



***Élevage caprin et agrotourisme  
au service du développement rural***



Projet mené de septembre 2015 à août 2017  
avec les élèves des lycées François Marty de Monteils (France)  
et Mate Balote de Poreč (Croatie)

## Contacts :



Lycée François Marty  
Le Bourg  
12200 MONTEILS  
France  
Téléphone : (+33) 05 65 29 63 70  
Email : [monteils@cneap.fr](mailto:monteils@cneap.fr)  
Site internet : [www.lyceefrancoismarty.fr](http://www.lyceefrancoismarty.fr)



Lycée Mate Balote  
Karla Huguesa 6  
52440 POREČ  
Croatie  
(+385) 52 431 055  
[ss-mbalote@ss-mbalote-porec.skole.hr](mailto:ss-mbalote@ss-mbalote-porec.skole.hr)  
[www.ss-mbalote-porec.skole.hr](http://www.ss-mbalote-porec.skole.hr)

## Préambule

L'élevage avec sa diversité d'espèces et de systèmes de production a pris une place importante dans l'activité de nos territoires, et tout particulièrement l'élevage caprin.

L'élevage caprin français a connu une évolution récente : en 2016, 900 000 chèvres laitières et une augmentation de la production de lait passée de 440 à 500 millions de litres en 10 ans. Avec plus de 6 000 éleveurs en France, cet élevage contribue fortement à la vitalité des territoires ruraux. Il présente également de nombreux atouts, notamment en terme d'environnement.

La transformation du lait à la ferme concerne près de la moitié des élevages caprins pour en faire des produits essentiellement au lait cru, de qualité gustative et organoleptique reconnue.

En République Croate, en 2016, il y avait 65 000 chèvres. Le travail d'élevage et de sélection s'effectuait sur une population de 6 519 chèvres appartenant à 94 éleveurs avec 6 races. La race laitière la plus courante est l'Alpine et le lait est habituellement transformé en fromage et autres produits laitiers directement sur l'exploitation. La race à viande utilisée est la chèvre croate locale. Les deux espèces sont adaptables pour un élevage semi-intensif ou extensif, idéal pour les petites exploitations, moins d'investissement et un démarrage rapide. L'élevage caprin en Croatie n'a jamais été exploité au maximum mais il a beaucoup de place surtout grâce au climat, à l'environnement naturel et à l'industrie touristique croate, qui est en demande forte pour des produits locaux de qualité. Selon le spécialiste de l'AZZRI, la formation scolaire est le principal vecteur pour le développement de l'élevage caprin.

Afin de répondre à la demande croissante des produits laitiers fermiers, la commercialisation s'est diversifiée. Dans le cadre du projet Erasmus + « Europe, we can », les élèves des lycées partenaires François Marty à Monteils et Mate Balote à Porec, ont pu découvrir les spécificités de la production, de la transformation et de la commercialisation au travers de nombreuses rencontres et visites.

D'autre part ils ont appréhendé l'intérêt d'activités complémentaires comme l'agrotourisme, sous ses diverses formes. De part le dynamisme et la bonne image de la filière, l'élevage caprin reste aujourd'hui un métier attractif pour nos jeunes français et croates et représente une bonne opportunité pour l'installation de nouveaux éleveurs.

En somme la filière caprine possède de nombreux atouts qu'il est essentiel de préserver : c'est un secteur compétent, dynamique, générateur d'emploi et créateur de lien avec le consommateur. Grâce à ce projet les lycéens ont pris conscience que leurs territoires respectifs possèdent des richesses qu'il leur appartient de valoriser.

Jacky SALINGARDES  
FNEC Chairman  
(National Federation of Goat Breeders)

Gordan Šubara  
AZZRI  
Agency for rural development of Istria

Danijel Mulc  
HPA  
Croatian agricultural agency

# Sommaire

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCTION  | 1  |
| TERRITOIRE ROUERGAT   | 2  |
| TERRITOIRE ISTRIEN  | 5  |
| FERME PEDAGOGIQUE   | 9  |
| ACCUEIL A LA FERME  | 11 |
| CAMPING A LA FERME  | 13 |
| GÎTE RURAL  | 15 |
| TRANSFORMATION A LA FERME ET VENTE DIRECTE  | 17 |
| LES CIRCUITS COURTS DE COMMERCIALISATION<br>(drive fermier, marché de plein vent et magasin de producteurs) | 19 |
| CONCLUSION  | 21 |

# Introduction

L'objectif général du projet est de comprendre comment l'élevage caprin se met au service de l'agrotourisme et du développement rural.

L'agrotourisme est une activité de diversification qui associe agriculture et tourisme afin de valoriser les richesses du territoire et d'accroître le revenu de l'agriculteur.

Dans la continuité d'un premier projet conduit en 2013-2014, « Le Bœuf a la Patate », il nous est apparu évident de poursuivre le partenariat entre les deux établissements scolaires. Durant leur séjour à Montels, le sujet de l'agrotourisme a été évoqué par les partenaires croates. En effet, les différentes visites ont permis d'établir le point commun agronomique entre les deux territoires : cause et végétation sèche valorisée par l'élevage caprin.

En terme de développement rural et organisation des filières, tout reste à construire en Istrie. Le Rouergue quant à lui bénéficie de 30 ans d'expérience dans le domaine de l'agrotourisme.

C'est cette adéquation entre la demande en expérience des uns et les compétences acquises des autres qui explique le partenariat entre les deux établissements scolaires pour le projet « Europe, we can » mené entre 2015 et 2017.

Le projet repose sur 3 piliers :

- un travail des élèves sur les deux années scolaires (description des territoires, visites techniques et comptes-rendus, analyse de la filière caprine en France et inventaire des prestations agrotouristiques) ;
- une plateforme électronique sur laquelle les élèves et enseignants croates et français ont échangé leurs travaux, leurs questions, leurs impressions, ... ;
- des déplacements de chaque délégation, en Istrie en mai 2016 et en Rouergue en avril 2017.

Ce document est le résultat d'une collaboration riche entre des personnes mues par la même envie de partage de connaissances et d'expérience, convaincues du fait que « *l'on a tous à apprendre de l'autre.* »

Vous y trouverez 8 chapitres :

TERRITOIRE ROUERGAT

TERRITOIRE ISTRIEN

FERME PEDAGOGIQUE

ACCUEIL A LA FERME

CAMPING A LA FERME

GÎTE RURAL

TRANSFORMATION A LA FERME ET VENTE DIRECTE

LES CIRCUITS COURTS DE COMMERCIALISATION (drive fermier, marché de plein vent et magasin de producteurs)



### Rougier de Camarès



Aubrac

### Grands Causses



Monts de Lacaune

### Causse Comtal



Source: <http://paysageaveyron.fr/introduction-une-identite-paysagere-de-laveyron/> Consulté le :09/09/15

Le département Aveyronnais est un département rural qui compte 276 229 habitants en 2012. C'est un département recherché pour sa tranquillité et dans lequel on trouve de nombreux sites classés.

Le département est traversé par deux axes routiers fréquentés, du nord au sud (A75 de Paris à Montpellier et N88 de Lyon à Toulouse).

Ces différents atouts œuvrent pour l'attractivité touristique du département aveyronnais qui a su saisir l'opportunité du tourisme vert.

Malgré tout, ce milieu rural souffre de quelques contraintes : premièrement une population vieillissante parfois isolée à cause d'une faible densité (31,6 hab/km<sup>2</sup>) ; deuxièmement une activité agricole rendue difficile dans des zones à forte érosion ou très caillouteuses ; enfin un manque certain d'axes routiers dans le sens est-ouest.

Pour pallier un certain nombre de ces contraintes, dans le secteur primaire les agriculteurs ont décidé d'investir le domaine du tourisme en développant depuis une quarantaine d'années des prestations agrotouristiques.

### L'agriculture en Aveyron

En 2010, on compte 9 090 exploitations en Aveyron. La population active en agriculture est de 12 476 habitants. Cette activité est très diversifiée compte tenu de la grande variation géographique que connaît ce département avec la production animale qui représente 69.5% de la production agricole ensuite la production végétale qui elle représente 24.5% et enfin les travaux agricoles qui représentent 6.0%.

En Aveyron, on trouve donc la production végétale qui s'effectue sur des grandes parcelles pour les exploitations de grande taille. Cette production est faite dans les reliefs plats avec un climat et une irrigation qui conviennent et on y trouve principalement des céréales. Il y a aussi la production d'épices comme le Safran, la vigne avec la production de nombreux vins sous signe de qualité comme le Marcillac et la production de fruits et légumes qui eux, sont sur des parcelles de taille plus réduite et qui sont ensuite mis en vente sur le marché. On y trouve la pomme de terre, la salade, la carotte mais aussi la pomme, la cerise, la châtaigne... Mais cette production nécessite un climat adapté pour un bon rendement.

Ensuite, il y a la production animale qui elle est pratiquée dans les reliefs plus montagneux avec comme production la viande, qui regroupe le veau d'Aveyron qui est un label de qualité, la viande bovine (26.9% de la production départementale), porcine (4.3% de la production),

ovine (11.1% de la production). Puis la production laitière avec le lait de vache (13.7% de la production), le lait de brebis (14,9% de la production) et les caprins (2.7% de la production). Dans la production qu'elle soit végétale ou animale on trouve différents signes de qualité comme l'agriculture biologique (mention AB) avec 429 exploitations et 33 447 ha de surface en AB, le label rouge avec le Veau d'Aveyron et du Ségala, le bœuf fermier Aubrac, jambon de Bayonne,... Ensuite il y a l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) Appellation d'Origine Protégée (AOP) avec le Marcillac, Côtes de Millau pour le vin, avec le Roquefort, le Bleu d'Auvergne et Laguiole pour les produits laitiers. Pour finir, l'Indication Géographique Protégée (IGP) avec le Veau d'Aveyron et du Ségala, l'Agneau de l'Aveyron pour la viande. Aujourd'hui, de plus en plus d'exploitants agricoles pratiquent la vente de produits et plus de 3% exercent une activité liée au tourisme.

## La filière caprine

On compte 46591 chèvres en Aveyron en 2013 ce qui représente 47% des effectifs régionaux (CRAMP, 2014). 60% sont de race Alpine, 25% de Saanen et 9% sont des chèvres croisées (alpine \* saanen). On trouve en moyenne 263 chèvres sur les 200 élevages aveyronnais.

La transformation fromagère est moins développée en Aveyron que dans les autres départements de la région : 98% du lait produits sont collectés par l'industrie laitière (Lactalis, Terra Lacta, Verdier, Fromagerie du Quercy) (CRAMP, 2014). Mais l'Aveyron met en avant deux Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine que sont l'AOC Rocamadour et le Label Rouge Cabécou d'Autan.

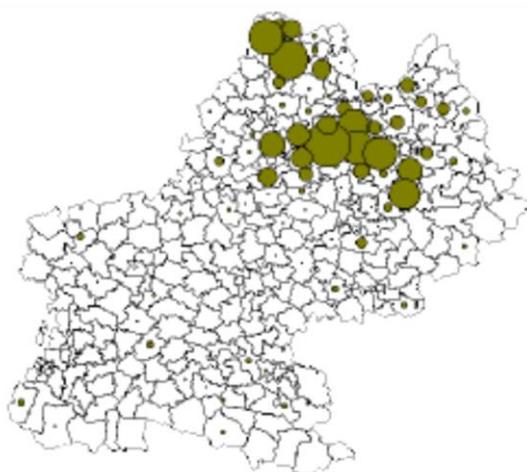
Les 20 plus gros élevages ont produit 32 millions de litres de lait en 2014. Le cheptel aveyronnais produit 65% du lait de Midi-Pyrénées, plaçant le département au premier rang régional et au troisième rang national.

La production de lait de chèvre a augmenté de façon régulière durant les 15 dernières années.

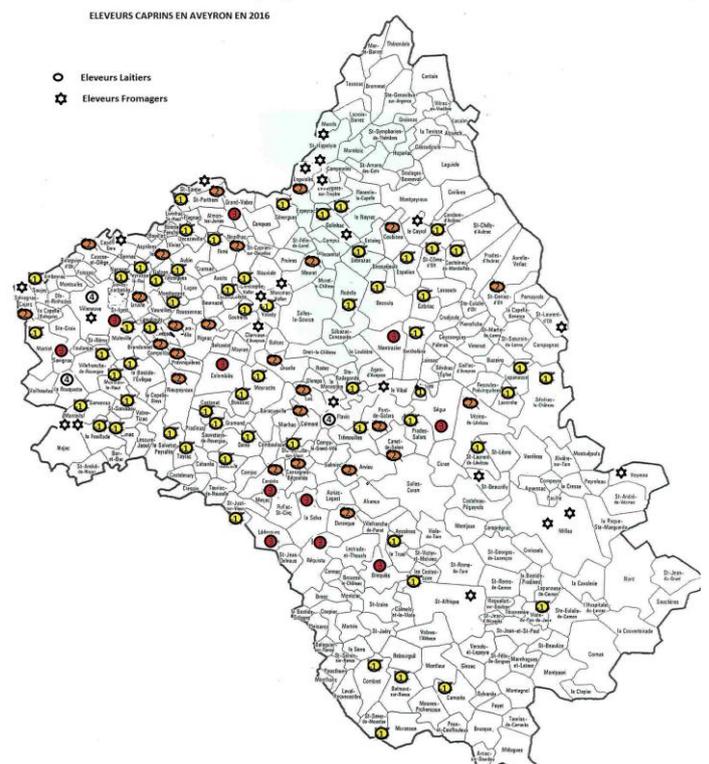
Depuis 2008, une quinzaine d'élevages caprins sont créés tous les ans. Les éleveurs aveyronnais ont en moyenne 45 ans.

Depuis 2014, la viande rejoint le secteur INTERBEV, l'objectif de cette interprofession étant de faire la promotion de la viande de chèvre auprès de la consommation.

On trouve les chèvres à l'ouest du département où la végétation pauvre leur est particulièrement adaptée.



source : RGA 2000, effectif par canton



## Territoire Istrien



Autrefois, les forêts étaient gérées par les Etats voisins. Le bois était utilisé pour le matériau de construction (ex : bateaux chez les italiens).

La chèvre est un animal indiscipliné qui mange tout et détruit le milieu forestier. De plus, il n'est pas dans la culture de les enfermer.

Donc la chèvre était interdite dans les familles. Elles ne pouvaient en posséder qu'une si un certificat médical prouvait qu'une personne était malade et ne pouvait pas travailler. Alors la chèvre fournissait nourriture et argent.

Il ne reste aujourd'hui que 100 chèvres de race locale istrienne (blanche) élevées par des passionnés de conservation. L'élevage caprin est très peu répandu : 500 chèvres pour 10 élevages. C'est un animal qui garde une mauvaise réputation auprès de la population locale (sent mauvais, n'écoute rien, s'échappe et détruit le paysage forestier).

### Situation géographique

L'Istrie est la région la plus à l'ouest de la République de Croatie et la plus grande péninsule de la mer Adriatique.



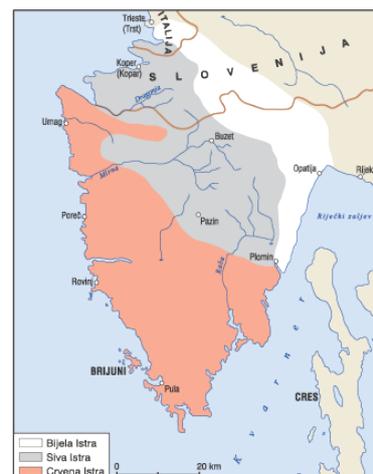
Elle s'étend sur 20820 km<sup>2</sup> pour une population de 208055 habitants (recensement 2011) et 445.1 km de côtes (le chemin côtier est deux fois plus long que les routes à l'intérieur des terres).

La côté ouest s'étire sur 242.5 km (327.5 si l'on compte les îles). A l'est, le littoral parcourt 202.6 km (212.4 avec les îles). Sur l'ensemble, on trouve un grand nombre de criques, des baies profondes et des embouchures de rivières (Mirna, Dragonja et Raša), sans oublier une multitude de petites îles au large de Poreč à Rovinj avec l'archipel de Brijuni.

La température de l'eau varie entre 10°C en mars et 24°C en août. Le taux de salinité se situe autour de 37‰

La péninsule istrienne est divisée en trois territoires :

- "Istrie blanche"- cause et végétation rase
- "Istrie grise"- contrefort montagneux, zone d'origine sédimentaire et donc la plus fertile
- "Istrie rouge"- plateau limoneux au sol rouge, le long de la côte



L'Istrie est la plus grande oasis du nord de l'Adriatique couverte de forêts de pins et d'un maquis verdoyant caractéristique (chêne vert et arbousier). La forêt couvre 35% du territoire.

L'Istrie est baignée par un climat méditerranéen, avec des influences continentales liées à la proximité des Alpes.

## Economie

Pazin est la préfecture (9227 habitants) et Pula est le principal pôle économique (58594 habitants).

L'économie istrienne est variée. C'est la région la plus touristique de Croatie mais les secteurs primaire et secondaire y sont aussi présents (pêche et aquaculture, industrie, bâtiment, chantier naval). Dans le secteur tertiaire on trouve aussi le commerce et les transports.



Depuis quelques années, il y a une volonté de revitaliser l'agriculture, notamment grâce à la viticulture, l'oléiculture et le développement de pratiques respectueuses de l'environnement.

## Agriculture

L'agriculture est un facteur économique très important et reste le premier employeur depuis des années. Le développement de la production agricole est influencé par une position géographique parfaite, un sol fertile, une abondance d'eau fraîche et la proximité avec la mer adriatique.



Des écrits romains retracent le développement et la structure de l'agriculture en Istrie. Les cultures les plus courantes en ce temps là étaient les céréales, les olives et le vin.

A l'époque des Britanniques, les premières lois agricoles ont été appliquées dans le but de réguler les relations entre le sujet de la production et pour donner des orientations pour le développement de l'agriculture.

Plusieurs nations ont occupé l'Istrie et ont apporté leurs productions végétales qui ont influencé le changement de la structure agricole donnant plus de place à l'élevage.

Les Grecs ont apporté le cépage Malvazija. Plus tard, le vin issu de ce cépage a donné un des vins les plus appréciés des produits agricoles de l'Istrie.

La majeure partie des producteurs en Istrie sont des fermes familiales : elles représentent plus de 80% de la terre arable et les activités économiques les plus importantes sont la viticulture et le vin, l'élevage (élevage allaitant, volailles, porcins, élevage ovin), la production d'olive (olive, huile d'olive), le maraîchage, l'horticulture, la production de fourrage et la production de semences.



De nombreux produits agricoles istriens sont protégés par un IGP (vin, huile d'olive, truffes et produits dérivés de la truffe, jambon, eau de vie et autre).

## La production caprine en Istrie

Pour l'homme en Istrie, la chèvre est importante depuis des milliers d'années. Elle figure comme emblème sur le blason de l'Istrie et on la retrouve sur les armoiries et le drapeau Croates. La chèvre istrienne en tant que race autochtone d'Istrie a été reconnue officiellement le 28 juin 2013. En 2016, selon le rapport annuel de l'HPA (l'Agence Agricole

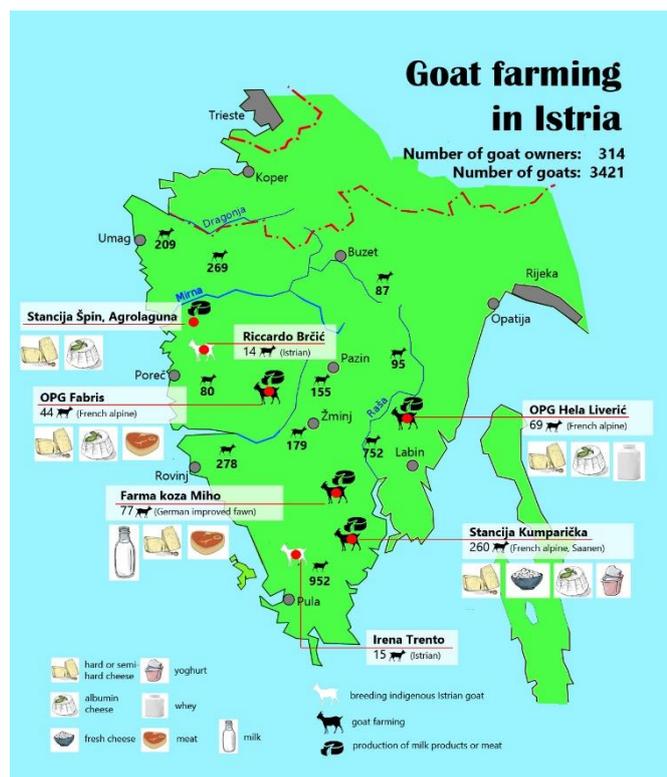
Croate) en Istrie, 3 421 chèvres et 314 propriétaires caprins étaient enregistrés mais seulement 4 éleveurs caprins avec 191 chèvres étaient sous contrôle de sélection. Deux éleveurs ont la race Alpine (162 chèvres) et les deux autres ont la race Istrienne (29 chèvres). Un agriculteur est en passe d'être enregistré pour le contrôle de sélection, avec un troupeau de 77 chevrettes allemandes de race améliorée.

Le consommateur local Istrien n'est pas très amateur de lait de chèvre. Il utilise le lait de chèvre pour des raisons de diététique ou comme produit exclusif donc la demande est faible et la production du lait de chèvre est orientée vers la production de fromage. Le fromage de chèvre traditionnel est à pâte dure, à pâte molle et du fromage frais comme la "skuta", un fromage à partir d'albumine et de petit lait. Ce qui est produit à partir de la chèvre comme le fromage, se fait habituellement sur la ferme. Agrolaguna, une entreprise bien connue pour le vin, l'huile d'olive et le fromage, achète du lait de chèvre à des éleveurs caprins locaux et ils fabriquent du fromage de chèvre, mais leurs besoins sont limités.

A travers différentes périodes de l'histoire du pays, l'élevage de chèvres en Istrie était illégal et les conséquences de ces lois ont rendu l'élevage caprin peu attrayant jusqu'à aujourd'hui. Les éleveurs de chèvres n'étaient pas encouragés et beaucoup échouaient. La chèvre Istrienne et l'élevage caprin se sont retrouvés sérieusement menacés de disparition. Malgré le petit nombre de chèvres et d'éleveurs caprins, il existe de nombreuses raisons pour que cet élevage existe en Istrie. Il y a toujours eu au moins une chèvre par famille pour nourrir la famille. Par exemple, pour la famille Fabris, élever des chèvres est un moyen de maintenir la tradition et de gagner un revenu complémentaire. La principale motivation de Riccardo Brčić fut l'élevage de la chèvre de race autochtone Istrienne afin de redynamiser, reconstruire et préserver le patrimoine Istrien. Aleš Winkler voulait débarrasser la terre de broussailles et de garrigue donc il a commencé l'élevage caprin par pur hasard. Aujourd'hui il est l'un des plus gros agriculteurs d'Istrie avec 250 chèvres, il a sa propre laiterie pour la production fromagère, il transforme le lait et la viande qu'il vend à travers différents circuits (le marché de producteurs, par le biais d'internet et à la ferme). Et puis il y a l'exploitation caprine Miho, une famille plus récemment impliquée dans l'élevage caprin. Ils voulaient travailler pour eux mêmes, ils se lancèrent dans la production caprine, en tombèrent amoureux, et elle est devenue leur principale source de revenus.

L'industrie touristique Istrienne et la demande pour des produits locaux sont très développées mais la production caprine est limitée par la quantité de terres disponibles pour les agriculteurs, une gestion de production, de transformation caprine et de commercialisation peu performantes. Malgré ces défis, de petites exploitations familiales avec 50-100 chèvres, gèrent avec succès leur propre production et la vente de produits de très bonne qualité, grâce au potentiel touristique. Comme l'a noté un des étudiants: "même la nature est de notre côté – la lactation des chèvres arrive juste au moment de la saison touristique".

L'idée d'un élevage caprin au service de l'agrotourisme ou l'agrotourisme au service de l'élevage caprin a un grand potentiel pour l'avenir.





## **LES PRESTATIONS EN AGROTOURISME**



## La Borie d'Imbert – Marc et Sophie Vilard (Rocamadour, France)

### Ferme pédagogique

#### Pourquoi ont-ils choisi l'agrotourisme ?

Marc a saisi une opportunité de s'installer sur une ferme appartenant à un ESAT (Établissement et Service d'Aide par le Travail) en 2005

Sophie s'est installée deux ans plus tard amenant sa compétence dans le domaine de l'accueil et du commerce. Leur volonté était de dynamiser le territoire en travaillant sur l'attractivité de cette ferme.



#### Description de la ferme :

3 associés, 20 employés dont 9 étant résidents de l'ESAT (Établissement et Service d'Aide par le Travail) voisin.

150 ha SAU, 450 chèvres de race Alpine, 100 cochons large white, 12 vaches (permettant de valoriser les refus des chèvres)  
Séchage en grange depuis 2010.

Production totale de 300000 litres de lait transformés en fromages de chèvre dont le fameux Rocamadour (AOP)

Des charcuteries de porc et de chèvre sont également proposées.

Enfin, on trouve des plats cuisinés de porc et de chevreau

Visite gratuite, libre ou guidée

9 Panier pique nique et goûter fermier

Animations à la ferme selon les saisons.

### Description des activités :

Sophie et Marc Vilard permettent aux visiteurs de découvrir la fabrication du Rocamadour AOP. Situés à seulement quelques encablures du village touristique homonyme (site classé « un des plus beaux villages de France ») ils accueillent plus de 60000 visiteurs par an, pour des visites allant de 30 min à toute une journée.

La ferme est aménagée pour recevoir un public scolaire et dispose d'une salle où est projeté un film retraçant l'histoire de la ferme ainsi que sa production, et des panneaux pédagogiques accompagnent les visiteurs tout au long de leur parcours.

Cette activité nécessite un environnement accueillant et sécurisé et génère une charge importante de travail tout au long de l'année. Cependant, le cadre de travail rend l'exercice de ce métier agréable et permet, selon Sophie de valoriser leur profession tant sur le plan social qu'économique. Sophie estime que pour réussir dans ces activités il faut avant tout être bien organisé et se rendre disponible.



### Quelques données économiques :

Toute la production est vendue sur la ferme.

Le chiffre d'affaires total comprenant la partie production et la partie accueil de groupes est de 480000€



« Éveiller la jeunesse et le citoyen à une meilleure connaissance des spécificités, diversités et exigences professionnelles est un acte fondamental d'intégration sociale et sociétale. »



## Ograde - Famille Šajina (Pazin, Croatie)

### Accueil à la ferme

#### Pourquoi ont-ils choisi l'agrotourisme?

L'idée de départ était d'offrir leurs propres productions agricoles, qui n'étaient pas nombreuses, en agritourisme et ainsi créer une valeur ajoutée et augmenter les revenus.



#### Description de l'exploitation

La ferme familiale Šajina fait environ 10 hectares de terre agricole où ils cultivent les produits dont ils ont besoin pour l'agrotourisme. Ils produisent des fruits, des légumes, des olives et des céréales, essentiellement pour l'alimentation animale. Puis, tous les autres produits qu'ils ne peuvent cultiver eux-mêmes, comme le vin et le fromage, sont achetés à d'autres petits producteurs locaux. Ils ne produisent pas non plus d'oliviers dans le voisinage de leur agrotourisme, mais à l'autre bout de l'Istrie car le climat y est favorable, ils ont environ 150 arbres âgés de 4 ans. La ferme familiale possède des chevaux, des porcs, des poulets, des canards, des oies et deux faons dont la mère a été tuée par des chasseurs. Sur la partie agrotourisme, des membres de la famille sont employés et, si nécessaire, ils font appel à des saisonniers tout d'abord pour la maintenance et le nettoyage de la partie agrotouristique.

#### Histoire de l'agrotourisme

Ils ont commencé en 2000 avec une maison de vacances qui pouvait loger 6 à 8 personnes. L'intérêt d'avoir des hôtes était très important, mais ils pensaient sans cesse à comment améliorer et accroître l'offre agrotouristique. En 2002 ils ont agrandi la capacité de logement à 12 lits, et maintenant l'agrotourisme "Ograde" offre deux maisons avec une capacité totale de 20 lits. Pour augmenter cette partie de l'offre, l'an dernier ils ont installé des ateliers d'artisanat traditionnel, car la demande pour ce type d'activité augmente régulièrement.



### Le restaurant

Initialement ils ne proposaient pas de nourriture, mais la demande de leurs clients était importante. Les hôtes demandaient des repas, tout d'abord ils leur ont proposé de partager les leurs, mais ils ont vu que ce n'était pas professionnel, et ils ont commencé à réfléchir à l'ouverture d'un restaurant. En même temps, ils augmentèrent la production agricole sur l'exploitation, afin d'accompagner les besoins en agrotourisme. Maintenant les clients sur la ferme peuvent choisir entre pension complète et chambre d'hôte et le restaurant où ils trouvent une nourriture locale et traditionnelle d'Istrie.



### Point de vue personnel

Mme. Davorka nous a dit qu'elle était dans cette profession par amour, et elle a toujours le rôle de grand-mère, mère et tante. Au début elle a fait des erreurs, surtout parce qu'elle n'avait aucune formation en lien avec le tourisme, mais ce n'était pas de grandes erreurs, selon elle. Et leur manque de professionnalisme dans les premiers temps était plutôt charmant pour leurs clients. Aujourd'hui ils sont professionnels avec leurs hôtes, comme le décrit Mme. Šaina, mais il y a une ambiance détendue et familiale. Dans son travail, Mme. Šaina a reçu de nombreuses récompenses, ainsi Ograde est l'une des entreprises agrotouristiques les plus renommées en Istrie.

### Les clients

Au début, la saison touristique sur la structure agrotouristique durait de mai à septembre, et maintenant c'est toute l'année. L'hébergement pour les touristes peut être réservé par diverses agences de voyage ou via internet. Les clients sont surtout des étrangers, la plupart viennent d'Allemagne, d'Autriche, des pays nordiques et des Croates qui viennent des grandes villes, surtout de Zagreb. Les clients passent entre 7 et 14 jours en moyenne et régulièrement ce sont des familles avec des enfants, mais il y a de plus en plus d'entreprises qui viennent pour des séminaires ou travailler sur la consolidation de l'esprit d'équipe.



« Valoriser le savoir faire familial et le partager en accueillant d'autres personnes... voilà une belle expérience humaine source de reconnaissance et d'épanouissement »



## La Prade Basse – Famille Verdier (Najac, France)

### Camping à la ferme

#### Pourquoi ont-ils choisi l'agrotourisme ?

Suite à une expérience personnelle dans les années 1980, Jean Pierre et Maïté se sont dit « Pourquoi pas nous ? ». Cette activité a permis de dégager un revenu complémentaire à celui généré par l'atelier bovin. De plus cette activité leur permet de partager leur quotidien avec des personnes en quête d'échanges.



#### Description de la ferme :

Le GAEC de la Prade : 2 UTH

110 ha SAU, 75 mères Limousines, 3 taureaux

Production de 70 veaux brouards par an

6 emplacements de camping avec sanitaires et douches, un mobil-home et une caravane

#### Description des activités :

Les Verdier ont tout créé petit à petit. Dès qu'ils le peuvent ou dès que c'est nécessaire ils apportent des modifications pour améliorer ce service.

La proximité de Najac, village médiéval touristique, leur assure une fréquentation importante. Un des avantages de cette activité est « d'être son propre patron » et de s'assurer un rythme de vie paisible. En revanche, les réservations sont aléatoires car elles sont très liées aux conditions, notamment climatiques. C'est pourquoi, une des clés de réussite est d'être un bon gestionnaire. De plus, il faut prévoir un travail intense entre le départ des uns et l'arrivée des autres. Maïté estime que pour réussir dans cette activité il faut avant tout l'exercer avec passion.





### Démarches entreprises pour mettre en place l'accueil à la ferme :

Le camping a été mis en place en 1980 et les chambres d'hôtes en 1986.

Il s'est écoulé un an entre la conception du projet et sa mise en place effective.

Les Verdier se sont tournés vers la Chambre d'Agriculture, qui coordonne le réseau « Bienvenue à la ferme », mais aussi l'APATAR (Association Pour l'Aide au Tourisme Aveyronnais Rural) actuellement : « Gîtes de France de l'Aveyron », chaîne française d'hébergements classés en milieu rural.



### Quelques données économiques :

Les revenus viennent essentiellement de la production de bovin viande.

La ferme présente un chiffre d'affaires de 118000€ pour un EBE de 54000€ (données 2015)

La partie agrotourisme représente un revenu qui peut être très variable d'une année à une autre. En 2015, le camping représentait 3500€ de chiffre d'affaires et les chambres d'hôtes et gîte : 12000€

« Expérience unique pour bien appréhender notamment la qualité environnementale et la richesse botanique de nos territoires ruraux »



### Pourquoi ont-ils choisi l'agrotourisme ?

Anne et Laurent travaillaient en région parisienne (aéroport de Paris et négoce de viande à Paris). En 1998 ils se sont rapprochés de la ferme familiale de Laurent.

Le corps de ferme accueillait des vaches laitières. Mais pour des raisons de mises aux normes trop onéreuses, Laurent lors de son installation en 2004, a remplacé le cheptel de vaches par un troupeau de moutons. Ils sont logés dans un tunnel installé à cette occasion.

Devant le potentiel architectural de l'étable et pour ne pas la laisser à l'abandon, Anne a réfléchi à sa transformation : des chambres d'hôtes et un gîte de caractère

Cette nouvelle activité a permis la valorisation du patrimoine bâti et la continuité d'une histoire familiale.



### Description des activités :

Les deux activités bien que complémentaires, sont menées de manière séparées. Anne s'occupe de toute la partie agrotouristique et Laurent de la production ovine. La truffe et le safran, productions saisonnières, demandent la participation de tous.

Si les hôtes le désirent, une visite de l'installation agricole et du troupeau est possible.

Des animations sont aussi proposées autour de la truffe et du safran. Anne transforme et conditionne ces deux produits et les vend en direct.

Elle considère que la réussite et la reconnaissance de son travail passent par une bonne communication et notamment une présence active sur les réseaux sociaux. Cela nécessite une bonne compétence dans l'utilisation des médias.

Anne témoigne aussi du fait que le financement de telles rénovations n'aurait pu se faire sans la présence de l'activité agricole. En effet le retour sur investissement est long.



### Démarches entreprises pour mettre en place l'accueil à la ferme :

En 2006, la première démarche a été de faire une étude de marché. Pour cela Anne s'est rendue au Comité Départemental du Tourisme (CDT) afin de récolter et analyser les informations sur les besoins des touristes et les offres déjà existantes.

Elle a ensuite sollicité différents acteurs techniques et financiers qui l'ont suivie tout au long de son projet : banquiers, notaire, expert comptable, architecte...

Un dossier d'aide financière a été monté au niveau départemental.

Enfin, Anne s'est également rapprochée de gîte de France afin d'avoir un appui technique mais aussi une visibilité pour ses futurs clients.

Trois ans ont été nécessaires pour la réalisation des travaux.



### Description de la ferme :

1 UTH : Laurent et l'aide régulière de ses parents

60 ha SAU, 350 brebis de race Lacaune viande, 3 agnelages par an (mars juillet novembre)

700 agneaux par an vendus à UNICOR

Culture de safran 100m<sup>2</sup> et de 350 arbres pour la truffe noire (chênes et noisetiers)

Une maison d'hôtes constituée de 3 chambres et d'une suite pouvant accueillir une famille. Les petits déjeuners sont servis dans une grande pièce à vivre. Une cuisine équipée est à disposition des hôtes pour les déjeuners et diners.

Un gîte de groupe d'une capacité d'accueil de 9 personnes



### Quelques données économiques :

Deux sociétés sont présentes :

- L'EARL de Saint Luc concerne l'activité de production ovine.

En 2016 elle réalisait un chiffre d'affaires 92219€, une marge de 49390€, une valeur ajoutée de 7857€ et un EBE de 26780€

- Une SARL concernant l'activité touristique.

En 2016 elle réalisait un chiffre d'affaires de 60773€, une marge de 58188€, une valeur ajoutée de 35360€ et un EBE de 26780€



« Restaurer et réhabiliter le patrimoine local pour le valoriser par l'accueil est un acte fondateur dans le maintien de l'activité en milieu rural »



## La borie d'Imbert, Kumparička et la ferme familiale Fabris

### Transformation à la ferme (Rocamadour AOP, saucisse de chèvre, skuta (*ricotta*)) et vente directe

#### Pourquoi ont-ils choisi la vente directe?

##### *La Borie d'Imbert*

La proximité avec un site classé a permis à Sophie et Marc Vilard d'avoir une clientèle régulière. De plus l'activité complémentaire d'accueil à la ferme permet de faire connaître leurs produits : plus de 60000 personnes visitent la ferme tous les ans.

##### *Kumparička*

Aleš Winkler, le propriétaire, considère que l'Istrie présente les conditions idéales pour la production caprine, la biodiversité de la flore pâturée permettant de faire un fromage avec une bonne qualité organoleptique. De plus l'Istrie est une région propice à la vente de produits caprins car la campagne laitière coïncide avec la saison touristique. Aleš vend ses produits sur la ferme mais aussi dans différents hôtels et restaurants locaux, dans des marchés en Istrie (Pula) mais aussi dans toute la Croatie et à l'étranger.

##### *Fabris*

La ferme appartient à la famille Fabris depuis déjà plusieurs générations. Bien que Mme et M Fabris soient tous les deux enseignants, la ferme avec ses ateliers de transformation et de vente directe constitue pour eux un revenu complémentaire indispensable pour répondre aux besoins de cette famille nombreuse.

#### Description de la structure :

##### *La Borie d'Imbert*

Il y a un magasin fermier où l'on peut retrouver tous les produits fabriqués et transformés à la ferme ainsi que des produits de terroir locaux.

##### *Kumparička*

La ferme présente 160 ha de pâture, 250 chèvres.

Une large gamme de produits est fabriquée sur place : lait en bouteille, petit lait, yaourts, fromage frais, ricotta, fromage à pâte molle et à pâte dure, confiture de lait, mais aussi jambon et saucisse de chèvre.

##### *Fabris*

La ferme dispose de 7 hectares destinés à l'alimentation des 44 chèvres de race Alpine. Tout le lait est transformé en « skuta » et le petit lait est également commercialisé pour ses bienfaits sur la santé. Les chevreaux élevés sous la mère sont ensuite vendus à 15kg.



#### Description des activités :

##### *La Borie d'Imbert*

Suite à la visite, il est possible de se restaurer sur place en composant un panier pique nique à base de produits issus de la ferme ou du proche terroir. Celui-ci est à récupérer dans la boutique.

##### *Kumparička*

Un parcours permet de visiter les bâtiments d'exploitation, ceux abritant la fromagerie et de finir sur une terrasse où l'on peut déguster les produits de la ferme.

##### *Fabris*

Une visite guidée gratuite suivie d'une dégustation dans une dépendance en pierres, rustique, permettent de découvrir la ferme et ses produits avant de passer en boutique.



De la saucisse fraîche de chèvre et des haricots blancs en sauce sont proposés comme repas en fin de visite à Kumparička

### Processus de fabrication de la saucisse de chèvre

La viande maigre de chèvre est triée et hachée. Pour rendre le produit moins sec, de la viande maigre et du gras de porc sont ajoutés (jusqu'à 50%).

Le tout est mélangé et des épices (poivre essentiellement) et sel sont ajoutés (compter 1.7% de sel et 0.7% d'épices).

L'étape suivante est l'embossage et le poussage qui consiste à mettre ce mélange en boyau. Elle permet de donner sa forme définitive au produit.

Enfin, la saucisse est stockée quelques heures entre 10 et 15°C pour permettre une bonne répartition du sel.

Enfin, pour permettre sa conservation, elle est congelée.

Les paniers pique nique proposés par la ferme de La Borie d'Imbert contiennent du Rocamadour AOP

### Processus de fabrication de Rocamadour AOP

Le lait doit provenir uniquement de chèvre de race Alpine ou Saanen ou le croisement des deux.

La présure animale est ajoutée (10 cm<sup>3</sup> pour 100 litres de lait) à une température comprise entre 18 et 23°C

L'ensemencement doit s'effectuer dans les 6 heures après la dernière traite.

Le caillage doit durer au moins 20h à une température de 18°C

Un pré-égouttage du caillé d'au moins 12h est obligatoire.

Le salage à hauteur de 0.6 à 0.8% du poids du caillé se fait en masse par malaxage du caillé.

Les fromages sont ensuite mis en moules (60 millimètres de diamètre, 16 millimètres de hauteur)

Enfin, l'affinage des fromages se fait en deux temps :

- une phase de ressuyage de 24 heures minimum à une température inférieure ou égale à 23°C et une hygrométrie supérieure à 80 %,

- une phase en hâloir ou en cave à une température de 10°C minimum avec une hygrométrie supérieure à 85 %.

La durée totale d'affinage doit être au minimum de 6 jours à compter du jour de démoulage

Ainsi on obtient le Rocamadour AOP, petit fromage au lait cru, entier, à pâte molle, de forme cylindrique d'environ 35g.

Sur la ferme des Fabris, une dégustation de Skuta est proposée

### Processus de fabrication de la Skuta (*ricotta*)

La Skuta est originaire d'Italie. Elle est fabriquée à partir du petit lait de vache, chèvre ou brebis et permet de valoriser ce coproduit.

Pour son élaboration, du vinaigre ou du jus de citron est ajouté au petit lait et ce mélange repose de 12 à 24h à température ambiante.

Ensuite il est chauffé. Lorsqu'il atteint 60°C, du sel est ajouté. A 81°C, 10% de lait entier est ajouté.

Enfin, à 90°C, les particules coagulent en surface sous forme de « mousse ». Il faut alors les recueillir avec une louche assez large et les mettre dans un moule pour qu'il s'égoutte.



## Drive Fermier, Marché de plein vent et Saveurs Paysannes

### Les circuits courts de commercialisation

#### Pourquoi ont-ils choisi ce mode de commercialisation ?

##### *Drive Fermier – Centre Aveyron*

Ce projet a été mis en place par l'association « Bienvenue à la Ferme » Aveyron en février 2014. Son objectif est de rendre accessible à tous la consommation de produits fermiers aveyronnais mais aussi de créer un contact direct entre consommateurs et producteurs. Il constitue un complément de la vente directe à la ferme et/ou sur les marchés.

##### *Saveurs Paysannes*

Les 20 producteurs qui ont monté ce projet de point de vente collectif avaient pour objectif de proposer aux consommateurs un seul lieu où ils peuvent trouver une large gamme de produits. Il permet de créer un lien direct entre les consommateurs et le producteur et de proposer des produits de qualité, locaux (40 km) et sans OGM. Cela permet aux producteurs qui le souhaitent de limiter leur présence sur le marché.

##### *Marché de plein vent*

Les marchés réunissent les producteurs locaux ainsi que les intermédiaires. Ils permettent aux producteurs d'être en contact direct et de communiquer avec le consommateur et pour se dernier de s'assurer de la localité et saisonnalité des produits. En été, la fréquentation augmente avec l'arrivée des touristes que ce soit en Istrie ou dans le Rouergue.

#### Description de la structure:

##### *Drive Fermier – Centre Aveyron*

Aujourd'hui ce mode de commercialisation réunit une trentaine de producteurs dont trois artisans qui proposent 700 produits à l'année et 4 points de retrait répartis dans le département.

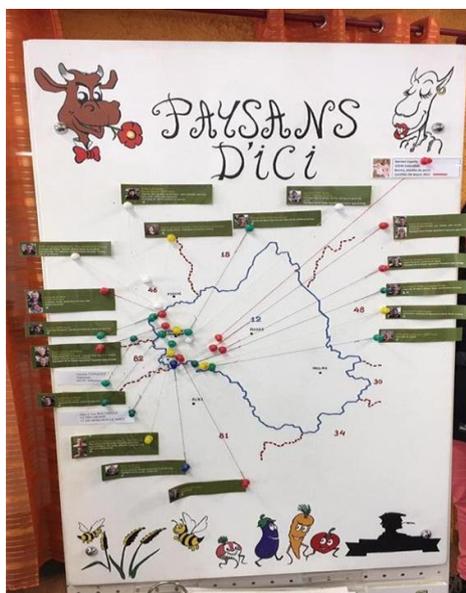
730 clients sont inscrits sur le site dont plus de la moitié sont fidèles et actifs.

##### *Saveurs Paysannes*

Ce sont 20 producteurs de la région qui se sont réunis pour ouvrir un point de vente en collectif en 2012. Ce local se situe sur les hauteurs de Villefranche de Rouergue et voit en moyenne une fréquentation de 80 à 100 personnes par jour.

##### *Marché de plein vent*

Les marchés de producteurs concernent 300 marchés en Aveyron dont 213 estivaux regroupant 450 adhérents et fréquentés par plus de 130000 visiteurs (2014).



#### Quelques données économiques :

##### *Drive Fermier – Centre Aveyron*

30 à 40 paniers contenant 7 à 8 produits sont vendus par semaine (en 2015) pour un chiffre d'affaires d'environ 45000€ par an.

##### *Saveurs Paysannes*

Depuis son ouverture en 2014, le chiffre d'affaires de Saveurs Paysannes est en progression d'environ 25% chaque année. En moyenne en 2017, la fréquentation est d'environ 100 personnes par jour pour un panier global s'élevant à 25€ par personne.

## Description des activités :

### *Drive Fermier – Centre Aveyron*

Chaque semaine il est possible de commander à tout moment une gamme complète de produits jusqu'au mercredi pour un retrait le vendredi ou samedi de la même semaine dans le point de retrait de son choix. La remise de la commande est effectuée par un agriculteur.

Certains producteurs regrettent le fait qu'ils doivent parfois se déplacer vers un point de retrait pour un faible volume commandé.

Toutefois, ces points de retrait sont aussi le lieu d'échanges entre producteurs.

La qualité et la proximité sont les points forts de la démarche.

Les clés de réussite sont d'avoir des objectifs communs et de travailler ensemble.

### *Saveurs Paysannes*

La plupart des produits proposés à la vente sont conduits en agriculture biologique.

Les 24 producteurs doivent effectuer une permanence à tour de rôle au point de vente (environ deux fois par mois). Une « taxe » est appliquée sur chacun des produits et permet la collecte de fonds nécessaires à la location du local, son assurance etc. Afin d'élargir la gamme de produits, le local sert également d'espace de « dépôt-vente » à des producteurs extérieurs au collectif. Ainsi, de nombreux produits sont proposés à la vente : viandes, légumes, produits laitiers, pains, épicerie... Saveurs Paysannes est ouvert tous les jours de 9h00 à 18h00 sauf les dimanches et lundis.



## Démarches entreprises pour mettre en place l'accueil à la ferme :

### *Drive Fermier – Centre Aveyron*

Les agriculteurs bénéficient de l'appui de la Chambre d'Agriculture qui veille au respect de la charte des produits fermiers du réseau « Bienvenue à la Ferme » et « marchés de producteurs de Pays ».

### *Saveurs Paysannes*

Au départ, cette idée de point de vente collectif est venue d'un regroupement d'agriculteurs qui faisaient de la vente directe. Afin de régler tous les critères administratifs d'une telle démarche, ils ont été suivis par des techniciens de l'ADEAR (Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural) ainsi que par des juristes. Ainsi, une SARL gère le point de vente des producteurs. Chacun des associés y est engagé à part égale et les revenus sont répartis à parts égales une fois les frais fixes déduits.



« Se rapprocher du consommateur afin qu'il puisse mieux connaître la qualité, l'excellence des produits et les exigences du travail est source de reconnaissance professionnelle »



## Conclusion

En début et en fin du projet « Europe we can », les élèves se sont exprimés sur leur sentiment d'appartenance à l'Europe.

En deux ans, les résultats ont sensiblement changé puisque l'on peut constater que tous adhèrent aujourd'hui à ce sentiment. Ils expriment aussi la satisfaction d'avoir créé des liens avec les jeunes croates. Les réseaux sociaux jouent pleinement leur rôle ici. Les frontières sont facilement franchies.

Ces résultats nous permettent d'apprécier tout l'intérêt du programme en termes de rencontres, d'échanges, de connaissance mutuelle et ainsi, de rapprochement.

Quelques paroles d'élèves :



Estelle Gallibert : « Nous avons rencontré de nouveaux camarades. Grâce aux nouvelles technologies, la communication devient simple, rapide et sans frontière. J'espère pouvoir garder ces contacts »



Enzo Camacho : « Des rencontres inattendues, des méthodes de travail différentes, parfois déroutantes mais au final, partagées. Ce projet a permis pour nous la découverte mutuelle d'intérêts communs. »



Erik Matic : « J'ai beaucoup aimé ce projet, nous avons découvert de nombreuses technologies pour des productions de qualité que nous n'avons pas encore chez nous. Nous avons beaucoup appris et nous ferons notre possible pour appliquer ces techniques chez nous et améliorer ainsi notre production. »



Antonio Červar : « Je pense que ce projet a été très instructif et intéressant. Dans un premier temps parce que nous avons appris et vu beaucoup de choses et ensuite parce que nous avons amélioré la pratique de notre anglais. Si je devais mettre une note, je donnerais 5+ à ce projet. On a beaucoup travaillé, mais ça a été payant. »



L'aventure a commencé en septembre 2015 pour deux années scolaires consécutives. Accompagnés de leurs enseignants, les élèves ont mené des travaux de recherche et d'analyse sur le thème de l'agrotourisme et de l'élevage caprin au service du développement rural. Les territoires supports de ce travail étaient l'Istrie en Croatie et le Rouergue en France. Les premières observations ont confirmé les similitudes géographiques et agronomiques de ces deux territoires, ce qui nous a permis de valider notre problématique commune.

Une première réunion transnationale à Monteils en octobre 2015 a abouti à l'écriture de notre feuille de route pour les deux ans de projet. Se sont alors enchaînées des travaux de groupes pour l'étude des deux territoires, des visites techniques, des rencontres de professionnels et deux mobilités : d'une part le déplacement des jeunes français en Istrie en mai 2016, et d'autre part la visite en Rouergue de la délégation croate en avril 2017.

Tout au long du parcours, les jeunes ont échangé et partagé leurs travaux grâce à une plateforme électronique, parfaissant ainsi leur pratique de la langue anglaise.

Il en résulte donc des bénéfices pédagogiques. En effet le projet « Europe we can » accroît les opportunités d'insertion professionnelle pour nos jeunes issus de territoires ruraux. Il leur permet aussi de se sentir à leur aise dans une Europe moderne et ouverte en améliorant leur niveau de langues étrangères grâce, notamment, aux outils informatiques de communication. Enfin, ces échanges génèrent une ouverture d'esprit et élargissent leurs horizons professionnels.

Les bénéfices ne sont pas que pédagogiques. On note aussi des résultats professionnels. Les équipes pédagogiques des deux établissements partenaires ont travaillé avec synergie dans cette aventure commune à l'échelle européenne. Il en résulte un partage d'expériences entre les deux territoires ruraux permettant de meilleures approches de l'agriculture moderne. Enfin, le fruit de ce travail se met au service de l'agrotourisme avec la publication d'un recueil des différentes formes de prestations et de valorisations de l'élevage caprin. L'accompagnement (interventions auprès des élèves, accueil dans les exploitations et dans les magasins de producteurs) et la validation de ce recueil par les instances professionnelles lui donnent toute sa valeur.

Pour finir, ce projet a aussi permis un enrichissement personnel et humain de l'ensemble de ses acteurs à travers des rencontres et des échanges bien au-delà de la sphère professionnelle.

En trois mots, Europe we can !

The adventure started in September 2015 for two consecutive years. Along with their teachers, the students have led research and analysis work about agrotourism and goat breeding to the benefit of rural development. The territories of this work support were Istria in Croatia and Rouergue in France. The first findings confirmed the geographic and agronomic similarities of both territories, which allowed us to approve of these common issues.

A first transnational meeting in Montels in October 2015 resulted in the writing of a roadmap for the two years of the project. Work groups for the study of both territories, technical visits, meeting with professionals and two mobilities have added : first the mobility of the French students in Istria, in May 2016 and then the mobility of the Croatian students in Rouergue, in April 2017.

At every stage, the students have exchanged and shared their works thanks to an e-platform, improving thus their practice of English language.

We can see a general uplift of educational benefits. As a matter of fact, "Europe, we can" increases opportunities of professional insertion for our young students coming from rural backgrounds. It also makes them feel at ease in a modern opened Europe using computer skills and improving foreign languages. And then these exchanges widen their spirits and broaden their professional horizons.

The benefits are not only educational. We can also notice professional results: a teaching synergy between French and Croatian staff working together at a European level on a joint venture. This results in experience sharing for two European rural territories to improve quality approaches of modern farming. Then the outcome of this work is publishing a common booklet about the various activities of goat breeding at the service of agrotourism. The support – work with students, reception on the farms and at producers' shops... and the validation of the booklet by professional bodies give it its full value.

To conclude, this project has also enabled a personal and human enrichment of each person involved in the process, through meetings and exchanges, far beyond the professional sphere.

In three words, Europe we can !

## Conclusion

At the beginning and at the end of « Europe we can », the students expressed themselves about their sense of belonging to Europe.

Within two years, the results have changed significantly since we can see that today all stick to that feeling. They also express satisfaction for creating links with Croatian youth . Social networks here play their full part . Borders are easily crossed..

These results enable us to appreciate all the value of the program in terms of meetings, exchanges, mutual knowledge and thus rapprochement.

A few students' words :

Estelle Gallibert : « We made new friends. Thanks to new technologies, communication gets simple, quick and borderless. I hope I can keep these contacts »



Enzo Camacho : « Unexpected meetings, work methods are different, sometimes a bit confusing but in the end, we share. This project allowed us the mutual discovery of common interests. »



Erik Matić : "I liked this project very much, we met with various quality production technologies that have not been applied with us everywhere. We have learned a lot and will try our best to make the most of it and use it in improving our production."



Antonio Cervera : "I think the project was ultimately very instructive and interesting. First of all, because we have learned and seen many things and also improved our English. All in all, I grade the project with 5+ rating. We had a lot of work on it but all of this paid off."





« Building closer relations with customers so that they can better know the quality, the excellence of the products and the work requirements, is source of professional recognition »



At the beginning, this idea of shared sales outlet has come from a farmers' organization who sold directly from the farm. To deal with all the administrative issues of such an approach, they were helped by the technicians of ADEAR (Association for the Development of Agricultural and Rural jobs) as well as by lawyers. So, a LLC (company) manages the producers' shop. Each partner is committed to an equal share and the income is distributed in equal shares, once fixed expenses have been deducted.

*Saveurs Paysannes*

Farmers benefit of the support of the Chamber of Agriculture which watches over the respect of the charter of farm products for the network « Welcome on the Farm » and « local producers' markets ».

*Drive on the Farm – Centre Aveyron*

**Approaches undertaken to set up Welcome on the Farm :**



The 24 producers must be present in turn at the sales outlet (about twice a month). A « tax » is collected on each product, it permits to raise the funds necessary to pay for the space rental, its insurance etc. To broaden the range of products, the space is also used as a « sales depot » for producers outside the partners. So, many products are offered for sale : meat, vegetables, dairy products, bread, groceries... Saveurs Paysannes is opened every day from 9 am to 6 pm, except on Sunday and Monday.

*Saveurs Paysannes*

Most of the products offered for sale come from organic farming.

The quality and the proximity are the key points of this initiative. The keys to success are the common objectives and to work together. exchanges between producers. However , these drop off points are also a place of small volume of goods. Some producers regret the fact that they sometimes have to move to a drop off point for a order is made by a farmer. in a selected drop off point. The delivery of the withdrawal on Friday or Saturday the same week whole range of products until Wednesday for a Every week at any time it's possible to order a

*Drive on the Farm – Centre Aveyron*

**Description of the activities :**

## Drive on the Farm, open air Market and Savours Paysannes

### Short marketing circuits

**Why did they choose this type of marketing ?**

*Drive on the Farm – Centre Aveyron*

This project has been set up by the association « Welcome on the Farm » Aveyron in February 2014. Its purpose was to make available the consumption of aveyronnais farm products to everybody but also to create a direct contact between consumers and producers. It is a complement of direct sales on the farm and/or on the markets.

*Savours Paysannes*

The 20 producers who set up this project of collective sales outlet had the goal to propose to consumers a single place where they could find a wide range of products. It permits to create a direct link between consumers and producers and to propose local (within 40 kms) GMO free, quality products. It permits to the producers to limit their presence on the market.

*Open air markets*

The markets gather local producers as well as intermediaries. They enable producers to be in direct contact and to communicate with the consumers and for customers to ensure of the location and seasonality of the products. In summer the attendance increases with the arrival of tourists whether in Istria or in Rouergue.

**Description of the structure:**

*Drive on the Farm – Centre Aveyron*

Today this type of marketing gathers about thirty producers, including three artisans who propose 700 products all year long and 4 drop off points throughout the department.

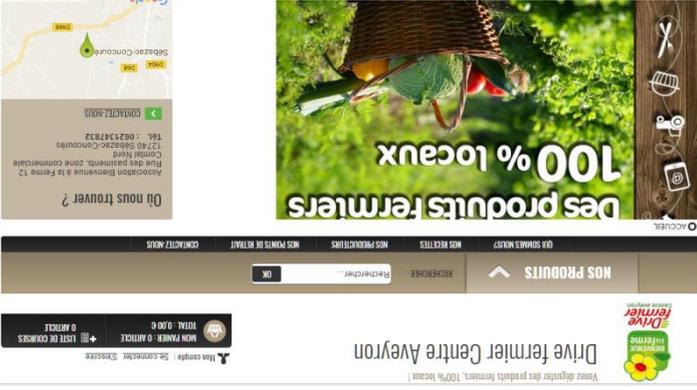
730 clients are registered on the site, more than half are loyal and active.

*Savours Paysannes*

They are 20 producers of the region who grouped to open a collective sales outlet in 2012. This commercial is located in the heights of Villefranche de Rouergue and the attendance is between 80 and 100 people a day on average.

*Open air Markets*

The producers' markets are about 300 markets in Aveyron, including 213 summer markets grouping 450 subscribers and frequented by more than 130,000 visitors (2014).



19

**A few economic data :**

*Drive on the Farm – Centre Aveyron*

30 to 40 baskets containing 7 or 8 products are sold every week (in 2015) amounting to a turnover of about € 45,000 a year.

*Savours Paysannes*

Since its opening in 2014, the turnover of Savours Paysannes has increased by about 25% every year. In 2017, on average, the attendance is about 100 people a day for a basket amounting to € 25 per person.



“Promoting the excellence of farm products in processing them, and through direct sale is a proof of deserved income for the farmer”



The milk must exclusively come from Alpine or Saanen goats or a cross of both breeds. Animal rennet is added (10 cm<sup>3</sup> for 100 liters of milk) at a temperature between 18 and 23°C. The seeding must take place within 6 hours after the last milking. The curdling must last at least 20h at a temperature of 18°C. A pre-draining of the curdling is compulsory, at least 12h. The salting up to 0.6 to 0.8% of the weight of the curdling is done in bulk, while churning the curds. The cheeses are then put into moulds (60 millimeters in diameter, 16 millimeters high). Finally, the maturation of the cheeses is made in two stages : - a step to lower humidity for 24 h minimum, at a temperature lower or equal to 23°C and a hygrometry higher than 80%, - a step in a drying room or cave at a temperature of 10°C minimum with a hygrometry higher than 85%. The overall duration of maturation must be at least 6 days from the day of demoulding. So we get the AOP Rocamadour cheese, a little cheese made with raw milk, soft whole cheese, cylindrical shape weighing about 35g.

### Making process of AOP Rocamadour cheese

The picnic baskets proposed by the farm La Borie d'Imbert include AOP Rocamadour cheese .

The lean goat meat is sorted then minced. To make the produce less dry fat meat and pork fat are added (up to 50%). It's all mixed up and spices (pepper mainly) and salt are added (1.7% salt and 0.7% spices). The following steps are stuffing and pushing, to put the mixture into the gut. That permits to give the product its final shape. Finally, the sausage is stored for a few hours between 10 and 15°C to provide for a good distribution of salt. Then to increase its preservation, it is frozen.

### Making process of the goat sausage

Fresh goat sausage and baked beans in sauce are offered as meal at the end of the visit at Kumparicka.



The Skuta originates from Italy. It is made with cow, goat or ewe whey, and it permits to add value to this coproduct. To make it, vinegar or lemon juice is added to whey and this mixture lies from 12 to 24h at room temperature. Then it is heated. When it reaches 60°C, salt is added. At 81°C, 10% whole milk is added. Finally, at 90°C, the particles coagulate on the surface like a « foam ». They must be collected with a wide ladle and they are put in a mould for drainage.

### Making process of the Skuta (ricotta)

On the Fabris' farm, they offer a tasting of Skuta

**Processing farm goat sausages, skuta (ricotta), Rocamadour AOP and direct sale**

**La borie d'Imbert, Kumparicka and Fabris's farm**

**Why did they choose direct sale?**

*La Borie d'Imbert*

The proximity with a listed heritage, enabled Sophie and Marc Villard to have customers regularly. Besides the complementary activities on the farm help promote their products : more than 60,000 people visit the farm every year.

*Kumparicka*

Aleš Winkler, the owner, thinks that Istria offers les ideal conditions for goat breeding, the biodiversity of the grazing area permits to make a good cheese of good organoleptic quality. Moreover Istria is a region suitable to sell goat products because the milk period coincides with the tourist season. Aleš sells his produce on the farm but also in different hotels and local restaurants, on all markets in Istria (Pula) but also all over Croatia and abroad.

*Fabris's farm*

The farm has belonged to the Fabris family for several generations. Even though Mrs and M Fabris are both teachers, the farm with its processing facilities and direct sale, is for them a complementary income indispensable to meet the needs of their large family.



**Description of the structure :**

*La Borie d'Imbert*

There is a farm shop where we can find all the products made and processed on the farm as well as other local farm products.

*Kumparicka*

The farm has 160 ha of grazing land, 250 goats.

A wide range of products are made on the farm : milk in bottles, whey, yoghurts, fresh cheese, ricotta, soft and hard cheese, milk jam, but also goat ham and sausages.

*Fabris's farm*

The farm has 7 hectares to supply for the feed of 44 Alpine breed goats. All the milk is processed into « skuta » and the whey is also sold for its health benefits. The kid goats raised on the mother's milk are then sold at 15kg.



**Description of the activities :**

*La Borie d'Imbert*

After the visit, food and drink are available on site. You can make up a picnic basket with farm or local products, it is purchased at the shop.

*Kumparicka*

A trail permits to visit the farm buildings, those sheltering the cheese dairy ending up on a terrace where you can try farm products.

*Fabris's farm*

A free guided visit followed up with a tasting in a rustic stone outbuilding, permits to discover the farm and its products before entering the shop.



« Restoring and rehabilitating the local heritage, to promote it through guests' welcome, is a founding act to maintain activities in rural territories »



Two companies are present :  
 • The company Saint Luc concerns the activity of sheep production.  
 In 2016 it generated revenues of € 92,219 ; a profit of € 49,390 ; an added value of €7,857  
 • A company concerning touristic activity.  
 In 2016 it generated a turnover of € 60,773, a profit of € 58,188, an added value of € 35,360.

**A few economic data :**



700 lambs per year sold to UNICOR (a cooperative).  
 Saffron crop on 100m<sup>2</sup> and 350 trees for black truffle (oak and hazel trees)  
 A guest house composed of 3 bedrooms and a suite which can welcome a whole family. Breakfast is served in a large living room. A fully equipped kitchen is available to guests for lunch and dinner.  
 A guesthouse with capacity to welcome 9 people.

**Description of the farm :**

1 UTH (labour unit) : Laurent and his parents' regular help.  
 60 ha SAU (useful agricultural surface), 350 Lacaune meat breed ewes, 3 lambings a year (March, July, November)



**Process undertaken to set up farm accommodation schemes :**

In 2006, the first step was to study the market. In order to do that, Anne went to the Departmental Tourism Committee (CDT) to gather and to analyse information about the tourists' needs and the supply already existing.

She then requested various technical and financial partners who followed her all along her project: bankers, solicitors, certified accountant, architect...

A file requesting financial aid was made at departmental level.

Lastly, Anne made closer contact to « gîte de France » (French farm accommodation agency) seeking a technical support but also to gain visibility for her future customers.

Three years were necessary to carry the works out.

**Le Mas de la Tourelle – Anne and Laurent Cavaignac (Roussennac, France)**  
**Cottage farmhouse**

**Why did they choose agrotourism ?**

Anne and Laurent worked in the Paris region (Paris airport and meat trade in Paris). In 1998 they got closer to Laurent's family farm.

The farmhouse sheltered dairy cows. But, when he settled in 2004, Laurent replaced the cow herd by a sheep flock, because the norm standards were too expensive. So they built a tunnel for the animals.

Considering the architectural possibilities of the farm shed, not to leave it abandoned, Anne thought about how to transform it : bed and breakfast and a traditional cottage farmhouse.

This new activity permitted to add value to the build heritage and also to continue the family story.



**Description of the activities :**

Both activities though complementaries, are carried out separately. Anne is in charge of all the agrotouristic part and Laurent is responsible for sheep breeding. Truffle and saffron, which are seasonal productions, require the involvement of all of them.

If the guests wish it, a possible visit of the farm and of the flock can be made.

Entertainments are also proposed around truffle and saffron. Anne processes and packs these two products and sells them direct.

She considers that the key to success and the recognition of her work go through good communication and in particular an active presence on social networks. It requires some skills on the use of social networks.

Anne also testifies that the funding of such renovations couldn't have occurred without the presence of agricultural activity. As a matter of fact, the return on investment is long.





« A unique experience to approach the environmental quality and the botanical richness of our rural territories. »

**A few economic data :**  
 The earnings mainly come from beef cattle production.  
 The farm has a turnover of € 118,000 (2015 data).  
 The agrotourism part represents an income varying much from year to year.  
 In 2015, the camping part represented a turnover of € 3,500 and the Bed and Breakfast and farm cottage : € 1,2000.



**Process undertaken to set up farm accommodation schemes :**  
 The camp site was set up in 1980 and the Bed and Breakfast in 1986.  
 It has been one year between the project design and its effective installation.  
 The Verdiers turned to the Chamber of Agriculture, which coordinates the « Welcome to the Farm » network but also the APATAR (Association for the Help to Aveyronnais Rural Tourism) now called : « Gites de France of Aveyron », for French classified accommodations settled in rural area.

## La Prade Basse –Verdier family (Najac, France)

### Bed and Breakfast, campsite and farmhouse



Owing to a personal experience in the 1980's, Jean Pierre and Maïté said to themselves « why don't we ? ». This activity permitted to raise an additional income to the one generated by the cattle activity. Besides it allows them to share their daily tasks with people eager to exchange.

### Why did they chose agrotourism ?



The Verdiers created it all gradually. As soon as they can or when it's necessary they make adjustments to improve the service.

The proximity of Najac, a touristic medieval village, provides them an important attend. One of the most important advantages of this activity is « to be their own boss » and to ensure a peaceful rhythm of life. Nonetheless, the bookings are not regular, because they are related to various conditions, weather being one. That's why, one of the key to success is to be a good manager.

Besides, intensive work has to be planned, between the departure of some guests and the arrival of others. Maïté thinks that to succeed in this business one must, first of all, be enthusiastic.

### Description of the activities :

**Description of the farm :**  
The GAEC (partnership) of la Prade : 2 labour units, 110 ha AUS, 75 Limousine mothers, 3 bulls for reproduction, 70 grazing calves per year.  
6 camping sites with toilets and showers, a mobile home and a caravan.  
3 bed and breakfasts (1\*4 et 2\*3)  
A farmhouse for 2 to 4 people.





« Promoting family expertise and sharing while welcoming other people : it is a rich human experience, source of gratitude and fulfillment.»



**The guests**  
At the beginning, the tourist season on their agritourism lasted from May to September, and now it lasts all year. Tourist accommodation can be booked through various travel agencies or via the internet. Guests are mostly foreigners, most of them from Germany, Austria, the Nordic countries and Croatian guests who come to them from big cities, mostly from Zagreb. Guests stay at the agritourism 7-14 days on average, and regularly these are families with children, but increasingly there are various companies that come to team buildings and seminars.



**A personal view**  
Mrs. Davorka told us that she is in this business out of love, and is always in the role of a grandmother, mother and aunt. At first they made mistakes, mostly because they had no education related to working in tourism, but these errors were not big, according to our hosts. And their lack of professionalism in the early days was charming for the guests. Today, they are professional with the guests, as Mrs. Šaina describes, but there is a relaxed, homelike atmosphere. In her work, Mrs. Šaina received numerous awards, so Ograda is one of the most successful agritourisms in Istria.



**The restaurant**  
Initially they did not offer food, but the interest of guests for this was big. Guests asked for meals, first they offered them to eat with them, but saw it is unprofessional, and began to think about opening a restaurant. At the same time, they were increasing the agricultural production on the farm, in order to accompany the needs of the agritourism. Now guests on the farm can choose between full board and B&B and in the restaurant they offer local, traditional Istrian food.

**Ograde – Family Šajina (Pazin, Croatia)**  
**Accommodation Bad and Breakfast**

**Why did they chose agrotourism?**

The initial idea was to offer their own agricultural products, which were not many, on agrotourism and thus create added value and higher earnings.



**History of the agrotourism**

They began in 2000 with one vacation house that could accommodate 6-8 guests. The interest of guests was very big, but they were constantly thinking about how to improve and expand the offer on agriturism. In 2002 they expanded the accommodation capacity to 12 beds, and now the agrotourism "Ograde" offers two houses with a total capacity of 20 beds. To extend this part of the offer, last year they registered workshops of traditional crafts, because the demand for such an offer is increasing every day.

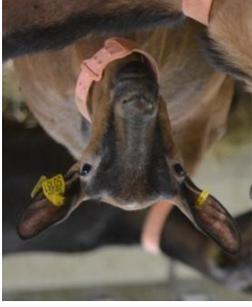
**Description of the farm**

The family farm Šajina has about 10 hectares of agricultural land where they grow the products they need for the agrotourism. They grow fruits, vegetables, olives and grains, which are mainly used for animal feed. Also, all the other products which they cannot produce themselves, such as wine and cheese, are purchased from other small producers in their proximity. They also do not grow olive trees in the vicinity of their agrotourism, but on the other side of Istria because of the favourable climate there, where they have about 150 trees that are 4 years old. The family farm has horses, pigs, chickens, ducks, geese and two fawns that were left without a mother who was killed by hunters. On the agrotourism, family members are employed and, if necessary, they employ seasonal workers for assistance, primarily for maintenance and cleaning of the agrotourism.





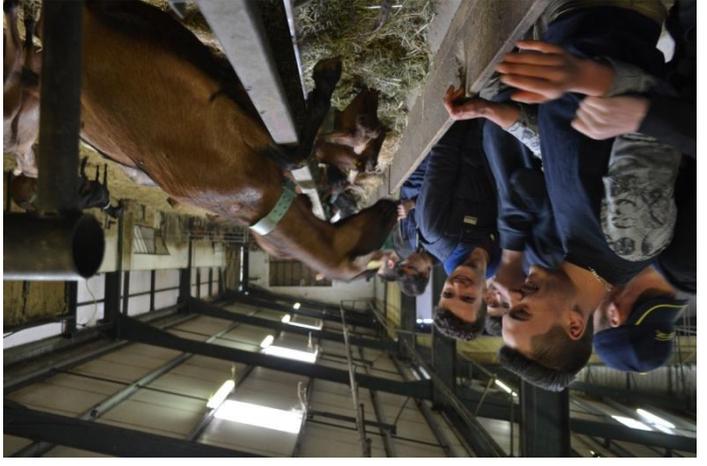
« Making up the young and the citizens to a better knowledge of specificities, diversities and professional demands is a founding act for social and societal integration. »



**A few economic data :**  
All the production is sold on the farm site.  
The total turnover including the production part and the group reception part amounts to € 48,0000



10



**Description of the activities :**  
Sophie and Marc Viliard enable the visitors to discover the making of AOP Rocamadour cheese. Situated at a short distance of the touristic village bearing the same name (a classified site as « one of the most villages in France ») they welcome more than 60,000 visitors every year, for visits within thirty minutes to a whole day.  
The farm is fitted to welcome school children and students, a room is equipped to view a film tracing the farm history as well as the different farm productions. Information panels educate the visitors all along their visit.  
This activity requires a welcoming and secure environment and generates an important workload all along the year. However, the work environment makes this job pleasant and according to Sophie it permits to add value to their profession both economically and socially. Sophie thinks that to be successful in these activities one must first be well-organized and available.

**La Borie d'Imbert – Marc and Sophie Vilard (Rocamadour, France)**  
**Educational farm**

**Why did they choose agrotourism ?**

Marc seized an opportunity to settle on a structure belonging to an ESAT (Establishment and Service of Help through Work) in 20015. Sophie settled two years later bringing her expertise in the fields of reception and trade. Their willingness was to revitalize the area while working on the attractiveness of the farm.



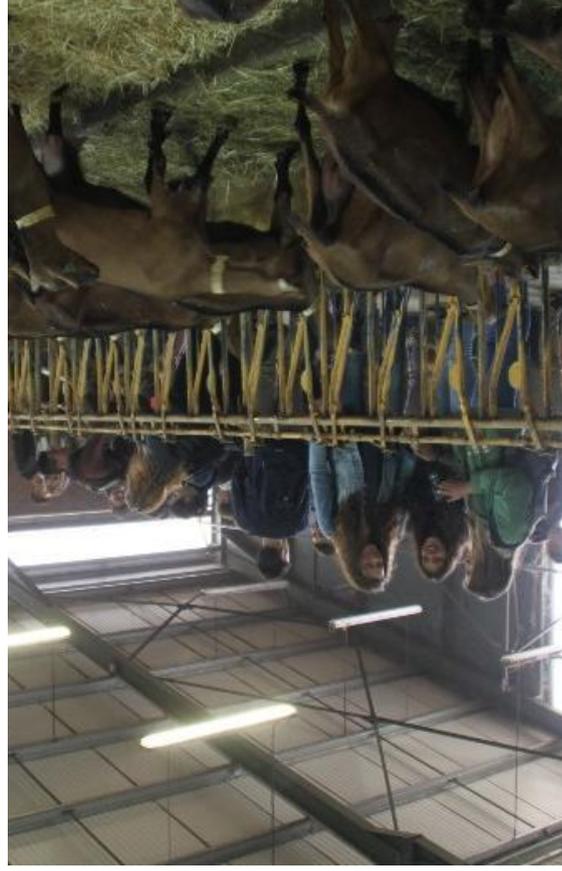
**Description of the farm :**

3 partners, 20 employees, 9 of them are residents of the local ESAT (Establishment and Service of Help through Work).  
 150 ha of Used Agricultural Surface, 450 goats of Alpine breed, 100 Large White pigs, 12 cows.  
 Barn hay drying.

Total production of 300,000 litres of milk transformed into goat cheese including the famous Rocamadour (AOP, Protected Origin Certification)  
 Pork and goat meats are also proposed.  
 Then precooked dishes of pork and kid goats are sold on the farm

Free self-guided or guided visit.  
 Picnic basket and farm snack.

Animations on the farm according to season.





**AGROTURISM ON OFFER**



## Goat production in Istria

The goat, to man in Istria, has been very important for thousands of years. It is the heraldic symbol of Istria and can be found in the coat of arms and the Croatian flags. The Istrian goat as an indigenous breed of Istria was made official on June 28<sup>th</sup>, 2013. In 2016, according to the annual report of HPA (the Croatian Agricultural Agency), in Istria, 3,421 goats and 314 goat owners were registered but only 4 goat breeders with a 191 goats were under selection control. Two breeders have the Alpine breed (162 goats) and the other two have the Istrian breed (29 goats). One farmer is in the process of selection control registration with a herd of 77 German improved fawn goats.

The domestic Istrian consumer is not a fan of goat milk. He uses goat milk for health reasons or as an exclusive product so his demands are small and goat milk production is oriented towards cheese production. Traditional goat cheese is hard cheese, semi-hard and soft cheese like "skuta", an albumin cheese made from whey. Production of goat products such as cheese is usually on the farm. Agrolaguna, a company well-known for wine, olive oil and cheese, buys goat milk from local goat farmers and produces goat cheese, but their needs are limited.

Raising goats in Istria, through different historical periods, was illegal and the effects of these laws made goat farming unattractive till today. Goat farming was not encouraged and had many downsides. The Istrian goat became critically endangered as well as goat farming. Despite the small number of goats and farmers, reasons for goat farming in Istria are many. There was always at least one goat in the family to feed the family. For example, for the Fabris family breeding goats is a way to keep the tradition and make an extra income. Breeding the native Istrian goat in order to revitalize, reconstruct and preserve the Istrian heritage for Riccardo Brčić was the main reason. Aleš Winkler wanted to clean his land of underbrush and garrigue so he started goat farming by pure chance. He is one of the biggest farmers in Istria today with 250 goats, his own dairy for cheese production, milk and meat processing that he sells through different channels (the farmer's market, through the internet and at the farm). And then there is the goat farm Miho, a relatively new family to goat farming. They wanted to work for themselves, started goat farming, fell in love with it, and now, it is their main income.

The tourist industry in Istria is very well-developed and so are the demands for domestic products but the production of goat products is limited by the amount of land available to farmers, poor management of production, goat product processing and sales. Despite the challenges small family farms having 50-100 goats, managing their own production and sales of high quality products, thanks to the tourist market, are succeeding. As one student put it: "Even nature is on our side - the goat lactation comes right at the time of the tourist season".



The basic characteristics of the climate of the Istrian peninsula are the ones of the continental climate, due to the cold air coming from the mountains and due to the proximity of the Alps.

## Economy

The Istrian economy is very diverse. Istria is traditionally fishing and fish farming, agriculture and transport.

The most visited tourist region in Croatia. It has developed manufacturing, construction, trade, fishing and fish farming, agriculture and transport.

The following industry is also developed: shipbuilding, production of construction material (lime, cement, bricks and stone), tobacco products, furniture, electric machines and devices parts for the automotive industry, glass, metalworking, plastic, wood, textile and food production.

In the last few years there is a large demand dedicated to revitalization of agriculture, so in viticulture, olive and in the system of environmental agriculture were maniched a great progress.

## Agriculture

Agriculture is a very important economic factor and the main job in Istria since the ancient times. Perfect geographic location, fertile ground, a lot of fresh water, but the vicinity of the Adriatic Sea, influenced the development of the agricultural production.

Since Roman times there are written facts about the development and structure of agriculture in Istria. The



most common agricultural crops from that time were grain, olives and vine. In the time of the Brits, the first agricultural laws were brought to regulate the relationship between the subjects in the production and to give directions for the agricultural development.

Different nations inhabited Istria and brought their agricultural crops that influenced the change in the agricultural structure, powering cattle breeding.



The Greeks brought the wine grape variety Malvazija. Later, wine made from variety will become one of the most appreciated agricultural products of Istria.

The main agricultural producers in Istria today are family farms, which own more than 80% of arable land, and the main economic activities are viticulture and wine production, cattle breeding (beef industry, poultry, swine industry, sheep breeding), olive growing (olives, olive oil), vegetable farming, poultry, farming, production of ornamental and fodder and seed production. Numerous typical Istrian agricultural products are registered as protected designation of origin (wine, olive oil, truffles and truffle products, ham, brandy and other).



The Istrian peninsula is divided into three different territories:

- "White Istria" - northern mountainous and north-eastern part of the peninsula with sparse vegetation and bare karst areas
- "Grey Istria" - southwest of White Istria, the space which is morphologically richer, the lower foothills flysch (morl, clay, sandstone)
- "Red Istria" - the limestone plateau along the coast, covered with red ground. Istria is the biggest green oasis of the north Adriatic. Along the coast and on the islands prevail pine forests and recognizable green machchia. The main specimens of machchia are holm oak and strawberry tree. Woods in Istria cover 35% area.

**Rivers :** Mirna, Dragonja and Raša

The temperature of sea is the lowest in March when it's around 9,3°C and 11,1°C and the highest is in August when it's around 23,3°C and 24,1°C. Salinity amounts from 36 to 38‰

The West coast of Istria is 242.5km long, and with islands it is 327.5 km long. The East coast of Istria is 202.6 km long, with islets 212.4 km. The coast is well developed with many coves, deeper bays and mouths of rivers. In addition to a number of smaller islands in front of coast from Poreč to Rovinj, in the south of the Briljuni archipelago stands.

**Length of coastline :** 445.1 km (the rugged coast is twice longer than the road).

**Surface :** 2820 km<sup>2</sup>  
**Population :** 208,055 (2011 census)



Adriatic Sea.

Istria is the westernmost region of the Republic of Croatia and the biggest peninsula on the

**Geographic location**

Formerly, forests were managed by the nearby States. The wood was used for the material of construction (ex: boats to Italian). Goat is an undisciplined animal which eats everything and destroys the forest environment. Furthermore, it is not in the culture to lock them. Thus goat was forbidden in families. They could possess only one if a medical certificate proved that a person was sick and could not work. Then goat supplied food and money. There are only 100 purebred goats local istrienne brought up by enthusiasts of preservation today. The caprine breeding is little spread : 500 goats for 10 breedings. It is an animal which keeps a bad reputation with the local population (smells bad, listens to nothing, escapes and destroys the forest landscape).

The flag and coat of arms of Istria



**Istria territory**

Other cultures that we can find in Aveyron are spices such as saffron, vineyards with a large amount of wine with labels such as AOC Marcillac wine and fruit and vegetable production on smaller plots, which are then sold on the local markets. Potatoes, lettuce, carrots, apples, cherries and chestnuts. But these productions need an adapted climate in order to have a high yield.

Animal breeding is produced in mountain reliefs such as meat production with the "Vean d'Aveyron et du Ségala" quality label. Pig production represents 4.3% of animal production, sheep production 11.1%, dairy cows 13.7%, dairy sheep 14.6% and dairy goats 2.7%. In Aveyron, there is a large amount of labels, with 429 farms with organic farm labels representing 33 447 ha, the "label rouge" label with the "Vean d'Aveyron et du Ségala", "Boeuf fermier Aubrac, jambon de Bayonne, AOC and AOP label with Marcillac wine, Côtes de Millau wine, Roquefort cheese, Bleu d'Auvergne cheese and Laguiole cheese. Then IGP label with "veau d'Aveyron et du Ségala", "agneau de l'Aveyron" for meat.

Today, more and more farmers sell their products on direct sale and more than 3% have a tourism activity.

## Goat production in Aveyron

There are 46,591 goats in Aveyron in 2013 which represents 47% of the region livestock (CRAMP, 2014). 60% are Alpine goats, 25% are Saanen and 9% are crossed breeds. There are 263 goats per farm on the 200 farms in Aveyron. Cheese production on the farm is less developed in Aveyron than in the other territories of the region: 98% of the milk is sent to the dairy industry (Lactalis, Terra Lacta, Verdier, Fromagerie du Quercy) (CRAMP, 2014). In Aveyron there is one AOC Rocamadour, one Label Rouge Cabécou d'Autan, which is a quality label. The twentieth biggest farms produced 32 million liters of milk in 2014. Goat milk production has steadily increased for the past 15 years.

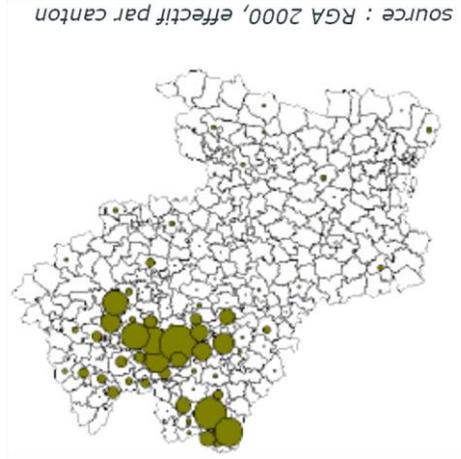
The goat stock in Aveyron produces 65% of the goat milk of Midi-Pyrénées, which puts Aveyron at the 1<sup>st</sup> rank on regional level and at the 3<sup>rd</sup> rank on the national level.

Since 2008 on average fifteen new goat farms have been created every year.

The average age of a goat breeder in Aveyron is 45 years old.

Since 2014, the goat meat sector has joined INTERBEV (which is a joint-trade organisation in for livestock and meat). The purpose is to promote goat meat to increase its consumption in the next few years.

Goats are mostly present in the west of Aveyron due to the lack of vegetation which is enough for the goats feed.



source : RGA 2000, effectif par canton



common cultures are crops.

farms which are implanted on flat land with a specific climate and irrigation. The most contractors 6.0%. In Aveyron crop production is carried out on the largest plots of the biggest represents 69.5% of agricultural production in the territory, crop production 24.5% and farm activity is very diversified regarding the geographic variation of Aveyron. Animal production In 2010, there were 9090 farms in Aveyron. 12476 inhabitants worked in agriculture. This

## Agriculture in Aveyron

to invest in local tourism by developing agrotouristic services, for about forty years now. To bypass a certain number of these constraints, in the primary sector farmers have decided very rocky land; finally a certain lack of main highways in the east-west direction. secondly an agricultural activity made difficult in some areas because of strong erosion or population sometimes isolated because of its low density (31,6 inhab / km<sup>2</sup> in 2012). Nevertheless, this rural area suffers from some constraints: in the first place an ageing grasp the opportunity of green tourism. These various assets work at the touristic attractiveness of Aveyron which knew how to Montpellier and N88 from Lyon to Toulouse). The region is crossed by two busy main highways, from north to south (A75 from Paris to farm products.

agricultural activity, the basis of a gastronomy of great reputation, thanks to numerous local its important river system has shaped valleys and high plateaus allowing a diversified North of the region. This characteristic allows touristic activity in winter and in summer. Massif Central mountains, because there are climatic differences between the South and the Aveyron has a climate characterized by influences from the Mediterranean Sea and the It is a department prized for its tranquility and in which we find numerous conservation areas. that the population is mainly ageing.

The region Aveyron is a rural area which accounted 276 229 inhabitants in 2012. We notice

Source : <http://paysageaveyron.fr/> Browsed : 09.09.15  
Causse Comtal



Grands Causse

Monts de Lacane



Rougier de Camarès

Aubrac





## Introduction

The main objective of this project is to understand how goat breeding could be at the service of agrotourism and rural area development.

Agrotourism is a complementary activity combining agriculture and tourism to diversify territorial assets in order to value them so as to increase the farmers' incomes.

In 2013, a project COMENIUS REGIO about "beef and potato" was led by the same Croatian and French partners and it seemed obvious to go further.

Over a meal shared by the two partners, they were very interested in going on with the cooperation in the farming and touristic sectors. In the course of the conversation, they shared ideas and realized that both territories had the same soil specificities: limestone plateaus and dry vegetation. Then they talked about an animal production adapted to this specificity: goat breeding, which is effectively a common activity in both areas.

The conservation went on to how goat production industry was organized, how agrotourism developed in Rouergue and this was the time when we realized that everything was to be built in Croatia. In Rouergue territory, green tourism has existed for 30 years now. So there is a strong demand from one of the partners and a know-how of the second partner. That is why this situation leads to another partnership.

The two partners set three pillars up:

- The work of the students (territory descriptions, technical visits of farm and industries and reporting of these meetings: goat production industry organisation analysis, inventory of the different agrotourism activities...)
- The e-platform (google drive) where students and teachers share informations
- The mobilities : French students went to Croatia in May 2016, and Croatian students in France in April 2017

This document is the result of a "rich" collaboration between people motivated by a same desire to share knowledge and experience, convinced by the fact that "we all must learn from each other": In this booklet we can find 8 forms.

ROUERGAT TERRITORY

ISTRIAN TERRITORY

PEDAGOGIC FARM

FARM ACCOMMODATION

FARM CAMPSITE

TOURISM COTTAGE

PROCESSING FARM PRODUCTS AND DIRECT SALE

FROM PRODUCER TO CONSUMER : THE SHORTEST WAY

## Contents

|    |  |
|----|--|
| 1  | INTRODUCTION                                 |
| 2  | ROUERGAT TERRITORY                           |
| 5  | ISTRIAN TERRITORY                            |
| 9  | PEDAGOGIC FARM                               |
| 11 | FARM ACCOMODATION                            |
| 13 | FARM CAMPSITE                                |
| 15 | TOURISM COTTAGE                              |
| 17 | PROCESSING FARM PRODUCTS AND DIRECT SALE     |
| 19 | FROM PRODUCER TO CONSUMER : THE SHORTEST WAY |
| 21 | CONCLUSION                                   |

## Preamble

Breeding with its variety of species and systems of production plays an important part in the activities of our territories, and most particularly goat breeding.

The French goat breeding was developed quite recently. In 2016, 900 000 dairy goats and an increase of milk production from 440 to 500 million liters in 10 years. With more than 6000 goat breeders in France, this breeding contributes largely to the vitality of the countryside. It also presents many benefits, including environment.

Nearly half of goat milk is processed on the farm mainly to make raw milk dairy products, all acknowledged as high flavor and organoleptic quality

In the Republic of Croatia during the year 2016 there were 65,000 goats. Breeding and selection work was performed on a population of 6,519 goats from 94 owners and 6 breeds. The most popular dairy breed is the Alpine and the milk is usually processed into cheese and other milk products directly on the farm. The meat breed used, is the domestic Croatian goat. Both breeds are adaptable for semi-intensive or extensive farming, ideal for small farms, less investment and a quick start. Goat farming in Croatia never developed to its full potential but there is plenty of room mainly because of the the climate, the natural environment and the Croatian tourist industry, which has great demands for quality domestic products. According to the AZRRI specialist, education is the main channel to develop goat farming.

To meet the ever increasing demand for farm dairy products, marketing has diversified. In the European project Erasmus + "Europe, we can" the students of the partner high schools, François Marty in Montetils and Mate Balote in Porec have been able to discover the various specificities of the production, the processing and the marketing through numerous meetings with professionals and visits.

On the other hand they have understood the purpose of complementary activities like agrotourism in various forms. Thanks to the dynamism and the good image of the sector, goat breeding remains today an attractive job for our French and Croatian youth and it represents a good opportunity for the installation of new breeders.

In summary the goat sector presents many assets which are essential to preserve : this sector is competent, dynamic, it provides jobs and creates links with the consumers. Thanks to the project, the students have become aware that their respective territories own wealth, it's up to them to promote it.

Jacky SALINGARDES  
FNEC Chairman  
(National Federation of Goat Breeders)

Gordan Subara  
AZRRI  
Agency for rural development of Istria

Danijel Mulić  
HPA  
Croatian agricultural agency

## Contacts :



Lycée François Marty

Le Bourg

12200 MONTEILS

France

Phone : (+33) 05 65 29 63 70

Email : [monteils@cneap.fr](mailto:monteils@cneap.fr)

Internet website : [www.lyceefrancoismarty.fr](http://www.lyceefrancoismarty.fr)



Mate Balote High School

Karla Huguesa 6

52440 POREČ

Croatia

(+385) 52 431 055

[ss-mbalote@ss-mbalote-porec.skole.hr](mailto:ss-mbalote@ss-mbalote-porec.skole.hr)

[www.ss-mbalote-porec.skole.hr](http://www.ss-mbalote-porec.skole.hr)

Project undertaken from September 2015 to August 2017 by the students of François Marty in Montells (France) and Mate Balote in Poreč (Croatia)



***Goat Breeding and agrotourism  
at the service of rural development***

