

## Economie | Agroalimentaire: la marque "Produit en Nouvelle-Aquitaine" veut "transformer l'essai"



Après Niort, Pessac (son siège) et Brive, c'est dans les Landes, que l'ARIA (Association Régionale des Industries Agroalimentaires) Nouvelle-Aquitaine a présenté son programme pour 2020. L'occasion pour son Président Laurent Dulau et sa déléguée générale Véronique Hucault, de revenir sur la priorité de l'association qu'est le développement « pérenne et durable » des entreprises agroalimentaires régionales via notamment la récente marque « Produit en Nouvelle-Aquitaine ». Après son lancement en 2019, les principaux challenges 2020 sont la mise en place d'un référentiel qualité unique de cette marque auprès de l'ensemble des grandes surfaces, mais aussi de parvenir à valoriser la matière première locale des produits référencés, en partenariat avec le monde agricole. Le président des JA Nouvelle-Aquitaine, Jonathan Lalondrelle était d'ailleurs présent lors de cette réunion.

« Aujourd'hui il y a un vrai problème de foodbashing et d'agribashing. Et face à cela, pour les agriculteurs et les transformateurs, il y a un véritable défi : faire en sorte de pouvoir garantir au citoyen une alimentation saine, sûre et durable, tant pour la planète que pour les collaborateurs de l'entreprise, qu'envers le monde animal ». C'est sur ces mots que Laurent Dulau, Président de l'ARIA Nouvelle-Aquitaine (et par ailleurs Directeur général de Sturgeon - production de caviar) a ouvert la réunion montoise. Un constat qui justifie le choix de l'association régionale d'avoir fait de la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE), l'étendard de l'association et de ses membres adhérents.

### Une marque "dans l'esprit de la loi Egalim"

Si l'ARIA a pour rôle souligne son président de représenter les intérêts du secteur industriel de l'agroalimentaire de Nouvelle-Aquitaine tant au niveau régional que national, et de contribuer à leur développement par toute une gamme de services, une des oeuvres fortes de l'ARIA NA est la création courant 2019 de la marque *Produit en Nouvelle-Aquitaine*. Une marque collective qui vient, après agrément par un organisme tiers, garantir à la fois « la fabrication des produits en région Nouvelle-Aquitaine, mais aussi la sécurité alimentaire à travers une démarche de qualité contrôlée sur les productions agréées et enfin, des engagements environnementaux, sociaux et sociétaux », le tout dans une démarche de progrès pour les entreprises adhérentes.

Au total, cette marque vient garantir le lieu de transformation des produits, leur sécurité sanitaire tout en valorisant

les entreprises, actrices d'une économie locale vertueuse. Autant dire des entreprises qui assurent « le maintien de l'emploi et de la compétitivité sur le territoire », synthétise Véronique Hucault. « En ce sens on est tout à fait dans l'esprit de la loi Egalim », souligne-elle. Et pour cause, *Produit en Nouvelle-Aquitaine* a été conçue et mise œuvre après les Etats généraux de l'alimentation, ajoutez-elle.

## Un accord signé avec Auchan

Pour l'heure 63 entreprises ont adhéré à la marque et 33 sont effectivement agréées, l'objectif est d'atteindre la centaine. Depuis moins d'un an qu'existe la marque, le travail de l'association a porté sur la reconnaissance de cette marque collective par les grandes surfaces. Et le travail commence à payer : un accord a été signé avec Auchan. Selon ce partenariat, toutes les entreprises agréées *Produit en Nouvelle-Aquitaine* n'ont plus besoin de passer d'audit pour la commercialisation de leurs produits par l'enseigne.

Mais désormais, l'ARIA vise plus loin et souhaite « transformer l'essai » avec, au programme de 2020, la construction d'un référentiel multi-enseigne unique. « C'est une suggestion qui nous a été faite par les responsables qualité de Leclerc. Ca signifierait que les entreprises régionales de la marque n'auraient plus d'audit à passer pour que leurs gammes et produits soient référencés par l'ensemble des enseignes », explique la déléguée générale de l'ARIA Nouvelle-Aquitaine ». Autant dire un sacré atout pour ces entreprises, qui n'auraient plus à montrer patte blanche à chaque nouveau référencement en GMS. Côté grandes surfaces justement, cela démontre que « les process qualité montent en puissance », glisse Véronique Hucault, et que par conséquent la démarche de l'ARIA N-A répond non seulement aux attentes des consommateurs en terme de transparence, mais aussi à celles des grands distributeurs qui sont l'air de rien eux aussi à l'écoute des attentes de leurs clients.

Et la question d'un référentiel qualité spécifique à la restauration hors domicile, « qui est plus compliqué que pour la GMS », précise la Déléguée générale, est aussi dans les tuyaux pour l'année qui démarre.

## Le casse-tête de l'origine de la matière première

Mais toujours dans le sens de plus de transparence, un deuxième grand défi attend la marque *Produit en Nouvelle-Aquitaine* pour cette année 2020 : parvenir à l'intégration de l'origine de la matière première au sein du cahier des charges. « En effet, si nous ARIA nous savons que 80% des matières premières de nos entreprises sont issues de produits locaux, il n'y a pas d'outils de contrôle lié à l'obtention de l'agrément », décrit la déléguée générale.

« Pour l'heure nous sommes sur un travail de recensement. Et il y a des filières où il y a beaucoup de travail à faire, soit parce que la production locale n'est pas adaptée aux besoins ou aux prix des industriels que nous sommes, soit parce qu'il y a des filières, où par définition, il n'y a pas de ressources locales. C'est notamment le cas des filières café ou chocolat qui sont très importantes en Nouvelle-Aquitaine ». Alors, « est-ce vraiment pertinents de poser les mêmes critères d'origine pour tout le monde...? » s'interroge en effet, Véronique Hucault. Une question qui suggère au final une nécessaire segmentation selon les filières. « Nous y réfléchissons, mais c'est sans doute, ce vers quoi nous allons ».

Mais, pour d'autres filières où la matière première existe ou pourrait exister localement, « ça suggère aussi un travail collectif à mettre en place pour accorder au mieux production locale, et besoins des industriels et pour que les distributeurs, qui sont aussi intéressés par l'idée, eux aussi jouent le jeu » poursuit la directrice. Une discussion nécessairement à trois voix donc, car, comme elle le rappelle, « le but est de maintenir de la richesse sur le territoire d'un bout à l'autre de la chaîne, en se demandant toujours si c'est le plus pertinent pour l'ensemble des acteurs, et notamment sur le territoire, agriculteurs et transformateurs, que toute la matière première soit produite ici » insiste-t-elle avant d'illustrer son propos : « Objectivement un poulet des Landes élevé en plein air, n'est pas le produit idéal pour un industriel qui réalise des bocaux de cuisses de poulet basquaise, tant en terme de taille que de prix. »

## "Les industriels ont besoin que le monde agricole se transforme"

Connaître les besoins des industriels, c'est bien une des raisons de la présence de Jonathan Lalondrelle, président des Jeunes Agriculteurs Nouvelle-Aquitaine, à cette réunion de l'ARIA. « Si le monde agricole ne fournit que très peu les industriels et la restauration hors domicile, c'est certes pour une question de coûts de production mais aussi parce qu'il n'offre pas de produits adaptés à ces marchés... C'est aussi ce qui explique pourquoi on importe beaucoup de produits agricoles et notamment de viandes, parce qu'en France, et localement on ne peut pas fournir. Les industries agroalimentaires ont besoin que le monde agricole se transforme. », reconnaît-il volontiers. Mais pas sans condition.

« Le monde agricole a, rappelle-t-il, déjà beaucoup travaillé sur la question de l'origine des produits, et notamment Nouvelle-Aquitaine où quasiment toutes les productions sont sous Signe de qualité et d'origine ». C'est donc avoué-t-il avec un brin d'inquiétude qu'il regarde l'initiative de l'ARIA autour de sa marque *Produit en Nouvelle-Aquitaine*. « Nous avons besoin d'engagement de leur part pour que ce travail sur l'origine qui a été réalisé par les filières et les agriculteurs soit respecté ». Un respect en terme de transparence de l'origine des produits... mais aussi un respect demandé quant à l'incidence sur le revenu des agriculteurs.

En d'autres termes si des rencontres ont déjà eu lieu entre syndicats majoritaires (FNSEA et JA), l'ARIA et les enseignes, elles vont se poursuivre cette année promet-on de part et d'autre. En cas de succès, "l'initiative ferait de la Nouvelle-Aquitaine, un véritable chef de file sur ce genre de projet", se satisfait Véronique Hucault.



Solène Méric

Crédit Photo : Aqui.fr

