

Politique | Circuits-courts : la Charente-Maritime estampille ses produits locaux



Après quatre ans d'études et de prospection, le Département de la Charente-Maritime a lancé fin octobre sa marque + de 17 dans l'Assiette. L'objectif est de permettre au consommateur d'identifier les produits cultivés et transformés localement. Au-delà de cette visibilité, la démarche de la Charente-Maritime vise à développer les circuits-courts et à faire monter en puissance certaines filières de production, pour répondre à une demande croissante des particuliers mais aussi de la restauration. Rencontre avec Françoise de Roffignac, vice-présidente en charge de l'agriculture au Département.

@qui! : Bien avant la marque, le logo + de 17 dans l'Assiette avait été lancé en juin 2018, à l'occasion des Journées Aliments et Santé à La Rochelle. Qu'apporte de plus le lancement de cette marque aujourd'hui ?

Françoise de Roffignac : A l'époque, on avait publié le logo dans l'objectif de fédérer des agriculteurs et des transformateurs pour aller vers la création d'une marque. On avait commencé dès 2017 à faire la promotion des produits locaux dans les collèges auprès des élèves, avec des repas dédiés. En 2019, nous avons réalisé une enquête auprès des consommateurs sur 4 mois, pour savoir ce qu'attendait le grand public d'une marque « + de 17 dans l'Assiette ». Un millier de personnes ont participé. La réponse majoritaire qui s'est dégagée, c'est que les consommateurs attendent des produits locaux, de saisons, avec le moins d'intrants possibles durant leur production. En parallèle, le Département a continué à accompagner les jeunes à s'installer, avec une aide de 5000€. En trois ans, on en a accompagné une cinquantaine, dont un tiers en bio. Ce qui est plutôt positif car on sent que tous ces nouveaux agriculteurs sont globalement en adéquation avec les demandes des consommateurs. On s'est servi de tous ces retours pour rédiger une charte encadrant la marque, en partenariat avec la Chambre d'agriculture. Ça a pris du temps pour la rédiger car je voulais vraiment qu'on s'appuie sur des critères précis, sur lesquels les consommateurs comme les agriculteurs pourraient se retrouver."

@! : Quels sont ses critères ?

F. de R.: Les produits doivent provenir d'une ferme de Charente-Maritime. S'ils sont transformés, comme les plats cuisinés ou les conserves, ils doivent être réalisés à la ferme ou en Charente-Maritime, avec au moins trois quart de produits locaux. Les autres ingrédients sont obligatoirement d'origine France (à l'exception des ingrédients ne

pouvant être produits en métropole, comme le chocolat). Concernant la localisation, nous avons défini avec la Chambre d'agriculture un périmètre départemental, qui inclut certaines fermes localisées en Charente-Maritime mais ayant des terres à cheval entre le 17 et un département limitrophe. Il n'y a pas de restrictions sur les cultures. La Charente-Maritime a l'avantage d'avoir une belle diversité de productions, des céréales au miel, en passant par l'élevage. Pour l'instant, nous n'avons pas encore inclus les produits de la mer, car il est difficile d'établir une traçabilité pour la pêche. On est en recherche d'interlocuteurs capables de nous proposer des critères qui nous permettraient d'assurer aux consommateurs que c'est bien du local. Pour les huîtres, par exemple, jusqu'à présent elles peuvent très bien être vendues en étant « estampillée » de Charente-Maritime et avoir grandi ailleurs. On est en discussion avec le Comité régionale de la conchyliculture. Il faut notamment voir si la filière a envie de ce type de marque et si elle est prête à jouer le jeu. On pense que ça pourrait être intéressant notamment pour les conchyliculteurs qui font d'autres coquillages et crustacés en plus des huîtres.

Un réseau de partenaires

@! : Le respect de la saison est-il un des critères ?

F. de R.: C'est un critère induit, car même en ayant des serres, a priori il y a certaines cultures qu'on ne peut pas avoir en local à certaines saisons. On a par exemple refusé un dossier d'attribution à un producteur de fruits et de légumes qui produit notamment des tomates à la belle saison. Celles-ci ont du succès, mais pour répondre à la demande de sa clientèle, qui en veut toute l'année, il en fait venir de l'extérieur à la saison froide. C'est typiquement ce qu'on veut éviter.

@! : Quels sont les moyens mis en oeuvre pour vérifier la provenance des produits ?

F. de R.: Contrairement à une certification type AB ou Label Rouge, nous ne pouvons pas envoyer une personne dans chaque ferme pour vérifier ses modes de production. Nous comptons sur un réseau de partenaires dans chaque localité, qui connaît bien son territoire et les producteurs, et qui est en capacité de nous dire si tel ou tel producteur fonctionne bien en local ou non. Ces choses là se savent vite dans le milieu. Par ailleurs, certains consommateurs nous ont demandé si la marque garantissait un produit sans pesticide. Ce n'est pas le cas. L'objectif n'est pas de certifier des techniques de production mais de s'assurer que c'est bien cultivé et fabriqué localement. C'est au consommateur d'aller voir ensuite le producteur s'il a des interrogations sur le mode de culture. Tout le monde ne cherche pas la même chose à travers le produit local : certains veulent du pas cher, d'autres du bio, etc.



@! : Quelle est la procédure pour les producteurs qui veulent bénéficier du logo + de 17 dans l'Assiette ?

F. de R.: Il faut remplir un dossier que l'on trouve sur le site du département et nous le renvoyer. La commission d'attribution se réunit régulièrement pour statuer. Celle-ci se compose de représentants des différentes instances susceptibles de nous apporter leur lumière : la Chambre d'agriculture, qui connaît bien ses producteurs ; la Chambre des Métiers, qui nous apporte son expertise sur les produits transformés ; la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui nous éclaire sur les moyens de vérifications de l'origine des produits. A savoir : la marque fonctionne par produit et non par ferme car une exploitation peut tout à fait commercialiser un produit 100% local et pas le reste. Le dépôt du dossier est gratuit, ainsi que l'utilisation du logo. A charge au bénéficiaire de faire imprimer une pancarte et des autos-collants

estampillés s'il en a envie.

Un atelier de transformation collectif en projet

@! : La marque compte aujourd'hui 307 produits pour 34 producteurs. Quel objectif vous êtes vous fixé ?

F. de R.: On espère arriver à 1000 produits et 100 producteurs d'ici un an. Grâce à cette mise en valeur, on espère inciter certains à augmenter leur production. La demande des consommateurs ne fait que croître. Les restaurateurs notamment, sont de plus en plus demandeurs, ainsi que les collectivités locales pour leur restauration collective (cantine scolaire, EHPAD).

@! : En 2018, une enquête menée par le Département en 2016-2017 avait justement révélé un vrai besoin des collectivités en matière de produits locaux. Elles soulevaient également une difficulté à se fournir en quantité de façon régulière, ainsi qu'en produits transformés, ou du moins préparés, comme des légumes épluchés. Où en sont les avancées sur ces points ?

F.de R.: Le Département a accompagné la création de plusieurs ateliers de transformation individuels, pour des productions type miels, confitures et conserves. C'est un début, et on mène un gros travail avec la Région là dessus. Pour les ateliers de transformation collectifs, qui pourraient servir à plusieurs exploitants, c'est en cours mais c'est plus compliqué. Nous accompagnons actuellement un projet de ce type en Saintonge Romane, qui rassemblerait une dizaine de producteurs. Le dossier est en cours d'examen à la Région. Si elle apporte son soutien financier, nous pourrions également accompagner le projet. Il pourrait aboutir d'ici un an, peut-être un an et demi avec les difficultés liées au Covid.

[Voir la liste des produits estampillés + de 17 dans l'Assiette](#)

[Découvrir la plateforme d'appels d'offres entre collectivités et producteurs de Charente-Maritime](#)

Anne-Lise Durif

*Crédit Photo : Anne-Lise Durif
Publié sur aqui.fr le 06/11/2020
[Url de cet article](#)*