

Economie | Deux régions, une bannière : le Sud-Ouest au Salon International de l'Agroalimentaire



Au Salon international de l'alimentation (SIAL) de Paris Villepinte, 44 exposants venus des régions Aquitaine et Midi-Pyrénées sont réunis pour la première fois sous une seule et même bannière, celle de Sud-Ouest France. L'avènement d'une nouvelle identité accompagnée d'une garantie de qualité des produits issus des deux territoires.

Lancée en février dernier à l'occasion du Salon international de l'agriculture à Paris, la bannière Sud-Ouest France se voit définitivement portée sur les fonts baptismaux avec la nouvelle édition du SIAL. L'objectif : mutualiser les moyens pour assurer une meilleure promotion et visibilité des produits du Sud-Ouest.

Des notoriétés gastronomiques jumelles « Nous sommes trop semblables et complémentaires pour ne pas travailler main dans la main », observe Vincent Labarthe, vice-président de la région Midi-Pyrénées. « Il n'existe pas de notoriété gastronomique qui se rattacherait plus à une région qu'à l'autre, ajoute Jean-Pierre Raynaud son homologue aquitain. Il était donc d'autant plus pertinent de mettre en place un label, une bannière qui ferait office d'un vecteur commun d'identification et nous permettrait d'être plus visibles ensemble ».



Du local et encore du local Cette nouvelle bannière ne se résume pas uniquement à une campagne

de promotion commune. Sud Ouest France se veut aussi le signe garant de produits de qualité, veillant à l'origine locale des matières premières et une fabrication respectant un cahier des charges précis soumis à un contrôle régulier. « On tient beaucoup à une démarche de progrès tendant vers une économie territorialisée, souligne Vincent Labarthe. Si on prend l'exemple de la fabrication du quatre quarts des Pyrénées, le beurre vient de Bretagne, les œufs de Picardie et seulement la farine vient de chez nous. Ce n'est pas normal. Il faut qu'on puisse fabriquer en puisant au maximum dans nos ressources locales ». Les chocolatiers peuvent tout de même dormir tranquilles. Des dérogations sont prévues. Quant aux contrôles, les produits bénéficiant déjà de signes officiels de qualité en seront naturellement exemptés et pourront intégrer automatiquement la bannière Sud Ouest France.

Le Sud-Ouest en Chine A peine lancée dans l'Hexagone, Sud Ouest France pense déjà à la conquête des consommateurs étrangers. La première Maison Sud Ouest France devrait voir le jour en Chine à Wuhan (11 millions d'habitants) dans la province de Hubei (70 millions) dès l'année prochaine. Un choix pas anodin, la ville et sa province étant respectivement jumelées à Bordeaux et l'Aquitaine. « La Chine est un marché émergent et dynamique avec un vivier important de consommateurs potentiels qui apprécient beaucoup le vin. Il était bien nécessaire de saisir cette opportunité », explique Jean-Pierre Raynaud. « Si on veut exister et faire vivre nos producteurs il faut conquérir de nouvelles parts de marché. La Chine en est une », renchérit Vincent Labarthe.

Pour les producteurs souhaitant rejoindre la nouvelle bannière, les demandes de référencement débuteront lundi prochain. L'adhésion sera gratuite pour tous les produits détenteurs d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO).



Piotr CZARZASTY

Crédit Photo : aqui.fr

Publié sur aqui.fr le 24/10/2012

[Url de cet article](#)