

Charte Marque Parc

"Pomme – Poire et produits dérivés"



Contact : mathieu.altadill@parc-pyrenees-catalanes.fr

Parc naturel régional des Pyrénées catalanes – Mai 2008
Pomme – Poire et produits dérivés

Préambule

Le Parc naturel régional des pyrénées catalanes souhaite soutenir et valoriser les activités économiques contribuant à la préservation des patrimoines naturels et culturels de son territoire. La production de pommes et de poires en est un exemple.

En effet, cette production est traditionnelle depuis le début du XX^e siècle sur le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes et son histoire est riche.

L'intérêt de cette production est de différents ordres :

- Les vergers sont des éléments structurant des paysages de nombreuses vallées du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes. Leur maintien permet aussi de lutter contre leur fermeture
- La valorisation économique de cette filière est un facteur de réduction de la pression foncière dans certains fonds de vallée : le maintien de l'agriculture sur ces zones est un des points majeurs de la charte du Parc en termes d'aménagement paysager
- La culture de la pomme et de la poire, sur le Parc, a une forte identité territoriale et historique
- La production suit un système cultural traditionnel et de taille humaine où le savoir-faire du producteur est omniprésent
- Aucun conservateur n'est utilisé

Les consommateurs sauront apprécier cette pomme de tradition ancrée dans son territoire.

Cette promotion fera mieux connaître le lien unissant produit, paysages et histoire de l'arboriculture sur Parc.

Ce type de produit authentique et stocké sans conservateur, est susceptible de satisfaire une demande croissante des consommateurs. Sa renommée au niveau local est déjà importante.

C'est pour de tels produits que le Parc souhaite attribuer sa Marque, certifiant ainsi de leur origine, de leur authenticité et de leur système de culture respectueux de l'environnement (agriculture durable).

Toutefois, les produits doivent répondre à des critères environnementaux et correspondre aux critères recherchés par les consommateurs :

- Origines naturelles et produits authentiques
- Conditions d'hygiène satisfaisantes
- Conditionnements valorisants
- Présentations valorisantes

L'intérêt de la Marque Parc sur ce produit est :

- Faire découvrir un produit traditionnel qui est fortement lié à des enjeux paysagers et environnementaux
- Maintenir une activité agricole : maintien des vallées ouvertes, maintien des structures paysagères locales, lutte contre la pression foncière liée à l'urbanisation
- Maintien et développement durable d'une activité économique
- Permettre une promotion efficace et donc une augmentation des quantités commercialisables. Accentuer le rôle du réseau Marque Parc. Ainsi, la durabilité économique des exploitations pourra être améliorée.

Article 1 : Objet

Le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes accepte de soutenir par le droit d'utilisation de sa Marque « Parc naturel régional des Pyrénées catalanes » les produits suivants : Pommes – Poires – produits dérivés.

Nous entendons par produits dérivés, le vinaigre de cidre, les fruits au sirop : produits déjà présents sur le territoire. Nous envisagerons aussi d'autres produits de diversification comme les chips de pomme, les compotes... . Les produits issus de pommes ou de poires répondant à la présente charte pourront bénéficier de la Marque Parc, à condition que ces produits satisfassent également à la présente charte.

Article 2 : Pomme - Poire

Afin de faciliter la lecture du document, dans les articles suivants nous parlerons de "Pommes" pour l'ensemble "Pommes – Poires" sauf quand cela sera stipulé (en 3.5).

Article 3 : Les « Plus Parc » du produit

3.1 Un produit naturel

Les vallées de production connaissent un climat montagnard ou semi montagnard. Le climat est un facteur de réduction de la pression parasitaire (valeur environnement)

De la sorte, la culture de cette pomme, production agricole utilisant peu de traitements phytosanitaires, est respectueuse de l'environnement. Les bénéficiaires de la Marque seront appuyés au niveau technique afin de minimiser les intrants (valeur environnement)

De plus, après récolte et pour tous les produits transformés, aucun conservateur chimique n'est utilisé. Cet aspect est d'ailleurs un critère discriminatif d'obtention de la Marque. (valeur environnement)

3.2 Mode de conduite

Les pommes sont produites en respectant les principes énoncés ci-dessous.

La culture

La fertilisation est raisonnée. L'apport en azote minéral est limité à 110 unités / ha / an. Les apports devront être fractionnés et ne pas dépasser 60 unités / ha et par amendement (hors amendement fumier, car l'azote est libéré progressivement). Cette seconde limite est celle imposée dans les zones sous la directive nitrate de la plaine du Roussillon. Le territoire du Parc, quant à lui, n'est pas dans le zonage de la directive nitrate. (valeur environnement)

Avant plantation, un apport organique (fumier) est privilégié.

La situation géographique limite le parasitisme. Toutefois, certains parasites (le carpocapse, la tavelure, oïdium ...) rendent indispensable la mise en place d'un programme de lutte. Il se raisonne avec quelques traitements préventifs éventuels et exceptionnellement avec des traitements curatifs. Le raisonnement de la protection s'articule autour des conditions météorologiques, des stades de culture, des observations de terrain et en fonction du guide régional *Sud ARBO* dans un souci de mettre en place des pratiques respectueuses de l'environnement. (valeur environnement)

La mise en place d'un programme de lutte par confusion sexuelle est fortement encouragée par le Parc, la Chambre d'Agriculture et la coopérative "La Paysanne" chez les bénéficiaires de la Marque. Cette méthode de lutte est à mettre en place selon l'organisation spatiale et les caractéristiques des parcelles. La confusion sexuelle (méthode utilisée en agriculture biologique) permettra de réduire les traitements. Des piégeages seront réalisés, sur des parcelles choisies, afin de ne pas connaître d'attaques "violentes" qui provoqueraient un rejet de la méthode par les producteurs.

Un suivi du nombre de traitements réalisés par saison sera réalisé afin de connaître l'efficacité de la méthode.

Les bénéficiaires rempliront donc un cahier d'exploitation mentionnant les traitements (produits, dates, parcelles,...).

Les bénéficiaires faisant de la culture biologique pourront faire connaître les modes de lutte biologique aux producteurs "conventionnels" pour les sensibiliser. Le Parc pourra participer à ces échanges. De plus, les producteurs biologiques n'auront pas forcément besoin de participer au programme de lutte par confusion sexuelle.

La bonne gestion de l'irrigation est l'une des clés d'une bonne alimentation des arbres. Elle se pratique en gravitaire grâce aux canaux (éléments structurants de nos paysages), au goutte à goutte ou par micro jets. (valeur environnement)

Les inter-rangs sont enherbés pour :

- permettre la présence d'auxiliaires et ainsi diminuer les risques d'attaques parasitaires
- diminuer l'évaporation et donc diminuer le besoin en eau
- préserver la structuration du sol et maintenir le taux de matières organique (broyage de l'herbe, des bois de la taille)
- lutter contre l'érosion

La récolte

- La récolte est manuelle
 - Les chantiers de récolte sont de taille humaine.
- (valeur dimension humaine)

Le stockage

Aucun traitement après récolte n'est réalisé. Les fruits doivent être stockés dans un endroit propre et non dévalorisant. En effet, lors de la vente directe le producteur est susceptible de faire voir le mode de stockage aux clients pour informer sur une étape du système de production.

(Valeur environnement)

Tri, calibrage, conditionnement

Ces étapes sont aussi manuelles ou semi manuelles. Le type d'emballage est précisé à l'article 5.

Pour les arboriculteurs bénéficiaires de la Marque (répondant donc à la présente charte, siège d'exploitation sur le territoire, ...) membres de la coopérative "La Paysanne", le conditionnement hors Parc est possible. La Paysanne se situe sur une commune limitrophe du Parc, à son entrée. Les producteurs membres d'une coopérative ne peuvent pas, règlementairement, conditionner chez eux. Pour cette raison, le conditionnement à la coopérative n'est pas interdit pour ces producteurs là.

Seul le conditionnement est une action possible hors Parc. Aucune transformation (jus, ...), sans exception, n'est envisageable en dehors des limites du Parc. En effet, le conditionnement n'est qu'une manutention limitée dans le système de production comparée à la culture. Par contre la transformation est une action à part entière – c'est pourquoi aucune transformation n'est envisageable en dehors des limites du Parc.

Dans ce cas de conditionnement hors Parc, toutes les exigences de commercialisation (valorisation de la Marque, dimension humaine lors de la commercialisation, présentation du Parc, des autres Marques...) devront être satisfaites comme n'importe quelle autre structure de commercialisation. Ce contrôle sera bien évidemment à la charge du Parc mais aussi sous la responsabilité et le contrôle à la fois du producteur ou coopérateur bénéficiant de la Marque Parc et de la coopérative elle-même.

Les lots devront être tracés comme pour tout autre producteur (ceci est déjà le cas car la coopérative a déjà un système de traçabilité performant). Les lots ne devront en aucun cas être mélangés avec des lots de pommes de non bénéficiaires. Une fraude à ce niveau vaudra un retrait de la Marque Parc pour le bénéficiaire.

Remarques : La coopérative La Paysanne s'engage elle aussi sur certains points comme :

- *l'encouragement et le financement de la lutte par confusion sexuelle chez ses coopérateurs du Parc*
- *la promotion du territoire du Parc et des autres producteurs marqués Parc lors de la commercialisation des Pommes marquées*

Transformation

La transformation des pommes (répondant à la présente charte) en jus, en liqueur ou autres produits de diversification (chips...) répondent aux valeurs de la Marque :

- produits transformés (jus, chips, liqueur, ...) sur le territoire
- transformations respectueuses de l'environnement
- transformation de taille humaine

100 % des pommes rentrant dans la fabrication des produits transformés, sont des pommes marquées Parc.

Les produits transformés peuvent intégrer 10 % de produits autres (jus de citron, framboise, sucre, produits naturels...) afin de permettre une diversification des produits. Dans la mesure du possible, les 10 % autres devront provenir du Parc.

Bien évidemment aucun ajout de conservateur chimique, de colorant chimique, de stabilisateurs chimiques, ... n'est autorisé.

Les liqueurs aromatisées à la pomme, les sirops de pommes, les pommes au sirop et les nectars à la pomme ne tiennent pas compte, exceptionnellement, de ce taux de 10 %. En effet, pour des raisons de fabrications l'eau, l'alcool et/ou le sucre sont dans des proportions plus importantes.

Seuls les liqueurs aromatisées à la pomme, les sirops de pommes, les pommes au sirop et les nectars à la pomme à base de pomme marquées Parc pourront bénéficier de la Marque Parc et ceci seulement pour les signataires de la présente charte.

Le Parc lancera, dès 2008, des expérimentations en laboratoire pour mettre en place de "nouveaux" produits issus de la diversification (pâte de pomme à la spiruline du territoire et au miel du territoire, chips de pomme,...). Le laboratoire adaptera ensuite le procès chez les exploitants.

3.3. Un produit répondant à une logique traditionnelle

La zone de culture se situe en milieu montagnard ou semi montagnard. Au fil des ans, les producteurs ont développé un savoir-faire incontestable tenant compte des contraintes de leur environnement (climat, altitude ...).

Les pommes proviennent d'exploitations à dimension humaine (parcelle d'environ 10a à 3 ha). La récolte est manuelle et le système cultural est lié au savoir-faire (conduite de l'arbre, taille ...).

La fabrication des jus est aussi lié à un savoir-faire tout comme l'est la fabrication des liqueurs, des sirops, ...

Le tri, le calibrage et le conditionnement sont fait de manière artisanale, c'est à dire nécessitant le travail de la main de l'homme.

Les arbres sont plantés en plein vent ou en rangs palissés. Le palissage se faisait déjà dans les années 60.

3.4 Un produit répondant à une synergie locale

Les pommes créent une image "touristique" locale dans de nombreuses activités. Les restaurants, "bistrot de pays", ... locaux utilisent les pommes du territoire pour leurs plats et leurs desserts.

De même, un travail de marquage "Accueil" pour les hébergements est en cours. Des articles spécifiques de la future charte privilégieront les produits marqués Parc et notamment les jus de pommes.

3.5 Les anciennes variétés

Les bénéficiaires s'engagent à planter, lors des nouvelles plantations, quelques arbres des variétés, citées ci-dessous :

- La Reine des Reinettes
- La Reinette du Canada blanche
- La Reinette du Canada grise
- La Coquette
- La Museau de lièvre (pomme de forme conique)
- La Fenouillet gris
- La Reinette étoilée
- Le Calville Blanc
- La Winter Banana
- La pomme d'Api
- La pomme Lille
- La pomme Cire
- La "pome « pere »" (la pomme poire)
- La Reinette grise du Canada
- La Reinette Ananas
- La Court Pendu rouge
- La Reinette Clochard
- La Reinette d'Angleterre
- La Berdaguer
- La Rouge de France

Variétés ayant été produites sur le territoire du PNR

D'autres anciennes variétés, de territoires voisins, pourront être envisagées.

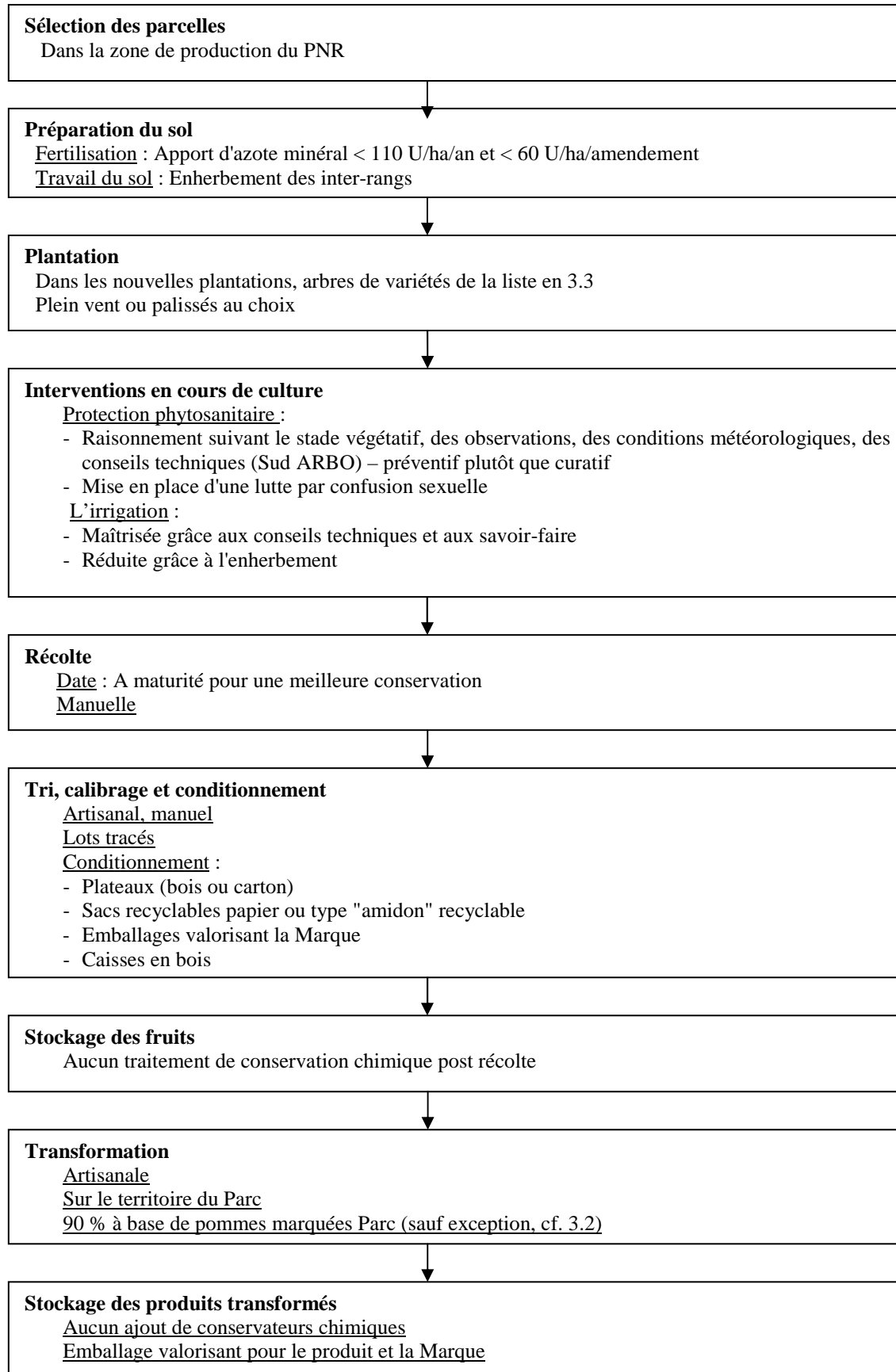
Le choix des variétés et du nombre d'arbres à planter est fait au cas par cas suivant la surface, le nombre d'arbres total à planter, les résultats des premiers essais culturaux de ces variétés, Le choix se fera d'un commun accord entre le Parc, le bénéficiaire et éventuellement la Chambre d'Agriculture du Roussillon.

Les arbres seront référencés par le Parc afin de ne pas perdre l'information sur la localisation des arbres.

Il sera mis en place, en 2008, une expérimentation de production de 15 variétés du tableau ci-dessus. 100 arbres seront plantés chez un producteur en condition réelle de culture afin d'identifier les variétés intéressantes.

Le Parc et l'association "Les Enfants de la Planète" mettront en place, dès 2008, un verger témoin afin de conserver l'ensemble des variétés qui ont été produites sur le territoire. Des animations de sensibilisation, de formation à la taille et au greffage seront réalisées. Les performances de production de ces variétés serviront aux choix des variétés pour les producteurs.

Schéma d'élaboration du produit



3.6 Un produit d'origine locale

La présente charte concerne exclusivement les activités, précisées dans la définition ci-dessus, qui ont lieu sur le territoire du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes.

Les lieux de production devront faire partie du territoire du Parc tout comme les lieux de transformation des jus de fruits et autres produits de diversification à base des pommes répondant aux exigences de cette présente charte.

Les producteurs devront tenir un registre spécifiant la localisation des parcelles ainsi que la ou les variétés cultivées sur celles-ci.

Les producteurs faisant de la transformation en jus ou autres produits de diversification devront tenir à jour un registre faisant état des quantités et des provenances (parcelles) des pommes utilisées

Les transformateurs tiennent à jour un registre faisant état des quantités et des provenances (nom des producteurs) des pommes transformées.

Seuls les lots ainsi identifiés peuvent bénéficier de la Marque.

Le marquage Parc pour un pressage ou une transformation collective est possible à condition que les différents lots de pommes répondent à la charte et proviennent de producteurs bénéficiaires de la Marque. Dans le cas contraire, c'est l'ensemble du produit transformé qui sera démarqué.

3.7 Un produit d'authenticité

Concernant l'historique de la Pomme,

Sa culture sur le Parc est riche en histoire. C'est dès le début du XX^e siècle, pendant l'entre deux guerres, que sont apparues les premières variétés de pommes cultivées à « grande échelle ». Les parcelles étaient de petites parcelles, comme c'est encore le cas aujourd'hui. Sur ce territoire de mineurs, chacun d'eux avait sa parcelle de pommiers. Des fonds de vallée étaient entièrement cultivés de la sorte.

Les premières variétés ne sont pas arrivées de façon anodine. C'est l'aviateur Maurice Bellonte, habitant Fuilla (commune du Parc), qui au retour de la première traversée de l'Atlantique Nord sans escale d'Est en Ouest en 1930 a rapporté différentes variétés de pomme du Canada. Les arbres plantés par Maurice Bellonte sont encore présents à son ancien Mas : le Mas d'En Benissac à Fuilla.

Il aurait rapporté sur le territoire du Parc la Reinette Blanche du Canada, la Reinette Grise du Canada, la Winter Banana et quelques autres variétés.

C'est les deux Reinettes, variétés rustiques, qui ont connu la plus grande production dans les années 40 – 50. La Reinette blanche du Canada représentait 70 – 80 % de la production du Conflent (cf. Annexe 1)

La deuxième variété produite sur le territoire, dans ces années là, fut la Coquette (20 – 30 % de la production). Elle était vendue au niveau local mais aussi en Algérie où elle était très appréciée. Elle représente un caractère authentique par son

origine : Sahorre (village du Parc, en Conflent, au cœur de la vallée de la Rotja – 600 m d'alt.) étant son berceau. Nous ne la retrouvons que sur le Parc, en Vallespir (vallée du Tech – département des Pyrénées Orientales) et un peu en Ariège.

Sur le territoire du Parc, des arbres des années 50, sont encore cultivés et leurs pommes commercialisées.

Deux autres variétés ont connu une commercialisation importante dès les années 50-60. La Reine des reinettes et la Golden qui ont ainsi une image traditionnelle sur notre territoire.

Il est vrai que la Golden n'arrive pas à avoir, au niveau national, une image traditionnelle du simple fait qu'elle est une variété « banale » dans les Grandes et Moyennes Surfaces. Cependant, comparée à toutes les nouvelles variétés, c'est bien une ancienne variété ; surtout avec les arbres plantés depuis plus de 30 ans.

En effet, sur le territoire du Parc la Golden est porteuse d'une image authentique. Déjà dans les années 50-60, de nombreuses parcelles étaient plantées de Golden. Les anciens voient en cette pomme leur enfance et une des productions d'antan.

D'autres variétés, rustiques, sont traditionnelles du territoire du Parc mais elles n'ont pas forcément toutes connu une grande notoriété commerciale.

Nous pouvons citer :

- La Museau de lièvre (pomme de forme conique)
- La Fenouillet gris
- La Reinette étoilée
- Le Calville Blanc
- La Winter Banana
- La pomme d'Api
- La pomme Lille
- La pomme Cire
- La "pome « pere »" (la pomme poire)
- La Reinette grise du Canada
- La Reinette Ananas
- La Court Pendu rouge
- La Reinette Clochard
- La Reinette d'Angleterre
- La Berdaguer
- La Rouge de France

Concernant l'historique de la Poire,

Elle fut cultivée en Conflent dans les années 40 – 70 par les mineurs comme c'était le cas pour la pomme.

Sur le haut plateau Cerdan à Osseja , commune proche de Saillagouse et Bourg Madame, (cf. Annexe 1) à 1 000 – 1 100 m d'altitude, la poire était cultivée par des agriculteurs, des maçons, des pharmaciens, C'était la seule production de Cerdagne à être exportée dans les années 50 – 60. La Poire d'Osseja était connue et reconnue à Paris, à Londres et en Amérique du Sud (Argentine). Elle était vue comme un produit de luxe et vendue sous l'appellation "Poire d'Osseja".

Au départ les poiriers étaient présents dans les jardins pour une consommation familiale. A partir des années 20, la Poire d'Osseja a été commercialisée. Cette production a existé jusqu'en 1961-1962. Son apogée de production fut au début des années 50. En 52-53, les Paires d'Osseja se vendaient à 120 francs le kg ; soit en tenant compte de l'inflation : 23 € le kg. Les poires étaient même parfois cueillies avec un tissu à la main pour chacune d'entre elles. A cette époque sur Osseja, il se cultivait environ 40 t de poire.

Aujourd'hui, en Cerdagne, des poiriers sont encore présents. Les fruits sont récoltés par les enfants et pressés lors de la fête des vergers ; ce travail est réalisé en collaboration avec l'association "les Enfants de la Planète" et le Parc.

Les variétés :

- La Beurré Hardy *
- La Duchesse d'Angoulême
- La Bon Curé Chrétien
- La Charles Ernest
- La Doyenne grise
- La Doyenne blanc
- La Douanier de Comice
- La Docteur Guyot
- La William **
- La Louise Bonne d'Avranches * **
- La Beurré d'Alembert **
- La Passe Crassane
- La Bon Curé williams
- La Douanier gris
- La Comice **

* variétés qui ont connu la plus importante production en Cerdagne

** variétés qui ont connu la plus importante production en Conflent

3.8 Diagramme des « Plus » Parc du Produit selon les 3 valeurs de la Marque

Territoire :

- La culture de la pomme est strictement limitée au territoire du Parc
- Les ateliers de transformations sont situés sur le territoire du Parc
- Il existe un lien local fort entre la production de la pomme, son histoire, les producteurs et le territoire

Cette production participe, ainsi, fortement à la construction de l'identité du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes.

- Lors de la vente directe et éventuellement lors de la production, les producteurs feront découvrir leur territoire et le territoire du Parc aux clients et aux visiteurs.

Environnement préservé et valorisé :

- La production de pomme participe au maintien des paysages typiques de nombreuses vallées du Parc
- La culture de la pomme permet de lutter contre la fermeture de vallées
- L'arboriculture donne un rôle économique et agricole à de nombreuses parcelles et ainsi lutte contre la pression foncière grandissante

- L'utilisation de conservateur après récolte et pour les produits transformés est proscrite
- L'altitude réduit la pression parasitaire (380 – 1 100 m)
- La lutte par confusion sexuelle est encouragée
- La fertilisation azotée minérale est limitée à 110 U/ha/an et à 60 U/ha/amendement
- Les inter-rangs ne sont pas désherbés
- Les inter-rangs sont enherbés
- L'irrigation est gérée de façon raisonnable grâce au savoir-faire, aux conseils techniques et aux connaissances du terrain

- Les bénéficiaires de la Marque participent aux programmes de plantation des variétés traditionnelles lors des nouvelles plantations
- Les arbres sont référencés pour ne pas perdre l'information

Dimension humaine :

- La production est réalisée de manière artisanale. De nombreuses étapes nécessitent la main de l'homme (taille, récolte, trie, transformation, ...)
- Pendant la récolte, une main d'œuvre saisonnière est embauchée à une période creuse de l'année. Une augmentation de production permettra une création d'emploi voire des installations de jeunes producteurs
- Lors de la vente directe et éventuellement lors de la production, les producteurs pourront faire découvrir le métier d'agriculteur et le savoir-faire de la transformation (jus, liqueur, vinaigre...) aux touristes et aux plus jeunes

Article 4 : Aspects réglementaires

Le bénéficiaire de la marque s'engage à respecter les réglementations en vigueur liées aux opérations de production, de mise en marché et d'accueil du public touchant notamment à la sécurité et à l'hygiène.

Signalisation

Le producteur s'engage à respecter la réglementation spécifique en matière de signalisation dans les Parcs (loi du 29/12/79 relative à la publicité des enseignes et pré-enseignes – chapitre 1 article 7).

Article 5 : Conditionnement des produits

Les pommes et produits transformés doivent avoir un conditionnement valorisant la Marque Parc.

Les matières non recyclables sont proscrites. Pour les fruits, des sachets à hanse ayant la mention "biodégradable" pourront être utilisés dans un souci de respect de l'environnement.

Les bouteilles sont en verre et dans la mesure du possible récupérées dans le cas de clients fidèles.

Article 6 : Etiquetage du produit et de ses emballages

6.1 Charte graphique

Les bénéficiaires s'engagent, dans le cadre de l'utilisation de la marque Parc, à respecter l'ensemble des codes arrêtés dans la charte graphique.

Ces codes seront spécifiquement déclinés, dans leurs dimensions et positionnements, selon les supports, en concertation avec le Parc (Cf. document sur les normes graphiques pour l'utilisation de la marque des Parcs sur les produits et services de Novembre 1997).

6.2 Présence du Logo

Le Logo apparaît sur tout document de promotion du produit, ET UNIQUEMENT POUR CE PRODUIT.

Chaque nouveau document de promotion sera soumis préalablement à l'avis du Parc.

Le logo pourra apparaître sur le produit selon les modalités suivantes :

Pour les pommes :

- Un autocollant collé sur les plateaux bois ou carton
- Un tampon appliqué sur les plateaux bois ou carton
- Une étiquette attachée avec un rafia ou un autre dispositif au sachet et/ou un dépliant donné à chaque client
- ...

Pour les bouteilles :

- Un autocollant collé sur la bouteille
- Une impression sur l'étiquette du bénéficiaire
- Une étiquette attachée avec un rafia ou un autre dispositif sur le col de la bouteille
- ...

Le logo devra apparaître de façon évidente et de manière à valoriser la Marque.

Article 7 : Commercialisation et circuits de distribution

Les producteurs ayant obtenus la marque s'engagent à mettre en vente leur produit dans un cadre acceptable et valorisant et ne portant pas atteinte à l'image de la Marque.

Les produits marqués sont donc distribués de la manière suivante :

- Ventes directes réalisées par les bénéficiaires au sein de l'exploitation, de la boutique, de marchés, de foires selon l'accueil présenté à l'article 8.2
- Ventes réalisées par un intermédiaire : chez d'autres producteurs, commerçants, détaillants, petites surfaces...

Dans ce cas, l'intermédiaire est capable d'apporter des informations sur le produit et sur le territoire du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes de manière orale ou par le biais de supports informationnels.

- Ventes et utilisations réalisées dans le réseau « Bistrot de Pays » du Pays Terres Romanes en Pays catalan dans lequel l'ensemble du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes est inclu. Une documentation supplémentaire est livrée à ces Bistrots de Pays en rapport avec leur volonté de faire découvrir (par la vente et la cuisine) les produits du territoire.
- Vente dans les moyennes surfaces, grandes surfaces locales (territoire du Parc, communes limitrophes) ou jugées sensibles aux produits locaux (Intermarché, ...). Une présentation valorisant le produit et originale démarque le produit au sein du magasin. Le bénéficiaire et le Parc veilleront à ce que le produit soit bien identifiable et signalé.

Dans ce cas, le produit devra être valorisé par une exposition particulière. Cette présentation mettra en valeur le territoire du Parc, le produit, l'« esprit » de la marque ; ceci par le biais d'un banner et/ou grâce à des documents mis à disposition de la clientèle.

Dans le cas, où plusieurs produits du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes bénéficient du marquage, une présentation du panel des produits marqués sera faite pour mettre encore plus en valeur les produits et l'image du Parc.

- Vente dans les autres grandes surfaces. La vente pourra y être envisagée dans les galeries marchandes durant des périodes données, préférentiellement quand plusieurs produits marqués Parc sont en production (durant une semaine en octobre par exemple, la semaine du goût, « la semaine » du Parc ...). Ces ventes dans des galeries marchandes de grandes surfaces devront faire découvrir les produits, le Parc, les valeurs de la marque Parc, ... grâce à un stand et une exposition valorisante.

La coopérative permettra donc de toucher la clientèle de la GMS et ainsi faire :

- la promotion de l'ensemble des producteurs de pomme du territoire
- découvrir la Marque Parc et les autres produits ou animation
- découvrir le territoire

Article 8 : Signalisation du produit marqué et accueil sur le lieu de production

8.1 Les enseignes et pré-enseignes

Le producteur recevant les consommateurs au lieu de production (pour dégustations, ventes,...) doit respecter la loi du 19/12/1979 relative aux enseignes et pré-enseignes, et la loi du 02/02/1995 relative à la publicité. Il signale la production marquée Parc selon les modalités suivantes :

- A l'entrée du ou des locaux destinés à la dégustation ou à la vente par une affiche présentant le logo du Parc avec la mention « Produit du Parc naturel Régional des Pyrénées catalanes » ainsi que la présence de « Pomme du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes » (ou "Poire du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes") au dessus ou au dessous du logo.
- Et/Ou à l'entrée de l'exploitation selon les mêmes conditions.
- Le support est valorisant pour le produit et pour la Marque. Il est proscrit une impression sur feuille de papier banale.

8.2 L'accueil

Le producteur veille à établir un contact convivial et personnel avec les visiteurs et les clients.

Dans la mesure du possible et en fonction des contraintes présentes, le producteur s'engage à faire découvrir ses savoir-faire et ses produits sur site.

Par un accueil personnalisé quand cela est possible (visite de l'exploitation, boutique, outil de transformation, ...), il donne aux clients les informations relatives à la région et au Parc naturel régional des Pyrénées catalanes. Il fait la promotion des autres produits ou services marqués Parc naturel régional des Pyrénées catalanes.

8.3 Le site d'accueil

Le producteur est attentif, en tenant compte des contraintes de production, à la propreté de ses locaux d'exploitation et de commercialisation, ainsi que des abords, pour avoir un accueil convenable pour le public. Il se soucie de l'intégration de ses bâtiments dans leur environnement.

Article 9 : Apports et soutiens du Parc

Outre le bénéfice du droit d'utilisation de la Marque, le Parc est aux côtés du bénéficiaire pour contribuer à son développement personnel et professionnel selon les modalités et par les moyens suivants :

9.1 Mise à disposition d'un signe de reconnaissance spécifique au produit marqué

Le Parc réalise la conception d'un panneau d'identification « Produit du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes ».

9.2 Elaboration des outils de promotion collective

Le Parc des Pyrénées catalanes prend en charge la réalisation des documents de promotion collective (dépliants, étiquettes, ...).

9.3 Mise à disposition de documents en rapport avec le territoire et ses activités

Le Parc met à disposition du bénéficiaire tous documents susceptibles d'informer la clientèle sur le Parc et ses actions, ainsi que sur la Marque et le produit.

Ces documents pourront notamment concerner les éléments du patrimoine naturel, culturel, architectural et historique du territoire.

9.4 Elaboration des outils d'audit et mise en place de la visite d'agrément

Le Parc s'engage à élaborer un référentiel d'audit pour les visites des bénéficiaires de la marque.

9.5 Accompagnement et assistance à la création de manifestations adaptées au développement des ventes des produits marqués

Chaque fois que cela sera matériellement possible, le Parc facilitera la participation aux :

- Marchés, foires ...
- Journées thématiques
- Manifestations, salons ...

9.6 Promotion des produits marqués

Le Parc s'engage, chaque fois que cela sera matériellement possible, à assurer la promotion des produits marqués via :

- Site internet
- Editions du Parc (audiovisuel, revues ...)

- Maison du Parc
- Réseau inter-Parcs
- Manifestations locales, régionales, nationales (où le Parc est présent)

9.7 Suivi de la marque

Le Parc s'engage à évaluer régulièrement les actions menées concernant le marquage des produits .Il étudiera les retombées de l'attribution de la marque pour les bénéficiaires au niveau du développement d'activités.

9.8 Conseil concernant la mise en œuvre d'une stratégie cohérente avec l'utilisation de la marque

Le Parc, avec ses partenaires, s'engage à aider l'entreprise à optimiser sa stratégie de différenciation à tous les stades où cela est nécessaire (processus de production, produit, investissement, ...).

Article 10 : Audit du produit marqué - Risques majeurs

10.1 Antériorité – agrément

Avant de pouvoir bénéficier de la marque, l'éventuel bénéficiaire doit avoir déjà réalisé une campagne de récolte afin de pouvoir juger de son système de production.

Au moins une visite préalable est effectuée pour le candidat à l'utilisation de la Marque, notamment au regard des « Plus Parc ». Le producteur devra satisfaire à une grille d'évaluation de conformité avec la charte. La visite est réalisée par un technicien du Parc, éventuellement un technicien de la Chambre d'Agriculture du Roussillon et par des bénéficiaires (2 ou 3) de la Marque *[concernant la première année, ce seront éventuellement les producteurs ayant travaillé sur le projet de marquage Parc]*.

Cet audit d'attribution portera sur les différents points abordés par le référentiel d'audit et sur le respect de la charte :

- le caractère artisanal, naturel, d'origine et d'authenticité de la production et de la conservation
- le respect de l'environnement
- l'état général de la structure (bâtiments, point de vente, lieux de stockage, ...)
- les conditions générales d'hygiène, de sécurité et de publicité.

Un rapport d'audit d'attribution est ensuite rédigé et un avis est mentionné. Si ce dernier est positif, l'attribution de la Marque au producteur est effective, après validation par le Parc. Sinon les ajustements à faire sont présentés, sous forme de conseils, au demandeur pour qu'il puisse réagir en conséquence et améliorer son système.

Cette visite pourra être renouvelée ultérieurement, en cas de problèmes constatés à la suite de contrôles réalisés.

10.2 Audits

Le Parc veille au respect de la Charte de la Marque. Pour cela, un processus d'audit - conseil est mis en place.

Un référentiel d'audit est élaboré et sera utilisé dès la visite d'agrément.

Les audits peuvent concerner le produit, l'accueil au point de vente, les bâtiments Ils portent sur un référentiel élaboré et utilisé dès la visite d'agrément.

Le plan de contrôle portera notamment sur :

- le respect de la Charte
- la mise en œuvre des moyens nécessaires au respect de cette Charte
- l'exploitation des retours d'opinion émanant du public visiteur ou consommateur

Selon les usages de la profession, 20% des bénéficiaires de la Marque Parc sont audités chaque année (par techniciens du Parc, éventuellement de la Chambre et 1, 2 ou 3 producteurs bénéficiant de la Marque)

Le producteur accepte que le Parc puisse compléter ces contrôles. Le Parc pourra donc réaliser des audits supplémentaires chez tous les bénéficiaires, afin de conseiller et d'améliorer le système :

- Visites inopinées sur sites sans préavis
- Enquêtes à propos de la satisfaction des clients (accueil, produit,...)
- Audits sur les lieux de ventes
- Audits sur le produit emballé
- Prélèvement d'échantillons pour analyses

Le Parc veille donc à ce que tous les produits marqués répondent aux exigences de la Marque et que l'ensemble des bénéficiaires respecte bien la charte.

Le Parc veillera à ce que les produits bénéficiant de la Marque restent similaires et conformes à la Charte pour l'ensemble des bénéficiaires.

10.3 Tenue d'un registre de contrôle

Le producteur doit disposer, tenir à jour et à disposition les pièces suivantes :

- grilles d'évaluation des audits
- résultats des analyses et examens
- spécimens des étiquettes et emballages marqués Parc

- dossiers techniques en rapport avec le système de production (intrants, date, doses, ...)
- parcellaire (surface, lieux et variétés produites)

10.4 Risques majeurs

Le producteur bénéficiant de la Marque reconnaît au Parc un droit inaliénable de protection de sa Marque, et par là même de protection des intérêts des autres producteurs qui l'utilisent, tant sur le territoire que sur les territoires des autres Parcs naturels régionaux.

Certaines éventualités, qualifiées d'extrêmes, constituent des risques majeurs pour la Marque (et donc pour les producteurs qui en bénéficient dans toute la France, notamment en terme d'image, de respect des promesses et de crédibilité).

Il s'agit, dans le cas du produit pour lequel le producteur est bénéficiaire du droit d'utilisation de la Marque, des éventualités suivantes :

- non respect de la réglementation pouvant engager la santé du consommateur
- non respect de la réglementation pouvant exposer les visiteurs à des risques en rapport avec la sécurité des personnes
- non respect de la réglementation relative aux conditions du travail pouvant constituer un danger au regard de la sécurité des personnels éventuellement employés par le producteur
- détérioration manifeste de l'environnement au lieu de production
- utilisation frauduleuse de la Marque Parc ou confusion entretenue délibérément entre produits marqués et d'autres ne pouvant en bénéficier.

Article 11 : Conditions financières d'octroi de la marque

Conformément à l'article 13 du règlement général de la Marque, les droits d'utilisation de la Marque sont définis dans la convention d'utilisation signée entre le Parc et chaque producteur.

Les modalités financières sont prises en charge par le producteur sauf mesures particulières du Parc qui pourra dans certains cas participer au financement.

Article 12 : Délais de la Charte

La Charte pourra éventuellement évoluer, selon la procédure à mettre en place, en fonction des modifications apportées sur l'ensemble du processus de production et de commercialisation.

