



### Porteur régional du projet

**Comité Régional du Tourisme** avec partenaires associés en comité de pilotage.

**FRPATB : Maîtrise d'œuvre** - Partenariat conventionné avec le CRT / FRPATB, définition des missions de développement et d'animation du projet sur le terrain.

### Opérateur territorial

**Pays Touristiques** : Nécessité d'une animation de terrain, d'une cohésion (agriculture, restauration, gestion des événements...)

### Thématique

Valorisation des productions locales

### Objectifs

**Valoriser** les savoir-faire des professionnels dans une démarche qualité.

**Préserver ces savoir-faire** en terme de patrimoine culinaire régional et en faire un élément culturel fort.

**Répondre à une demande de services** de la part de la clientèle locale, de passage et offrir des gages de **qualité**, qui renforce l'image de la Région.

**Développer l'activité des crêperies labellisées** en attirant une nouvelle clientèle.

Offrir de **nouveaux débouchés** pour les producteurs locaux, ainsi que des retombées en terme d'image.

**Renforcer la professionnalisation** des crêpiers par le biais d'actions de formation et de conseil en terme de communication et de promotion touristique et culturelle.

**Créer une dynamique de réseau** de professionnels

### Cibles privilégiées

Population touristique et locale  
Producteurs

### Constats préalables

Les clientèles qu'elles soient françaises ou étrangères expriment, lorsqu'elles choisissent la destination Bretagne, une **envie de découverte des terroirs, de culture, et de gastronomie.**

La démarche Crêperie Gourmande est née à l'initiative du Pays du Centre Ouest Bretagne. Le CRT a décidé de reprendre le label à l'échelon régional en 2006

### Description de la démarche

Les professionnels qui s'engagent dans le réseau, répondent à des critères obligatoires d'adhésion :

- Participation à la formation CG.

Les deux journées de formation portent sur une information détaillée de la démarche Crêperies Gourmandes, sur la connaissance des produits locaux/régionaux et la fabrication de garnitures intégrant ces produits.

- L'activité principale est le travail des crêpes et des galettes. Les plats de type salades et plats chauds doivent rester accessoires pour satisfaire les quelques clients qui ne mangent peu ou jamais de crêpes : ces produits ne doivent pas dépasser 25 % de la carte, hors glace et pâtisseries.

- Les crêpes et les galettes doivent être fabriquées sur place.

- Une ouverture minimum de 8 mois dont 25 week-ends par an

L'enseigne commerciale doit mettre en valeur clairement l'identité de la crêperie.

Affichage d'au moins 5 producteurs

L'établissement est, ensuite, audité par un client mystère mandaté par un organisme indépendant. Ce dernier est chargé d'établir un rapport écrit sur l'entreprise.

Ces rapports sont présentés au comité d'agrément qui statue sur l'intégration de l'établissement au réseau.

L'établissement est agréé Crêperies Gourmandes pour une durée de trois ans.

### Ingénierie touristique régionale

#### Mise en œuvre du projet - FRPATB

- Accompagnement et suivi technique de l'opération en concertation avec partenaires : dossier technique de sensibilisation commun : critères d'adhésion, grille d'évaluation, dépliant de sensibilisation, bulletin d'inscription à fournir au professionnel, création d'un guide d'accueil saisonnier.

- Suivi de la **professionnalisation** : consultation des organismes de formation, gestion des appels d'offre, présentation de la démarche Crêperies Gourmandes aux professionnels, organisation de journées techniques.

- Suivi du **contrôle qualité** : consultation des organismes, coordination des planning d'audits, réception des rapports d'audits des entreprises, animation du comité régional de labellisation, suivi du Plan Qualité France

**Évaluation régionale** : bilan annuel de l'opération.

## **Ingénierie touristique territoriale**

### **Mise en œuvre territoriale du projet**

#### **PAYS TOURISTIQUES**

##### **Sensibilisation / Accompagnement**

###### **à la labellisation**

- Information et sensibilisation des établissements – réunions d'information avec un dossier technique de sensibilisation à l'appui à fournir au professionnel : critères d'adhésion, grille d'évaluation, dépliant de sensibilisation, bulletin d'inscription - Évaluation des établissements et vérification des critères obligatoires d'adhésion (visite de l'établissement et entretien avec le professionnel)

- Formation des professionnels sur la connaissance du territoire

- Participation au Comité de labellisation.

##### **Suivi et animation du réseau**

- Promotion des crêperies labellisées à l'échelon local par le biais de la presse (cible : clientèle de proximité), guides, site internet

- Organisation de session d'information/formation, à destination des établissements labellisés, sur l'accueil, la découverte et la promotion du territoire et de ses différents acteurs, sous la forme de journées d'éduc-tours intégration dans des événements

##### **Évaluation de l'opération**

- Bilan avec les professionnels du territoire

- Participation aux opérations d'évaluation régionale

### **Partenaires associés en comité de pilotage**

En partenariat avec le Pays du Centre Ouest Bretagne, le Conseil régional, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat, les Comités Départementaux du Tourisme, la Fédération Bretonne de la Crêperie et l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie. Chacun des réseaux (FRPATB, CRCI, CRCA) impliqués est invité à sensibiliser les professionnels. Création de groupes de travail avec professionnels.

#### **Missions du comité de Pilotage**

- Définir le cadre d'intervention de la démarche et de valider les propositions émises par le Comité technique.

- Définir l'économie globale de l'opération et notamment le mode d'accompagnement financier dont les conditions de participations financières des professionnels.

- Sélectionner les entreprises sollicitées par appels d'offre (communication – formation – audit)

- Valider les supports techniques liés à la mise en œuvre de l'opération.

### **Critères d'évaluation / Indicateurs de résultat**

Nombre de crêpiers labellisés : 77 en 2010

Nombre de demandes traitées : 99 depuis 2006

5 ventes d'établissements = 4 demandes de labellisation de la part des nouveaux propriétaires

Intégration du réseau au Plan Qualité Tourisme.

Nombre de documents promotionnels régionaux : 20000

Retombées presse

Évaluation directe avec professionnels : augmentation CA

Évaluation de leurs besoins professionnels ( VAE, formation hygiène...)

### **Financement**

Conseil régional, professionnels labellisés.

La communication est réalisée par le CRT, CDT, Pays Touristiques.

Audits : 40 % Conseil régional / 60 % Crêperies. Prise en charge régionale de la promotion les 3 premières années.

Formation prise en charge par les OPCA professionnels.

### **Perspectives**

Amorcer une réelle dynamique de réseau de professionnels en vue d'une autonomie par la création d'une association.

Poursuite de l'organisation de journées techniques.

#### **Contact**

FRPATB—2 Place Bisson

56300 Pontivy

Tél : 02 97 51 46 16 -

contact@frpatb.com

www.frpatb.com

Chargée de mission : Nathalie Blivet

Réfèrent Commission Marques de Pays :

Stéphane Legrand - Pays de Vannes Lanvaux