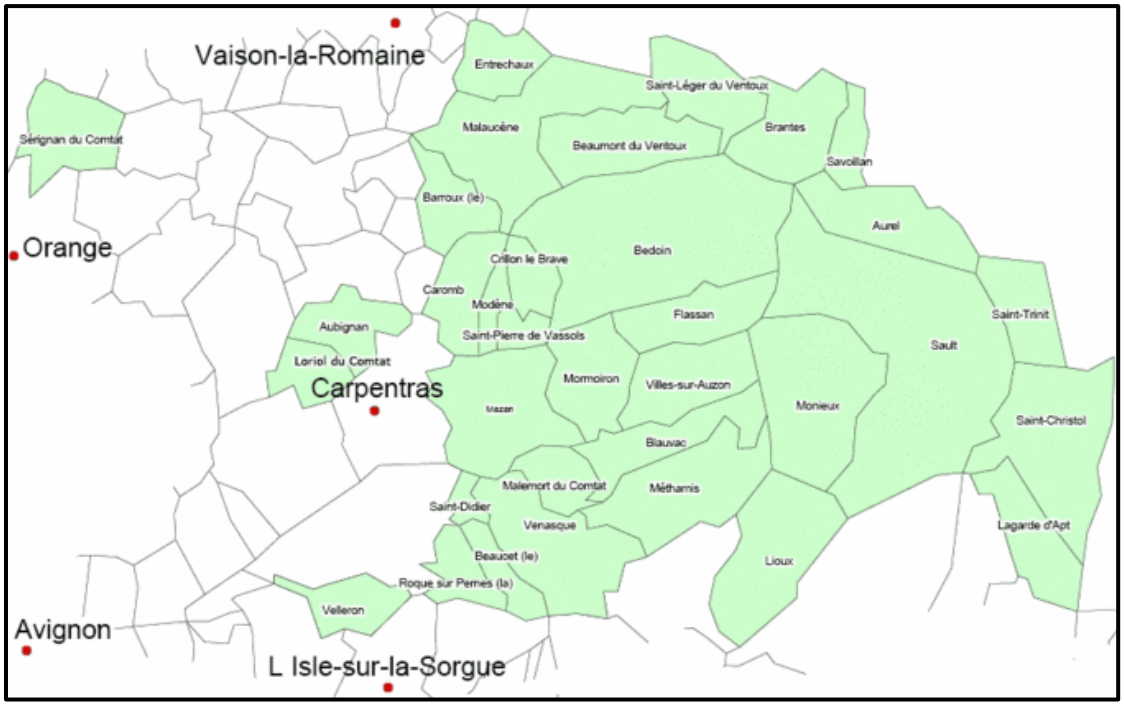
I. Le SMAEMV :

Création du SMAEMV :

Le SMAEMV, ou syndicat mixte d'aménagement et d'équipement du Mont Ventoux, a été créé il y a bientôt 50 ans (le 2 novembre 1965), par le département de Vaucluse et dix communes afin d'assurer la construction et l'exploitation du réseau des remontées mécaniques. Avec le temps, le nombre de ses missions et de communes a largement évolué.

Communes concernées par les actions du syndicat :

Depuis sa création le SMAEMV agi au service de ses 34 communes adhérentes (comprenant 89492 hectares) en les assistant dans leurs projets d'aménagement à travers la maîtrise d'ouvrages mandatés. Le syndicat a ensuite enrichi ses missions avec la gestion d'espaces naturels et le développement durable local. Plus récemment, il est devenu un acteur local engagé dans le projet de création du Parc naturel régional du Mont Ventoux.



Périmètre du territoire pour les missions d'aménagement et d'équipement

Liste des collectivités concernées :

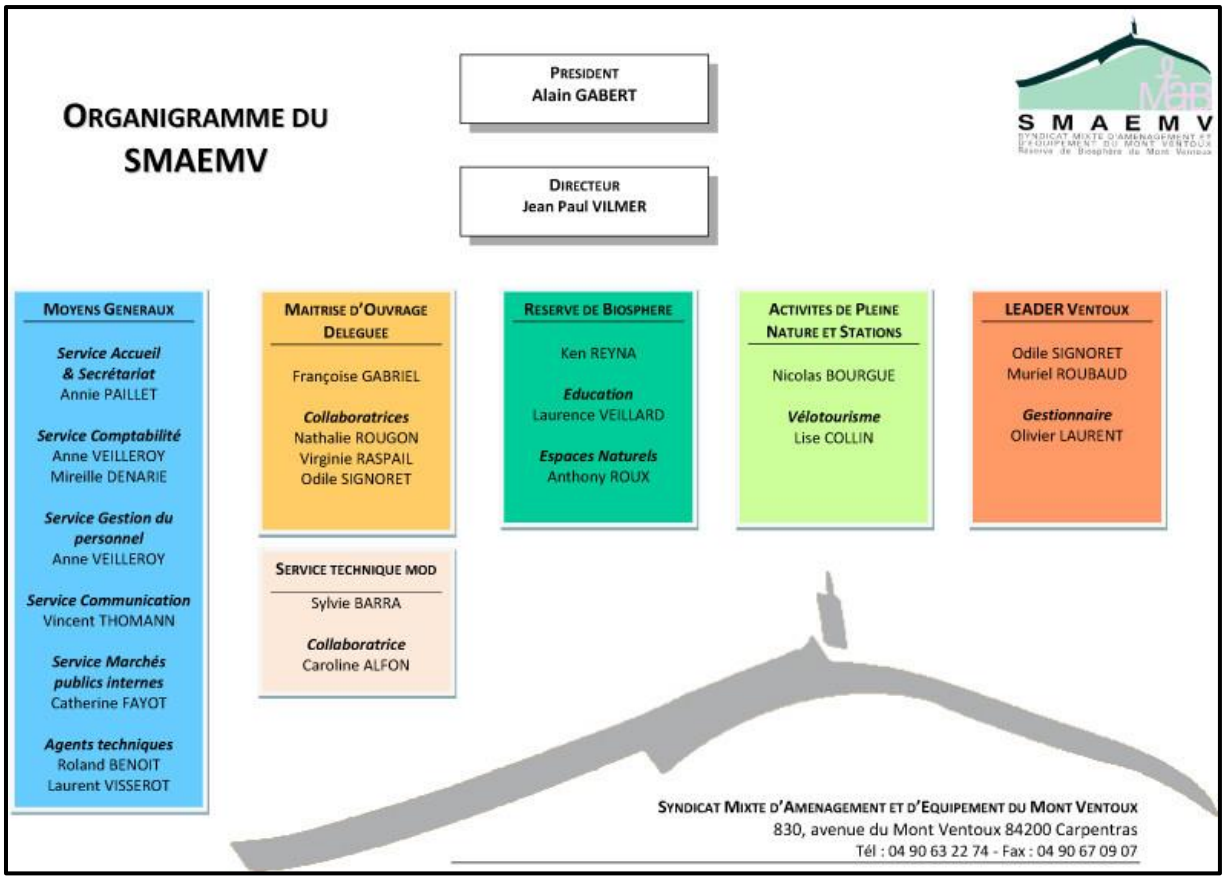
Le Département de Vaucluse
Aubignan
Aurel
Le Barroux
Le Beaucet
Beaumont du Ventoux
Bedoin
Blauvac
Brantes
Caromb
Crillon Le Brave
Entrechaux
Flassan
Lagarde D'Apt
Lioux
Loriol du Comtat
Malaucène
Malemort du Comtat
Mazan
Méthamis
Modène
Monieux
Mormoiron
La Roque sur Pernes
Saint Christol D'Albion
Saint Didier
Saint Léger du Ventoux
Saint Pierre de Vassols
Saint Trinit
Sault
Savoillans
Sérignan du Comtat
Velleron
Venasque
Villes sur Auzon
la Communauté de communes du Pays de Sault

Le projet territorial du SMAEMV rassemble aussi désormais la Région Provence Alpes Côte d'Azur, le Département de Vaucluse, 43 communes et la communauté de communes du Pays de Sault.

Le personnel du Syndicat

22 personnes travaillent pour le syndicat dans différents services :

- L'administratif, la maîtrise d'ouvrage déléguée ;
- La communication « Ventoux Saveurs » ;
- Le « Leader » - Fonds européens ;
- Les activités pleines nature ;
- Les massifs et les stations (dont la réserve de Biosphère et Natura 2000).



Les projets en cours :

De nombreux projets sont en cours dans le syndicat et selon les services, tels que :

> - Le développement du vélotourisme ;
>
> - Le festival Ventoux biosphère : Animations et sorties natures dans différentes communes du Ventoux ;
>
> - Animations pédagogiques (avec les écoles) ;
>
> - Animations Ventoux Saveurs (Présence dans les fêtes de terroir, ou fêtes autour de la nature) ;
>
> - Projet du Parc naturel régional du Ventoux ;
>
> - Animation et suivi des projets Leader (avec 15 nouveaux projets par an).

II. La Démarche Ventoux Saveurs :

But de la démarche

Ventoux Saveurs est une démarche collective de promotion et de communication sur les produits du terroir et les savoir-faire. Il s'agit de construire ensemble un « produit Ventoux ». Cette opération est basée sur des partenariats et a pour but de donner des moyens de communication aux filières afin de promouvoir tous les produits mais aussi le territoire du Ventoux.

Le SMAEMV a mis en place le programme Ventoux Saveurs grâce aux fonds européens Leader dont la stratégie locale est de fédérer et structurer à l'échelle du Ventoux. D'où l'idée de rassembler des producteurs ou artisans de bouche ou restaurateurs afin de travailler en commun sur la communication des produits du Ventoux.

Démarrage de l'opération et communication :

L'opération Ventoux Saveurs a donc démarré en 2010 (mais le festival Ventoux Saveurs existait déjà depuis 2008). En 2012, tous les objets de communication ont été produits et distribués dans les offices de tourisme, auprès des producteurs membres du réseau, dans les magasins de fruits et légumes, chez certains restaurateurs, dans les gîtes et chambres d'hôtes ainsi que dans les coopératives.

Ventoux Saveurs est donc une action locale, mais la communication est nationale, voire internationale. La région finance le festival Ventoux saveurs et la démarche collective Ventoux Saveurs.

Public visé par la démarche « Ventoux Saveurs » et actions de valorisation des produits du Ventoux :

Ce projet touche essentiellement la clientèle touristique d'où un partenariat étroit avec les offices de tourisme afin de leur donner des outils de communication sur cette production agricole. De nombreux guides ont ainsi été édités en français, anglais et allemand, des kakémonos[17], des étiquettes Ventoux Saveurs, des affiches, des sets de table, des portes brochures etc. Un espace terroir a été créé à l'Office tourisme de Carpentras : exposition permanente sur les produits du Ventoux et depuis 2 ans un magasin de produits Ventoux saveurs. Et enfin, des apéritifs de bienvenue dans les offices de tourisme du Ventoux sont désormais proposés aux touristes avec la volonté de faire venir au moins 2 producteurs locaux pour présenter les produits du Ventoux.

L'équipe de Ventoux Saveurs mène ainsi de nombreuses actions pour faire connaître leur démarche et les produits du Ventoux, telles que :

- La communication autour de ces produits ;
- L'alimentation du réseau d'acteurs du territoire et producteurs ;
- Les animations sur les fêtes de terroir ;
- La création d'un site internet Ventoux Saveurs ;
- La création d'un prototype « Panier Ventoux Saveurs » ;
- La réédition d'un guide en ajoutant trois produits : l'abricot, les asperges et le safran (si financement).

Ce sont ainsi les producteurs, restaurateurs et artisans de bouche (nougatiers, confiseurs, fabricants de biscuits etc.) qui font partie de cette démarche.

Produits valorisés par la démarche « Ventoux Saveurs » :

Tous les produits mythiques du Ventoux sont ainsi concernés par la démarche Ventoux Saveurs :

[17] **Kakemono :** Peinture japonaise, enroulée autour d'un bâton, qui se déroule verticalement.

Le Vin, la truffe, l'olive et l'huile d'Olive, la cerise, la fraise, le raisin muscat, le melon, le petit épeautre, la figue de Caromb , le miel, la lavande et l'huile essentielle, le nougat, le berlingot, le fromage de chèvre, et l'élevage d'ovins et l'élevage de porcs de Sault et du Ventoux. L'asperge, le safran et l'abricot viennent d'être ajoutés.

III. La démarche Ventoux Saveurs et le Safran :

Les producteurs de safran :

Au démarrage du projet le safran n'apparaissait pas dans les prospectus car les producteurs de safran n'étaient pas si nombreux qu'aujourd'hui. Trois producteurs ont finalement voulu travailler avec Ventoux Saveurs sur ce projet, car ce sont des petits producteurs assez isolés, qui avaient donc besoin d'outils et d'institutions pour les aider dans la communication sur leur production. Au départ un producteur de safran a adhéré au projet Ventoux Saveurs, et aujourd'hui ils sont cinq.

Actions de valorisation du safran :

La démarche Ventoux Saveurs a mis en place plusieurs actions afin de valoriser le safran:

> - La Fête du safran avec la commune de Saint Christol et l'association locale FKRC ;
>
> - Des animations avec les safraniers et restaurateurs dans le cadre du festival Ventoux Saveurs en automne ;
>
> - Des marchés organisés par Ventoux Saveurs, avec achat de safran ;
>
> - Les opérations panier Ventoux saveurs ;
>
> - La vente dans l'espace terroir (Office tourisme de Carpentras) de produits safranés ;
>
> - La rédaction d'un listing des fêtes de terroir ou marché pouvant intéresser les safraniers.

Le safran est un produit encore peu connu de nos jours, mais d'après Muriel Roubaud (en charge du programme Ventoux Saveurs), les producteurs de safran font un véritable travail de sensibilisation et d'information sur le produit et son utilisation auprès des touristes, lors des marchés, des animations avec les offices de tourisme.

Succès de la démarche autour du safran, auprès des touristes :

La démarche Ventoux Saveurs a beaucoup de demandes des touristes sur le safran, seulement les ventes sont difficiles à réaliser, car il s'agit tout de même d'un produit de luxe et donc onéreux. Les produits dérivés se vendent plus facilement sur les marchés (comme miel ou pain d'épice au safran).
Lors des manifestations proposées seulement autour du safran par Ventoux Saveurs, le nombre de visiteurs est toujours important et constant. Ces manifestations ont toujours eu un vif succès car, comme nous l'a expliqué Muriel Roubaud, le produit et sa culture, intrigue.

V. Le tourisme gastronomique :

D'après la représentante de Ventoux Saveurs, il existe un tourisme gastronomique car la cuisine méditerranéenne constitue un atout pour notre région.

Avantages au développement du tourisme gastronomique autour du safran :

De son point de vue, une cuisine épicée, des saveurs nouvelles, un produit local, une culture originale, un accueil possible sur les exploitations, des producteurs souvent disponibles font que le safran peut se développer facilement au niveau du tourisme gastronomique.

Obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran

Au contraire, Le prix, la concurrence entre producteurs, une petite production, des producteurs peu nombreux et souvent en reconversion professionnelle, une fluctuation du nombre de producteurs et de surfaces (car les surfaces sont actuellement en progression mais peuvent très vite dégringoler si les producteurs rencontrent des problèmes climatiques successifs) peuvent expliquer la lenteur avec laquelle le safran met pour se développer au niveau du tourisme gastronomique.

L'office du tourisme de Carpentras est très engagée dans la valorisation touristique des produits du terroir, et particulièrement, ceux des producteurs de Provence et du Ventoux. Ils organisent ainsi des évènements pour les touristes et les locaux, afin de les sensibiliser à ces produits locaux en leur proposant une découverte de ces produits par des dégustations, rencontres avec des producteurs, vente de produits du terroir etc. Deux évènements marquent l'engagement de l'office du tourisme de Carpentras auprès des producteurs locaux et leur désir de valoriser touristiquement les produits de notre terroir : « L'Espace terroir Ventoux Saveurs » et les « apéritifs de Bienvenue ».

L'Espace terroir Ventoux Saveurs :

En collaboration avec le SMAEMV - Syndicat Mixte d'aménagement et d'équipement du Mont Ventoux, et l'ODG Ventoux – Organisme de défense et de gestion Ventoux[18], et afin de promouvoir les produits et savoir-faire artisanaux du Ventoux dans sa dimension gastronomique, l'office du tourisme de Carpentras a inauguré en son sein, en 2012 l'espace terroir des produits « *Ventoux Saveurs* ».

Tous les produits du terroir du Ventoux répertoriés par le SMAEMV et leurs dérivés sont concernés par cette nouvelle boutique terroir. Ainsi les visiteurs peuvent découvrir des huiles d'olives, la truffe, l'épeautre, le safran, les vin AOC Ventoux, les jus de fruits, la tapenade, les confitures, le miel, le nougats, les fruits (fraises, raisin, abricot) ou encore les berlingots.

Afin de sensibiliser au mieux les touristes et locaux à la découverte de ces produits de terroir, l'office du tourisme propose des rencontres avec les producteurs, des mini marchés de producteurs, des mises en valeur de produit sur l'espace terroir (selon la saison) ainsi que des animations ponctuelles (fête de la gastronomie, dégustations au comptoir etc.).

[18] **ODG :** Les ODG sont chargés de la défense et la gestion d'un produit de qualité officiellement identifié (les AOP, AOC, Label Rouge etc.). Ils élaborent ainsi les projets de cahier des charges, qui, après approbation par l'Inao (Institut national des appellations d'origine) sont publiés au Journal officiel. Les ODG participent également à la mise en œuvre des plans de contrôle et d'inspection.

Figure 1 Inauguration de l'espace Ventoux Saveurs en Juillet 2011

Figure 2 Espace Ventoux Saveurs à l'office de tourisme de Carpentras

Entretien avec Séverine Camarassa –Fonticelli, Conseillère en séjour- service animation/groupes à l'Office du tourisme de Carpentras

Est-ce que l'Espace *Ventoux Saveurs* rencontre un vif succès auprès des touristes ?

Oui dans l'ensemble, même si nous avons pour l'instant encore peu de recul par rapport à l'ouverture de l'espace. Mais nous nous sommes rendu compte que les touristes de passage, en séjour ou de retour chez eux apprécient de pouvoir trouver des produits locaux artisanaux qu'ils ramèneront dans leur région ou pays.

Pourquoi selon vous ?

Cette boutique leur permet d'avoir une vision d'ensemble du Terroir du Ventoux avec la possibilité de déguster et d'acheter tous ces produits directement à l'office du tourisme.

Le safran est lui aussi présent dans l'Espace Ventoux Saveurs. Ainsi les visiteurs peuvent découvrir six références safranés dans la boutique : le miel, la confiture, les confits, la fleur de sel, les stigmates et les huiles au safran). Deux safraniers proposent, eux aussi d'initier les touristes et locaux à la découverte de cette épice lors des rencontres entre producteurs et visiteurs, en présentant leur travail et leurs produits et en leur inculquant la manière de cuisiner et déguster le safran.

Malheureusement, comme nous l'explique Madame Camarassa-Fonticelli, les demandes des touristes et les ventes autour du safran ne sont pas nombreuses, car le safran souffre de son prix élevé et son rang de produit dit « de luxe ».

Les Apéritifs de Bienvenue :

En 2005, l'Office de tourisme de Carpentras avait organisé « Les lundis Bonjour » qui ont durés trois ans. Il s'agissait dès lors d'accueillir les vacanciers de passage à l'office du tourisme, les lundis de 11h à 12h30 et de leur proposer des dégustations de produits du terroir de saison par les producteurs locaux ainsi que de leur diffuser de la documentation touristique concernant les produits de notre région.

Les « Lundis Bonjour » se sont déclinés en « Apéritifs de Bienvenue » qui sont organisés cette année les vendredis (jour de marchés) sur le même principe que les ateliers du lundi (dégustations, rencontre de producteurs, diffusion de documentation touristique).

Ces ateliers, proposés aux locaux et aux vacanciers de passage, rencontrent un vif succès auprès des touristes qui apprécient la facilité d'accès (puisque l'office du tourisme se trouve sur la place du marché), la découverte de nouvelles saveurs et la proximité avec les producteurs de la région.

Tout comme pour l'Espace Ventoux Saveurs, le safran est présent lors des Apéritifs de Bienvenue mais le produit est très peu dégusté car considéré trop chers par les visiteurs.

- **Le tourisme gastronomique selon l'Office du tourisme de Carpentras :**

Entretien avec Séverine Camarassa –Fonticelli, Conseillère en séjour- service animation/groupes à l'Office du tourisme de Carpentras

Pensez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique en général ?

Oui

Croyez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique spécifique à la méditerranée ?

Oui

Quels sont pour vous, les atouts au développement du tourisme gastronomique autour du safran?

De nombreux pays utilisent le safran dans leur cuisine, cette épice est mal connue et son mode de production et d'exploitation reste un mystère pour la plupart des gens. Nous organisons donc des visites d'exploitation de safran en octobre chaque année depuis 10 ans et nous avons toujours un vif succès.

Quels sont pour vous, les obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

La floraison des crocus ne dure qu'un mois (octobre) ; Il s'agit d'une période courte et automnale qui n'est pas très touristique. Seuls les stages de cuisine autour du safran que nous proposons peuvent avoir du succès en cette période

Le nombre de producteurs de safran qui vous ont contacté pour que vous fassiez la relation entre eux et les touristes a-t-il augmenté depuis le premier producteur ? Combien de producteurs vous ont contacté en tout?

Un producteur nous a contacté il y a 15 ans (producteur qui a relancé la culture du safran au pied du Ventoux) et deux autres depuis les cinq dernières années.

Apéritifs de Bienvenue

Vos petits apéritifs de bienvenue aux saveurs du Ventoux :

Pour bien débuter votre séjour en Vaucluse, venez à la rencontre de nos produits dans l'un des Offices de Tourisme du Ventoux. Vous serez accueillis par nos producteurs qui vous proposeront une dégustation de leurs produits, ainsi que par nos conseillers qui vous guideront afin de profiter de votre séjour pour visiter agréablement le Vaucluse.

Saviez-vous que le Ventoux offre plus de 20 produits : fruits, légumes, fromages de chèvres, viandes, confiseries, épices, céréales... N'hésitez pas à entrer et à vous renseigner sur le savoir-faire agricole ou artisanal auprès de vos hôtes.

C'est pour vous le point de départ d'un « Parcours gourmand » en Ventoux : vous pourrez trouver les bonnes adresses pour vous procurer tous les produits du Géant de Provence dans nos caves, nos coopératives agricoles, les lieux de vente directe chez le producteur, les boutiques artisanales et les espaces de dégustation.

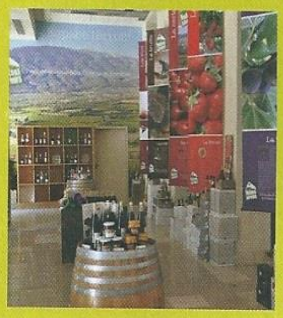
Les lieux et dates :

Cet été, les Offices de Tourisme ci-dessous organisent un apéritif de bienvenue. Toutes les informations sur www.ventoux-saveurs.fr.

Caromb • Carpentras • Malaucène • Monieux • Mormoiron • Pernes-les-Fontaines • Sault • Saint-Didier • Venasque

L'espace terroir « Ventoux saveurs »

Office de Tourisme de Carpentras – ouvert toute l'année.



On y trouve les produits du terroir préparés par les producteurs « Ventoux Saveurs » de manière artisanale (confitures, miels, nougats, préparations salées) ainsi qu'une sélection de vins AOC Ventoux et des dégustations gratuites pour les grands (vins, tapenades, safranades...) comme pour les petits (jus de fruits, berlingots).

Tout au long de l'année, l'espace terroir est rythmé par des rencontres avec les producteurs et des animations ludiques et festives (mini-marchés, fêtes de terroir, concours culinaires, conférences...) ainsi que par des opérations de promotion réalisées dans le cadre de la démarche départementale « Savourez le Vaucluse ». Enfin, une exposition permanente présente le territoire agricole et ses spécialités gustatives.

LES VINS AOC VENTOUX

Office de Tourisme Carpentras

Office de Tourisme de Carpentras :
04 90 63 00 78
ot-terroir@carpentras-ventoux.com
www.carpentras-ventoux.com

Horaires d'ouverture :

De septembre à juin :
les mardis mercredis et jeudis de 14h30 à 18h00
les vendredis et samedis de 10h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00.
Juillet et août : du mardi au samedi de 10h00 à 12h30
et de 14h30 à 18h30.

Guide des fêtes et évènements se déroulant dans notre département en 2013 - Ici, les deux évènements proposés par l'Office de tourisme de Carpentras "les Apéritifs de Bienvenue" et "l'Espace terroir Ventoux Saveurs"

Conclusion

De plus en plus d'acteurs institutionnels mettent en place des évènements autour des produits que nous consommons, et surtout autour des produits des producteurs de nos régions.

Le retour des consommateurs à une alimentation saine :

Comme dis précédemment, la recherche de produits sains et de bonne qualité est devenue un élément primordial pour de plus en plus de personnes. Finis les repas vite préparés avec ce qu'on trouve sous la main, les fast-foods, les plats tous prêts et la nourriture trop grasse, aujourd'hui les consommateurs veulent manger des produits bons et bénéfiques pour la santé.

Ce retour aux produits de la terre se matérialise par le développement par exemple, du système des « paniers biologiques » dans de nombreuses villes (préparation et livraison de paniers de légumes biologiques chaque semaine), par le nombre de visiteurs important dans les marchés de producteurs, le nombre de producteurs qui ouvrent leurs portes aux consommateurs et leur intérêt grandissant pour voir par eux même la culture des produits qu'ils consomment, ou enfin, par l'évolution du nombre de producteurs qui proposent des cueillettes de fruits et légumes directement sur l'exploitation pour les consommateurs à moindre coûts.

La Provence :

La Provence n'échappe pas à la règle et de nombreux évènements sont proposés autour des produits de notre région à destination des locaux et des nombreux touristes visitant la région.

Le Safran :

Le safran évolue dans notre culture, et tout comme grands nombres de produits locaux, des évènements et organisations commencent petit à petit à être créées autour de l'épice. En effet, manger des produits de bonne qualité ne concerne pas simplement les fruits et légumes, mais aussi le poisson, la viande ainsi que les condiments et aromates, très présents dans la cuisine provençale et méditerranéenne.

Problématique :

Quels sont les acteurs de la valorisation touristique du safran en Provence et leurs actions de valorisation ?

Hypothèse

Les acteurs institutionnels rendent viable le safran local par l'organisation de foires et autres évènements

La valorisation touristique des produits de notre terroir est devenu un atout important afin d'attirer les touristes dans notre région, et surtout le nouveau type de touriste en évolution, dit « touriste gastronomique ». De par mes recherches, j'ai pu rencontrer une association dédiée à la valorisation touristique des produits du plateau d'Albion, un des organisateurs de la fête du safran à Saint Christol d'Albion, un syndicat spécialisé dans les produits du Mont Ventoux, ainsi que l'office du tourisme de Carpentras qui propose des ateliers culinaires et de découverte des produits de la région.

L'Association *FKRC* :

L'association *FKRC* a été créée par deux producteurs de safran et un restaurateur afin de valoriser les plantes à épices, aromatiques, médicinales et pharmaceutiques du plateau d'Albion, par la mise en place de cours de cuisine et autres ateliers. Une manière de faire connaître localement et touristiquement, de manière originale ces plantes dont le safran fait partie (cours de cuisines, cours de médecine chinoise à base de plantes etc.).

La fête du safran de Saint Christol d'Albion:

La fête du safran de Saint Christol d'Albion est un évènement important pour l'épice car il permet aux locaux et aux touristes de découvrir la culture du safran par la visite de la safranière « Safran Royal » (visites et cueillettes de fleurs) ainsi que par la dégustation d'amuses bouches, plats et desserts à base de safran, et enfin par la participation aux différentes conférences proposées autour de l'épice. Un moyen très intéressant afin de faire apprécier cette épice encore méconnue et valoriser touristiquement le safran français, et surtout le safran provençal. Cet évènement, datant de deux ans à peine, attire chaque année de nombreux visiteurs et producteurs de safran. Un chiffre qui est d'ailleurs en évolution et qui démontre l'attrait des consommateurs pour la découverte de nouveaux produits, ou du moins des produits qu'ils consomment.

Le SMAEMV :

Le Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux, est lui aussi très engagé dans la valorisation touristique des produits du Mont Ventoux et ainsi des produits des safraniers de notre région. Grâce à la création de la démarche « Ventoux Saveurs » par le syndicat, de nombreux évènements ont été créé dans la région autour des produits de notre terroir, tels que les festivals, marchés, foires, dégustations et expositions de produits locaux en office de tourisme, ainsi que la création de guides touristiques spécialisés dans les évènements autour des produits du Mont Ventoux. « Ventoux Saveurs » valorise ainsi touristiquement ces produits en collaborant avec d'autres acteurs institutionnels (offices de tourisme), acteurs gastronomiques (restaurateurs, vignerons), producteurs ainsi qu'avec les responsables d'hébergements (gîtes, chambres d'hôte etc.). Le safran, très peu présent au départ dans les actions menées par la démarche « Ventoux Saveurs » trouve désormais sa place dans le programme et ainsi dans les dégustations, rencontres producteurs-touristes, festivals etc. Un produit qui attire malheureusement encore trop peu à cause de son prix et de la méconnaissance des touristes à son sujet, mais qui apparaît tout de même de plus en plus dans les différents évènements proposés par le SMAEMV. Nous pourrions ainsi peut-être tendre à une évolution de son image dans les années à venir.

Les offices de tourisme :

Les offices de tourismes font eux aussi un travail très important dans la valorisation touristique des produits du terroir provençal. En mettant en place des dégustations et rencontres entre producteurs et touristes, ils permettent ainsi aux producteurs de partager leur passion de leur culture, et aux touristes de la découvrir ainsi que ses produits. Ces évènements sont très prisés par les touristes, qui apprécient en général ce contact direct avec les producteurs, de pouvoir leurs poser des questions et déguster avec eux leurs produits et produits dérivés. Le safran, qui fait partie des produits à découvrir, par exemple à l'office de tourisme de Carpentras lors des lundis de Bienvenue, attire peu car, tout comme les évènements créé par « Ventoux Saveurs », les touristes malgré leurs intérêts pour le produits voient toujours le prix important de l'épice.

En conclusion :

Les acteurs institutionnels font ainsi un travail considérable afin de valoriser de manière touristique les produits de notre région, dont le safran fait partie. Cependant à la suite des entretiens que j'ai pu effectuer et par déduction, j'ai pu me rendre compte que l'épice souffre considérablement de sa réputation d'épice de luxe et bien qu'étant de mieux en mieux valoriser grâce aux dégustations, fêtes, marchés et autres évènements mis en place par les acteurs institutionnels, le safran n'arrive pas encore à s'ancrer dans notre culture française, comme il l'est dans d'autres pays comme les pays du Maghreb.

Cependant, de mon point de vue, et en vue de l'évolution du nombre d'évènements créé autour de l'épice, je pense que les points de vue changeront grâce à la valorisation touristique de plus en plus importante autour de l'épice. Ces évènements auront ainsi sûrement un effet très bénéfique sur l'épice qui gagnera à se faire connaître et qui pourra ainsi se développer et gagner sa place au rang d'épice courante de qualité. Il faudra inévitablement pour cela attendre encore quelques années, mais les actions des acteurs institutionnels sont très importantes et bénéfiques dans la valorisation d'un produit tel que le safran, qui deviendra ainsi une épice mieux connue et comprise (le prix de l'épice est souvent peu compris par les consommateurs).

Conclusion générale

Retour sur la problématique et hypothèses ;

L'implication des safraniers et des acteurs institutionnels dans la valorisation touristique du safran Provençal est indéniable, même si encore peu suffisante.

En effet, nombreuses sont les actions mises en place par ces acteurs afin de permettre au safran d'être mieux connu, et d'entrer dans notre culture et notre cuisine française.

Les safraniers, de par les visites des safranières et autres activités qu'ils proposent, les produits dérivés qu'ils vendent sur différentes manifestations (marchés de producteurs, festivals), les évènements auxquels ils participent (fête du safran, « lundis de Bienvenue ») ainsi que la publicité qu'ils mettent en place autour de leur exploitation permettent au safran d'être connu, tant par les locaux que par les touristes visitant notre région. Cependant le nombre de touristes visitant les safranières est encore infime pour le moment, même si nous avons pu observer une légère augmentation depuis quelques années. L'intérêt des touristes n'est donc pas pour l'instant porté sur les exploitations de safran, encore peu connues pour le moment, mais sur d'autres exploitations de produits plus connus de notre région : Fraises, Melons, Lavande, Olive etc.

Les acteurs institutionnels quant à eux, exercent un grand pouvoir sur la valorisation touristique des produits de nos régions. En effet, dans le cas du safran, les évènements mis en place par les offices de tourisme, les organismes tels que le SMAEMV, ou encore l'association « FKRC » attirent en général de nombreux touristes, curieux de connaître le terroir de notre région. Le safran tient une place peu importante dans ces évènements car l'épice attire encore trop peu pour le moment. Toutefois les efforts fait par ses organismes sont salutaires et pourrait permettre dans les années à venir au safran de monter au rang de produit connu et réputés de notre région.

De nombreux efforts sont donc à faire afin de valoriser correctement le safran de manière touristique et d'attirer ainsi un nombre de touristes importants à la découverte de l'épice. La méconnaissance du produit et sa réputation d'épice de luxe sont les deux éléments les plus importants à combattre si l'on veut que l'épice attire. Les safraniers et les acteurs institutionnels devront donc redoubler d'efforts et d'actions de valorisation autour de l'épice. D'autres acteurs pourront aussi être mis à contribution comme les restaurateurs (encore trop peu présent dans la valorisation touristique du safran en Provence), ou encore les professionnels de l'hébergement (gîtes de France, chambre d'hôtes etc.). Il s'agirait dans le cas du safran d'une association entre tous ces acteurs afin de promouvoir cette épice et amener les touristes tout comme les locaux à s'intéresser à sa culture, ses propriétés, son utilisation gastronomique etc.

Habitant en Ardèche, j'ai pu me rendre compte du bénéfice de ces associations d'acteurs sur les produits du terroir. Nous pouvons observer l'exemple de la châtaigne ardéchoise qui est très

réputée mais qui se récolte en octobre, tout comme le safran. Afin de la valoriser touristiquement et de permettre aux touristes de mieux la connaître, un système de « Castagnade » a été mis en place ; Il s'agit de manifestations organisées par le parc naturel régional des monts d'Ardèche en partenariat avec les offices du tourisme du département, autour de la châtaigne et relayées par les Gîtes de France qui proposent des séjours sur ce thème à l'automne. Un système qui met en corrélation plusieurs acteurs afin de valoriser touristiquement un produit récolté en basse saison touristique. Ce système pourrait être mis en place autour du safran afin que cette épice ne reste pas réservé à un seul type de clientèle, mais que tout le monde puisse la connaître et l'utiliser.

Cette coopération entre acteurs est donc selon moi primordiale afin que le safran de Provence soit valorisé touristiquement de manière efficace.

Conclusion général :

Le tourisme gastronomique autour du safran est donc encore assez faible pour le moment, mais nous pouvons espérer voir une évolution positive de cette situation dans les mois et années à venir, grâce aux efforts menés par les différents acteurs touristiques (producteurs, acteurs institutionnels, acteurs gastronomiques, acteurs de l'hébergement et médias). Pour cela il faudrait que les médias parlent plus de l'épice et en termes « normaux » (ne pas répéter sans cesse « l'or rouge », « 30000€ le kilo » qui nuisent à l'image de l'épice), que les safraniers travaillent en coopération avec d'autres acteurs pour faire évoluer la place du safran dans notre gastronomie et notre culture, et que les restaurateurs privilégient le safran français au safran de synthèse ou étranger et qu'ils en fassent la promotion. Un long travail encore mais qui portera sûrement ses fruits d'ici quelques temps et fera ainsi évoluer l'image de l'épice et son utilisation dans notre cuisine française.

Apport intellectuel du mémoire :

Ce sujet de mémoire m'a énormément apporté, tant intellectuellement que personnellement.

En effet, ce fût un travail de longue haleine qui a pu m'apprendre à faire des recherches poussées sur un sujet et l'approfondir au maximum (même si ce thème reste intarissable selon moi).

Il a ainsi s'agit pour moi d'une véritable découverte car ne connaissant que très peu l'épice j'ai pu en apprendre énormément sur ce sujet, de sa plantation jusqu'à sa mise en circulation sur le marché, où encore ses nombreuses propriétés, de même que sur les efforts importants observés par les acteurs institutionnels afin de valoriser touristiquement les nombreux produits de notre région. Ce mémoire m'a donné envie d'en connaître plus sur d'autres produits, car j'ai trouvé ce travail de recherche passionnant.

Apport personnel du mémoire :

Les personnes que j'ai rencontrées grâce à mon travail se sont toutes révélées extraordinairement passionnées et intéressantes sur ce sujet inépuisable qu'est le safran. Ces rencontres ont été pour moi un véritable moment de bonheur, car j'ai été à chaque fois accueillie à bras ouverts et avec chaleur. Des moments pour ainsi dire inoubliables avec des personnes que je reverrai sûrement sur des marchés de producteurs, visite de safranière (en tant que touriste cette fois-ci) et même lors de cueillette de fleurs de safran en octobre puisque j'ai la chance d'avoir été invitée par plusieurs safraniers à venir participer à ce moment exceptionnel qu'est la découverte du champs fleuri et la récolte des crocus.

En outre, je cuisine désormais des plats à base de safran, puisque j'ai appris à l'utiliser, grâce à mon travail.

Les limites du sujet :

Comme dis dans les notes liminaires, j'ai pris la décision de supprimer mon hypothèse sur la valorisation touristique du safran provençal par les restaurateurs. Les restaurateurs utilisant pour la plupart du safran de synthèse ou étranger il était difficile pour moi de les interroger sur le safran provençal, car même ceux qui l'utilisent, ne l'utilisent que très peu dans leur carte. Cependant, j'ai pu constater à la suite de mes entretiens avec les safraniers, que le nombre de restaurateurs utilisant du safran de producteur français et/ ou provençal évolue. Ainsi, si je devais refaire mon mémoire d'ici quelques années, cette hypothèse pourrait être développée.

Si ce sujet était à refaire quelles modifications pourrais-je y faire ?

Si ce sujet était à refaire, avec plus de temps et de possibilités de me déplacer, j'étendrai mes recherches à la méditerranée entière afin d'observer les différents acteurs et leurs actions de valorisation autour du safran dans plusieurs pays de la méditerranée (Espagne, Maroc, France etc.).

De plus, si j'avais eu l'idée de ce sujet plus tôt, j'aurai pu voir réellement l'évolution sur plusieurs mois de la culture du safran, de la plantation au séchage. Une étape qui aurait pu être très intéressante et m'aurai aidé à mieux visualiser la difficulté de cette culture fascinante.

De quelle manière ce sujet autour du safran peut-il être porteur d'enjeux pour l'avenir ?

Si mon sujet était lu par le plus grand nombre, j'espèrerai qu'il soit porteur d'enjeux pour l'avenir. Ainsi que le travail difficile des safraniers soit connu par tous et ainsi leur statut reconnu, que la réputation de l'épice s'améliore, que l'image d'une épice dite « de luxe » soit enfin bannie et enfin

que le safran devienne un nouveau produit à vocation touristique dans la région et qu'il développe un nouveau type de tourisme en basse saison touristique.

Annexes

Entretiens types avec les producteurs

Votre Histoire :

En quelle année avez-vous ouvert votre safranière ?

D'où vous est venu cet amour pour le safran ?

Quelles difficultés avez-vous rencontré lorsque vous avez décidé de créer votre safranière ?

Quelles difficultés avez-vous rencontré après l'ouverture de la safranière (climat, culture du safran, rongeurs, crise etc.)

Le tourisme gastronomique :

Croyez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique en général ?

Croyez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique spécifique à la méditerranée ?

Quels sont pour vous, les atouts au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Quels sont pour vous, les obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Existe-t-il des circuits touristiques autour du safran ?

Auriez-vous des suggestions, des pistes pour développer le tourisme gastronomique autour du safran ?

Est-ce que vous aimeriez faire partie du réseau « Bienvenue à la Ferme » pour promouvoir le safran provençal ?

Pensez-vous que si ce réseau se développe, il attirera beaucoup les touristes ?

Votre safranière :

Combien récoltez-vous de stigmates de crocus sativus chaque année ?

Quelles actions menez-vous pour faire connaître votre safran et votre safranière aux touristes ?

Quels sont les avantages, selon vous, d'ouvrir votre safranière aux touristes ?

Proposez-vous des dégustations de plats à base de safran aux touristes ?

Proposez-vous des cours de cuisine autour du safran ?

Si, Oui est ce que ces cours ont du succès auprès des touristes ?

Proposez- vous des produits dérivés autour du safran ?

Si oui, lesquels ?

Les touristes achètent –ils beaucoup ces produits dérivés ?

Proposez-vous d'autres choses pour développer la connaissance des touristes sur le safran ?

Y-a-t-il des associations gustatives intéressantes entre le safran et d'autres produit ? Si, oui lesquels ? Ne serait-il pas intéressant de proposer des visites gourmandes avec des accords produits pour attirer les touristes ?

Participez-vous à des marchés et festivals pour promouvoir votre safran ?

Les touristes :

Par quel biais les touristes qui visitent votre safranière ont-ils entendu parler de vous ? (médias, bouche à oreille, réseaux socio etc.)

Quel est le type de touristes que vous accueillez généralement dans votre safranière ?

Origine

Sexe

Profil : ➔ Groupes

➔ Couples

Situation : ➔ Personnes en vacances dans la région

➔ Personnes de passage dans la région

➔ Personnes vivant dans la région

Age

La plupart des clients reviennent-ils, où font-ils souvent une simple visite ?

Le nombre de touriste visitant votre safranière a-t-il augmenté depuis quelques années?

Quel est le % de visite de votre safranière sur les trois dernières années ?

Le marché mondial :

On parle beaucoup du safran Iranien, qui représenterai 90% de la production mondiale de safran. Pensez-vous que la production française et provençale plus particulièrement arrive à dépasser, au niveau des ventes en France, la production de safran iranien ?

Si non, pourquoi selon vous ? (Prix, publicité autour du safran français, méconnaissance des touristes et restaurateurs du safran français?)

Y a-t-il selon vous, une différence entre le safran provençal et le safran d'Iran ? Si oui, d'où peut provenir cette différence ?

Autres questions :

Peut-on vivre du safran ?

Est-ce que vous fournissez en safran certains restaurateurs du coin ? Ou avez-vous eu des demandes de restaurateurs ?

Existe-t-il des associations autour du safran ? Si oui, en faites-vous parti ?

Entretien type avec les acteurs institutionnels : L'association « FKRC »

Quel est le but de votre association ?

Quels ateliers proposés vous ?

Quels sont les produits visés par votre association ?

Quel est le public visé par votre association ?

Est-ce que vous comptez vous associer avec d'autres producteurs dans votre association pour promouvoir le safran provençal ?

Entretien type avec les acteurs institutionnels : La fête du Safran de Saint Christol d'Albion

D'où vous est venue cette idée de créer une fête du safran ?

Existe-t-il déjà dans la région une fête réservée au safran ? Et en France, dans les autres régions ?

Il y a eu deux fêtes du safran, est ce que le nombre de visiteurs a augmenté ?

De combien était-il les deux années, environ ?

Que proposez-vous pendant cette fête du safran ?

En parlant avec les visiteurs pendant cette fête, y a-t-il eu beaucoup de touristes où surtout des gens du coin ?

Est-ce que c'est dans vos projets de renouveler cette opération dans d'autres villes ou est-ce que pour l'instant vous préférez la faire juste à Saint Christol ?

Entretien type avec les acteurs institutionnels : Le S.M.A.E.M.V

Le SMAEMV :

Quel est le but du SMAEMV ?

Par qui ce syndicat a-t-il été créé ?

Combien de personnes travaillent pour ce syndicat ?

Quels sont les projets en cours ?

Quels sont les projets à venir ?

La Démarche Ventoux Saveur :

Qu'est-ce que « Ventoux saveurs » et quel est le but de ce programme?

Quelles actions menez-vous ?

En quelle année avez-vous mis en place ce programme ?

Qui a mis en place ce programme ?

Qui fait partie de cette démarche ? (des producteurs, ou restaurateurs etc.?)

Quels produits sont concernés par la démarche Ventoux Saveurs ?

Dans un prospectus que j'ai trouvé concernant Ventoux saveurs, on parle d'une charte qui associe plusieurs filières, quelle est cette charte ? Pourquoi le safran n'apparait pas dans les produits que vous indiquez ? (il y a la cerise, le raisin de table, le petit épeautre, le miel etc.)

La démarche est-elle supervisée par la région (conseil régional) ? Ou est-ce tout simplement une action « locale » ?

Si la région supervise cette démarche, que fait-elle exactement ? Comment aide t'elle le programme Ventoux Saveurs ?

La démarche Ventoux Saveurs et le Safran :

Le safran entre dans la démarche Ventoux saveurs, est ce qu'il y est entré rapidement ?

Combien de producteurs de safran participent à la démarche ? Ce nombre a-t-il augmenté depuis la création de Ventoux saveurs ?

Quelles actions/ manifestations menez-vous autour de ce produit ?

Est-ce qu'il s'agit d'actions seulement autour du safran ou la plupart du temps ce sont des manifestations autour du safran mais aussi d'autres produits ?

Si la réponse est la deuxième, comment expliquez-vous cela ? (Les touristes ne sont pas assez intéressés par le safran ? Méconnaissance du produit, prix du produit etc.)

Avez-vous beaucoup de demande de touristes autour du safran ? Est-ce un produit qui intéresse ?

Lors des manifestations que vous proposez (juste) autour du safran, le nombre de visiteurs est-il important ? De combien est-il en moyenne?

Est-ce que ce nombre a augmenté depuis le début de ces manifestations ?

Comment expliquez-vous cela ?

Quelles actions Ventoux saveurs pourraient menez pour attirer plus de touristes autour des manifestations concernant le safran?

Le tourisme gastronomique :

Pensez-vous donc (d'après le programme Ventoux saveurs) qu'il existe un tourisme gastronomique en général ?

Croyez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique spécifique à la méditerranée ?

Quels sont pour vous, les atouts au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Quels sont pour vous, les obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Auriez-vous des suggestions, des pistes pour développer le tourisme gastronomique autour du safran ? (comme par exemple la mise en place de circuits touristiques comme il existe aujourd'hui autour du vin, Association avec d'autres produits, développement du réseau « bienvenue à la ferme » autour du safran etc.).

Entretien type avec les acteurs institutionnels : l'Office de tourisme de Carpentras

L'espace terroir Ventoux Saveurs :

En quelle année a été créé l'espace Ventoux Saveurs ?

Par qui a-t-il été créé ?

Dans quel but a-t-il été créé ?

Quels produits sont concernés par cet espace terroir ?

Quelles animations proposez-vous autour de cet espace terroir ?

Quelle est la cible visée par cette espace ?

Est-ce que cet espace rencontre un vif succès auprès des touristes ?

Pourquoi selon vous ?

La place du safran est-elle importante dans cet espace (est ce qu'il est très présent ? de nombreux produits à base de safran ?)

Est-ce que vous avez beaucoup de demandes des touristes autour du safran ?

Est-ce que vous faites beaucoup de ventes de produits à base de safran ?

Les apéritifs de Bienvenue en office de tourisme :

En quoi consistent les apéritifs de Bienvenue ?

Quelle est la cible visée par ces apéritifs?

Quelles animations proposez-vous autour de ces apéritifs ?

Est-ce que ces apéritifs rencontrent un vif succès auprès des touristes ?

Pourquoi selon vous ?

Est-ce que les apéritifs autour du safran rencontrent un vif succès auprès des touristes ?

Pourquoi selon vous ?

Le tourisme gastronomique :

Pensez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique en général (dans le monde) ?

Croyez-vous qu'il existe un tourisme gastronomique spécifique à la méditerranée ?

Quels sont pour vous, les atouts au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Quels sont pour vous, les obstacles au développement du tourisme gastronomique autour du safran ?

Auriez-vous des suggestions, des pistes pour développer le tourisme gastronomique autour du safran ? (comme par exemple la mise en place de circuits touristiques comme il existe aujourd'hui autour du vin, Association avec d'autres produits, développement du réseau « bienvenue à la ferme » autour du safran etc.)

Dans le cadre de votre travail à l'office de tourisme, avez-vous beaucoup de demandes de touristes concernant le safran (pour la visite de safranière etc.) ?

Le nombre de producteurs de safran qui vous ont contacté pour que vous fassiez la relation entre eux et les touristes a-t-il augmenté depuis le premier producteur ? Combien de producteurs vous ont contacté en tout?