



CONTEXTE

Dans un cadre de crise environnementale, il est essentiel de prendre conscience des enjeux du tourisme durable où la gastronomie et les produits locaux jouent un rôle primordial. L'attente des consommateurs-citoyens est également forte vis-à-vis d'une alimentation de qualité valorisant les productions des terroirs, dans la mesure du possible dans une relation de proximité avec les zones de production et les agriculteurs. Les visiteurs et habitants veulent, de plus en plus souvent, manger local et "identitaire". Aussi, le schéma départemental du tourisme 2022-2028 de l'ADRT Tourisme Creuse présente une volonté de travailler sur l'offre concernant les circuits courts.

Les démarches de valorisation des circuits courts alimentaires de proximité s'intègrent dans plusieurs thématiques à la croisée des stratégies économique, touristique et agricole. La Creuse dispose d'un écosystème engagé autour des circuits courts avec de nombreuses démarches en cours ou en relance.

Avec l'ensemble de ses partenaires (le Département, les chambres consulaires, les offices de tourisme, l'Agence d'Attractivité et d'Aménagement de la Creuse...), Creuse Tourisme lance une étude sur l'intégration des circuits courts dans les pratiques touristiques en Creuse. L'objectif principal de la mission est de définir des orientations à mettre en œuvre pour favoriser la vente de produits en circuits courts auprès des touristes et des professionnels (hébergeurs et restaurateurs), ainsi que de valoriser la filière alimentaire des produits du terroir sur le plan touristique.

La nouvelle stratégie touristique doit permettre de renforcer les synergies entre les producteurs et les acteurs touristiques y compris les hébergeurs, les restaurateurs ou les prestataires de loisirs et contribuer ainsi à faire de la Creuse un département plus engagé dans les circuits courts de proximité.



LES ENJEUX

Trois enjeux majeurs ont été identifiés par Creuse Tourisme :

1. Un meilleur recensement des producteurs en circuits courts alimentaires de proximité (non par l'exhaustivité mais par la qualification des acteurs)
2. L'ouverture de nouveaux débouchés pour les produits locaux
3. Le renforcement de la communication entre le monde agricole et le monde touristique



DÉROULEMENT DE LA MISSION

