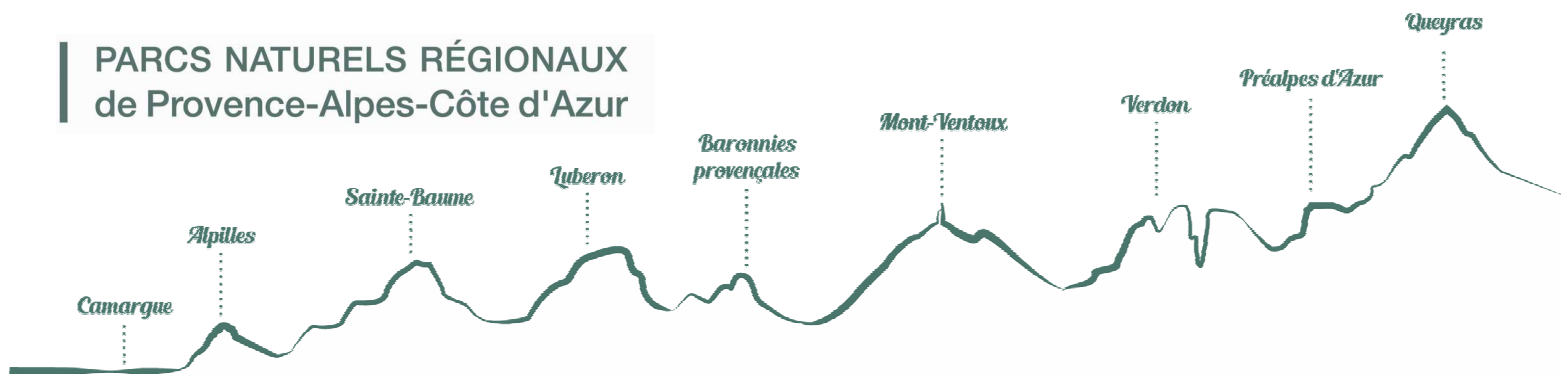


PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur



Offre de stage 6 mois

*Appui à la définition d'une stratégie de promotion de la marque
« Valeurs Parc naturel régional » dans le secteur agricole
au sein des 9 Parcs naturel régionaux de la
Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur*

DEFINITION – CONTEXTE

Les Parcs naturels régionaux (PNR) de la Région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur sont des territoires ruraux dont l'agriculture est la clé de voûte. Ils maillent l'ensemble du territoire de la région avec près de 200 000 ha de terres agricoles et 8000 exploitations. L'agriculture dans les Parcs représente 25% des surfaces cultivées et 38% des exploitations de la région. Ils sont donc des territoires représentatifs de l'agriculture régionale.

Les Parcs participent, impulsent et coordonnent des opérations pour une meilleure prise en compte de l'attente des consommateurs au regard de la qualité des produits alimentaires, de la protection de la ressource en eau, de la préservation de la biodiversité et de l'entretien de l'espace.

Ainsi ils mettent en œuvre des projets agri environnementaux, accompagnent agriculteurs et éleveurs dans des démarches de valorisation de leurs produits (labellisation, marque Provence, marque Alpes, marque Valeurs Parc naturel régional®, ...), soutiennent les démarches de conservation génétique des races et variétés, tissent des partenariats avec les Chambres d'agriculture et les organisations professionnelles, favorisent les filières locales et la diversification...

La marque « Valeurs Parc naturel régional® » porte l'image des Parcs. Elle concerne des services touristiques, des produits agricoles et artisanaux. C'est un outil de développement économique local qui permet de territorialiser l'agriculture, car la marque a une capacité à faire du lien entre les agricultures et à densifier la trame territoriale d'acteurs engagés.

En plus d'accompagner des agriculteurs dans des démarches plus agro-écologiques et de construire une offre commerciale propre au territoire, la véritable plus-value de la marque est finalement sa fonction de réseau : réseau entre les productions d'une même filière (de la même marque), mais aussi la possibilité de faire des ponts entre productions, entre filières.

A l'échelle régionale, la marque Valeurs Parc naturel régional® (VPNR) concerne actuellement sept filières agricoles : l'élevage d'herbivores, les fruits et légumes, le vin, les Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales (PPAM) ainsi que l'activité de cueillette, la farine et le pain, le miel et les produits de la ruche, et enfin la pisciculture.

La marque ne représente pas aujourd'hui la diversité agricole des territoires des Parcs, ni les productions emblématiques de chaque territoire.

C'est pourquoi, Le réseau des Parcs naturels régionaux de la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur (composé des parcs : Alpilles, Baronnies provençales, Camargue, Luberon, Mont Ventoux, Préalpes d'Azur, Sainte Baume, Verdon et Queyras) s'est donné pour objectif de dynamiser le déploiement de la Marque Valeurs Parc naturel régional dans le secteur agricole. Les objectifs poursuivis sont divers : augmenter le nombre de producteurs marqués, étendre la marque sur de nouvelles filières, développer des circuits de vente pour les produits marqués, améliorer la communication et le marketing autour de la marque, adopter une stratégie de marquage partagée à l'échelle du réseau.

C'est pourquoi, le réseau souhaite mettre en place une mission de stage d'une durée de 6 mois, afin d'initier la rédaction d'un cahier des charges pour la réalisation d'une étude de marketing visant à définir les leviers d'une stratégie globale de promotion de la marque et des produits sous signe de qualité dont chaque parc bénéficie. Ce travail s'articulera avec la mission de promotion et valorisation des produits agricoles marqués portée également par le réseau des Parcs naturels régionaux sur l'année 2021.

MISSIONS & ACTIVITES

Les missions proposées sont les suivantes :

Afin de réaliser un cahier des charges le plus réaliste pour l'étude marketing à lancer ultérieurement, le stagiaire sera chargé de recenser des informations nécessaires à la compréhension du contexte :

Réalisation d'une étude comparative des techniques de marketing autour des produits marqués (et en projet de marquage) avec les outils et méthodes de promotion de produits similaires (benchmark). Soit, sur les différents produits agricoles marqués et en prévision de marquage VPNR en Région Sud :

- Comparaison des méthodes de promotion des autres marques et label (HVE, AOP et IGP, Esprit Parc, etc.).
- Comparaison des méthodes de promotion de la marque VPNR appliquée dans les autres PNR de France.

- Recensement des outils de communication pertinents utilisés pour des produits similaires à ceux des Parcs naturels régionaux du réseau.

Recueillir les attentes, besoins et propositions des Parcs et des producteurs quant à la marque VPNR dans le but d'établir une stratégie de promotion partagée en Région Sud :

- Participer à un diagnostic des moyens de valorisation et de promotion de la marque à l'échelle des 9 Parcs, en rapport avec la mission de valorisation et promotion de la marque en cours.
- Recensement des outils de communication autour des produits : outils/objets de communication, documents, animation
- Vente : déploiement d'un système de vente collectif de l'ensemble des produits marqués VPNR (création d'un « corner » pour magasins de proximité et grandes surface, etc.).
- Autres besoins pouvant permettre d'accroître la renommée de la marque : formations, échanges entre marqués, etc.

Le/la stagiaire sera amené à rencontrer les producteurs marqués des 9 PNR du réseau afin de mener à bien cette mission. Il travaillera en étroite collaboration avec les différents chargés de missions des Parcs en charge de la gestion de la marque, ainsi que le Chargé de mission promotion et valorisation des productions agricoles dans le cadre de la marque VPNR, à l'échelle du réseau régional.

Fort des éléments rassemblés préalablement, il s'agira d'établir le cahier des charges de l'étude d'opportunité, de marché et de positionnement qui pourrait être engagé en 2022

- Préciser, au regard des résultats obtenus en amont, les besoins et attentes du réseau vis-à-vis de l'objectif de création d'une stratégie de promotion de la marque.
- Définir une position commune des 9 PNR du réseau concernant la stratégie de promotion de la marque.
- Accompagner les Parcs, sur la base des premiers résultats d'analyse, sur les critères de choix/priorités partagés, entre différents produits identifiés comme projets de marquage.

Proposition d'outils et méthode

- Proposer des outils de communication adaptés aux produits du territoire et aux besoins énoncés par les acteurs marqués.
Cibler des méthodes de vente et de promotion adaptés aux enjeux des territoires, aux besoins des acteurs marqués, et aux quantités disponibles. La mission sera pilotée par le Directeur du Parc de Camargue, référent sur la thématique agricole pour l'inter-parcs, avec l'appui de ses collaborateurs.
Le réseau des chargés de mission agriculture sera sollicité et associé in itinere.
Les différentes étapes de travail seront validées par le groupe des Directeurs de PNR de PACA, de préférence en réunion, ou par échange de mail.

CARACTERISTIQUES DU POSTE

- Stage de 6 mois à partir du 1^{er} avril 2021
- Temps plein (35 heures hebdomadaires)
- Gratification selon la législation en vigueur
- Permis B et véhicule personnel indispensables (utilisation d'un véhicule professionnel pour les déplacements professionnels)
- Stage basé au siège administratif du Parc naturel régional de Camargue, Mas du Pont de Rousty sur Arles ; avec des itinérances dans les autres Parcs naturels régionaux de la Région Sud.
- Le/la stagiaire sera encadré par Mme Laure BOU, Directrice adjointe du Parc de Camargue, Service Préservation des milieux et développement local, mais travaillera en relation étroite avec les chargés de mission agriculture et/ou marque des autres Parcs du réseau.

COMPETENCES, CONNAISSANCES REQUISES ET APTITUDES

PROFIL RECHERCHE :

Formation supérieure Bac + 4 à Bac + 5 dans le domaine du développement territoriale et rural, du marketing territorial.

Le stagiaire devra témoigner d'un fort intérêt pour le développement local et pour les circuits alimentaires de qualité et de proximité. Il devra également être motivé par le contact auprès des acteurs locaux (Parcs) et des producteurs locaux.

- Connaissance du fonctionnement et des missions d'un Parc naturel régional.
- Connaissances des différentes marques, labels, et signes de qualité pour les produits agricoles.
- Sens du relationnel et de la communication (expression orale et écrite)
- Aptitude au travail de terrain, en relation avec des producteurs
- Expérience en conduite de projet
- Bureautique
- Capacités d'analyse et de synthèse
- Autonomie
- Curiosité, ouverture d'esprit

PROCEDURE DE RECRUTEMENT :

PERSONNE A CONTACTER POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLEMENTAIRE : Mme Anne VADON, Chargée de mission agriculture et élevage (Parc de Camargue) : a.vadon@parc-camargue.fr

CANDIDATURE (CV ET LETTRE DE MOTIVATION) A ADRESSER AU PLUS TARD LE 8 MARS 2021 (DATE DE RECEPTION).

- Par courrier à : Monsieur le Directeur - Syndicat Mixte de gestion du Parc naturel régional de Camargue - Mas du Pont de Rousty - 13 200 Arles
- Par mail à : secretariat@parc-camargue.fr

PRISE DE POSTE A PARTIR DU 1^{er} AVRIL 2021

