



CHARTRE DE LA MARQUE DES POMMES DE TERRE DU PARC NATUREL REGIONAL DU QUEYRAS

*La marque "Produit du Parc" est un
"outil qui doit rendre service à la fois au territoire et au producteur".*

*Parc naturel régional du Queyras
Maison du Parc – 05 350 ARVIEUX
Tél : 04.92.46.88.20 - Fax : 04.92.46.88.29*

Sommaire

PREAMBULE	3
ARTICLE 1 - OBJECTIFS DE LA CHARTE DE LA MARQUE.....	6
ARTICLE 2 - DESIGNATION DES PRODUITS.....	6
ARTICLE 3 - PRE-REQUIS : ASPECTS REGLEMENTAIRES.....	7
ARTICLE 4 - LES "PLUS PARC" DES PRODUITS.....	7
4.1 – TERRITOIRE	7
<i>CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT DU TERRITOIRE ET PARTICIPATION A LA CONSTRUCTION DE SON IDENTITE</i>	7
<i>Valeur locale et historique de la production</i>	7
<i>Localisation de la production</i>	8
<i>Origine des semences</i>	8
<i>Variétés</i>	8
<i>Organisation en filière locale</i>	8
<i>Communication différenciée</i>	8
PARTICIPATION AU RENFORCEMENT DE L'IDENTITE DU TERRITOIRE.....	8
4.2. ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ ET VALORISÉ	9
<i>CONTRIBUTION AUX ENJEUX DE GESTION DE L'ESPACE, DE PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT, D'INTEGRATION PAYSAGERE</i>	9
<i>Traçabilité</i>	9
<i>Entretien des éléments paysagers, pratiques favorables au territoire</i>	10
<i>Limitation des pollutions</i>	10
IRRIGATION.....	10
<i>MARGE DE PROGRES</i>	10
4.3. DIMENSION HUMAINE	11
<i>DEVELOPPEMENT MAITRISE PAR L'HOMME ET CONTRIBUTION A DES ENJEUX SOCIAUX</i>	11
<i>Savoir-faire maîtrisé par l'homme</i>	11
<i>Démarche construite avec les acteurs</i>	11
<i>Instauration de relations privilégiées avec le public et son entourage</i>	11
ARTICLE 5 - CONDITIONNEMENT ET COMMERCIALISATION.....	12
5.1. ETIQUETAGE	12
5.2. ACCUEIL SUR LE LIEU DE PRODUCTION	13
<i>Enseignes et pré-enseignes</i>	13
<i>Promotion du territoire du Parc naturel régional du Queyras</i>	13
5.3. LA COMMERCIALISATION	13
<i>La vente directe</i>	13
<i>L'approvisionnement des restaurateurs locaux (restaurants, hôtels, gîtes, refuges et centres de vacances)</i>	13
<i>La vente en circuit court</i>	14
ARTICLE 6 - APPORTS ET SOUTIEN DU PARC	14
6.1. ACCUEIL SUR LIEU DE PRODUCTION	14
6.2. DOCUMENTS DE PROMOTION	14
6.3. MODES DE PROMOTION	14
6.4. ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE, EN COLLABORATION AVEC LES ORGANISMES PROFESSIONNELS, TECHNIQUES ET DE DEVELOPPEMENT	15
6.5. ÉVALUATION DE L'IMPACT DE LA MARQUE	15
ARTICLE 7 - AUDIT - SUIVI	15
7.1. ANTERIORITE - AGREMENT	15
7.2. AUDIT ET SUIVI	16
<i>Contrôles réglementaires</i>	16
<i>Audit spécifique à la marque</i>	16
<i>Suivi</i>	16
7.3. TENUE D'UN REGISTRE D'AUDIT	16
7.4. SANCTIONS	16
ARTICLE 8 - CONDITIONS TECHNIQUES ET FINANCIERES D'OCTROI DE LA MARQUE.....	17
ARTICLE 9 - DELAI DE LA CHARTE DE LA MARQUE.....	17
ANNEXES	18



Préambule

Présentation du Parc naturel régional du Queyras

Un Parc naturel régional est un territoire de qualité qui a conservé un patrimoine naturel, culturel et paysager de grande valeur.

A travers la signature de la Charte du Parc naturel régional du Queyras en 1997, les communes d'Abriès, Aiguilles, Arvieux, Château-Ville Vieille, Ceillac, Eygliers, Guillestre, Molines en Queyras, Ristolas, Saint-Véran, Vars, et la Région Provence Alpes Côte d'Azur se sont engagées à mettre en œuvre, sur une période de dix ans, une stratégie de développement économique et social, basée sur la protection et la mise en valeur du patrimoine. Ceci repose sur une coopération entre différents partenaires (la Région PACA, le Département des Hautes-Alpes, les communes et leurs groupements, les organismes consulaires).

Un Parc naturel régional a pour objet :

- de protéger le patrimoine à travers notamment une gestion adaptée des milieux naturels,
- de participer à l'aménagement du territoire,
- de contribuer au développement économique, social, culturel et à la qualité de la vie,
- d'assurer l'accueil, l'éducation et l'information du public,
- de réaliser des actions expérimentales dans les domaines cités ci-dessus et de contribuer à des programmes de recherche.

Caractéristiques du Parc naturel régional du Queyras :

- création en 1977
- superficie : 660 km²
- 8 communes entièrement incluses dans le Parc et 3 partiellement
- 2440 habitants en 1999

Annexe 1 : Charte du Parc naturel régional du Queyras

Présentation de la marque "Produit du Parc naturel régional ... "

La marque "Produit du Parc..." et son emblème figuratif constituent une **marque collective**, propriété du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable, et déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle. Ce n'est pas une marque de certification. Chaque Parc est gestionnaire de sa marque et peut l'attribuer à des produits ou services selon des critères spécifiques en rapport avec l'activité économique présente sur son territoire et ses objectifs de protection et valorisation du patrimoine, d'accueil et d'information du public, sous réserve de la validation de la charte de la marque par la commission marque de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France.

La marque a pour objectif de valoriser des productions issues du terroir qui présentent des "plus" et des "différences" par rapport aux offres commerciales standard, et qui répondent à une logique de développement durable.

Les produits agricoles et agro-alimentaires notamment, issus et transformés sur le territoire du Parc, sous réserve que leurs composants de base proviennent pour l'essentiel de ce même territoire, peuvent bénéficier de la marque.

L'attribution de la marque "Produit du Parc" à un produit du territoire est précédée par l'élaboration d'une **charte de la marque** et de la signature d'une **convention d'utilisation entre le bénéficiaire et le Parc**.

La charte de la marque est un document établi après concertation et accord de la filière concernée et de son ou ses organisations.

Pour bénéficier de la marque Produit du Parc, un produit doit nécessairement décliner **les trois critères essentiels associés aux Parcs naturels régionaux** :

- le TERRITOIRE : contribution au développement du territoire et à la construction de son identité
- l'ENVIRONNEMENT PRESERVE : contribution aux enjeux de gestion de l'espace, de préservation de patrimoine naturel et d'intégration paysagère
- la DIMENSION HUMAINE : développement maîtrisé par l'homme et contribution à des enjeux sociaux

La charte de la marque traduit essentiellement ces trois valeurs fortes correspondant aux **"Plus Parc"** par rapport aux standards de la profession et aux aspects réglementaires. Elle doit également préciser la liste des éléments liés à la promotion et à la commercialisation du produit, les procédures d'audit et la politique de sanction.

La convention d'utilisation de la marque est avant tout un engagement mutuel passé pour trois ans renouvelable entre chaque producteur et le Parc. Elle précise les modalités de contrôle du respect de la charte de la marque, les clauses financières, la nature des engagements pris par le bénéficiaire et par le Parc en matière d'accompagnement.

La production de pomme de terre dans le Parc naturel régional du Queyras

Au début du siècle dernier, la pomme de terre constituait encore l'aliment de base des hommes, et parfois des animaux, pendant tout l'hiver. Chacun la cultivait alors pour la consommation familiale. Ceci se poursuit encore de nos jours, où seule une poignée d'agriculteurs la produit à des fins commerciales. Il s'agit donc d'une filière ancienne mais qui n'a jamais été structurée.

Les semences traditionnelles ont malheureusement été perdues depuis une quarantaine d'années. Dans tout le Queyras, était cultivée une pomme de terre à épiderme jaune et une pomme de terre rouge, de grosse taille. Il y a bien longtemps, on cultivait aussi une pomme de terre bleue ou violette de très grosse taille et à la saveur excellente, dont on n'a pas retrouvé de trace¹.

Cette culture dispose dans le Queyras d'un certain nombre d'atouts dont une terre légère et la présence réduite de parasites grâce à l'altitude. Elle arrive sur le marché en fin de saison (pommes de terre "nouvelles" en août). Pour tirer le meilleur parti de conditions naturelles souvent rudes, les producteurs recherchent des variétés précoces, dont la vitesse de croissance autorise une plantation tardive.

Le territoire du Parc naturel régional du Queyras n'échappe pas au phénomène de déprise agricole, particulièrement marqué en zone de montagne et conséquence des difficultés économiques des filières d'élevage et du vieillissement relatif de la population agricole. Celle-ci compte une soixantaine d'agriculteurs représentant seulement 3% de la population totale du territoire.

Dans ce contexte, le Parc naturel régional s'est engagé à maintenir et encourager l'agriculture sur son territoire² en développant notamment une stratégie d'appui à la diversification par les productions végétales. La valorisation de certaines de ces productions par la mise en place d'une marque reconnue associée aux valeurs des parcs naturels régionaux est une des actions contribuant à cet objectif.

C'est ainsi qu'à la demande de producteurs actuels de pomme de terre dans le Queyras, de personnes ayant des projets d'installation ou de diversification avec ce légume, et de restaurateurs désireux de structurer et mieux valoriser la production locale, le Parc naturel régional du Queyras a mené une opération de mise en place de la "marque Produit du Parc" sur les pommes de terre produites sur son territoire.

¹ Extrait du rapport du Parc National des Ecrins sur "les variétés traditionnelles de plantes cultivées dans le PNE", cas du Queyras (p36-59), MF Lagarde, P Marchenay, 1985

² Extraits de la Charte du Parc naturel régional du Queyras, décret du 14/04/97 :

- Chapitre VI, article 16 : « soutien à la vie locale permanente », article 16.1 : « ... Il apportera son soutien à toute initiative de la profession concernant la recherche et la création de production ou de produits nouveaux, l'établissement de circuits commerciaux et la formation correspondante (plantes médicinales, maraîchage, petits fruits,...) ».

- Les produits marqués doivent au minimum être en cohérence avec les objectifs agricoles et environnementaux de la charte du Parc (art 13.1 : entretien / réhabilitation de paysages menacés; art 13.3.2 : lutte contre la déprise ; encouragement vers des démarches contractuelles agri-environnementales) ainsi qu'avec les objectifs généraux.

Article 1 – Objectifs de la Charte de la Marque

La présente charte de la marque s'applique à la production et à la mise sur le marché de pommes de terre telles que définies ci-après et **produites dans l'aire géographique du Parc naturel régional du Queyras**.

Cette charte fixe les conditions indispensables à l'octroi de la **marque "Produit du Parc naturel régional du Queyras"** ainsi que son utilisation sur tous les supports de promotion et de commercialisation réalisés par les bénéficiaires.

Pour les producteurs, il s'agit de :

- se distinguer des pommes de terre actuellement sur le marché par des critères associés aux 3 valeurs des parcs naturels régionaux (territoire, environnement préservé et dimension humaine),
- valoriser et développer leur production,
- faire connaître une culture qui fait partie du patrimoine local.

Pour le Parc naturel régional du Queyras, l'objectif est de :

- promouvoir la diversification par la filière végétale, dans le but de compléter le revenu des agriculteurs et de favoriser l'installation de jeunes actifs,
- soutenir une activité agricole qui participe au développement du territoire,
- structurer la filière pomme de terre et développer la valorisation locale (lien avec les restaurateurs notamment),
- maintenir la qualité des paysages agricoles,
- communiquer sur une activité du territoire.

Article 2 – Désignation des produits

Le Parc naturel régional du Queyras accepte de soutenir, par le droit d'utilisation de sa marque, la culture des pommes de terre de diverses variétés produites sur son territoire.

Annexe 2: Production de la pomme de terre, techniques et conseils

Article 3 – Pré-requis : aspects réglementaires

La marque Parc s'adressant uniquement aux agriculteurs, les bénéficiaires de cette marque **doivent être immatriculés auprès de la MSA, régime AMEXA, au titre d'agriculteur** (titre principal ou secondaire).

Pour bénéficier de la marque du Parc naturel régional du Queyras, les modes de production et de commercialisation doivent respecter la réglementation en vigueur.

Annexe 3 : textes de référence

Tout agriculteur adhérant à la marque Parc doit respecter le règlement 796/2004 lié à l'Eco-conditionnalité des aides, ainsi que l'intégralité des textes transposant l'application de ce règlement en droit français ; et ce sur **l'intégralité de son exploitation**. Il s'agit des 19 Directives (Environnement ; Santé Publique, des animaux et des végétaux ; Bien-être des animaux), des "Bonnes Conditions Agri-Environnementales", et du Maintien des pâturages permanents.

Tout agriculteur sanctionné sur ce point verra son dossier réétudié par la Commission Marque chargée de l'agrément.

Cette Charte de la marque étant liée à la Charte du Parc naturel régional du Queyras, les bénéficiaires s'engagent à respecter cette dernière.

Ils s'engagent à respecter la réglementation spécifique en matière de signalisation dans les Parcs.

Article 4 – Les "plus parc" des produits

Les "plus parcs" sont déclinés comme étant les valeurs majeures de la présente charte et font apparaître certains points en **marge de progrès**.

Un suivi de ces marges de progrès sera réalisé au cours de la mise en place de la marque (2 ans). Une fois réalisés par l'ensemble des producteurs, ces points seront progressivement intégrés à la charte.

Le Parc accompagnera les producteurs dans leur démarche.

4.1 – TERRITOIRE

Contribution au développement du territoire et participation à la construction de son identité

Valeur locale et historique de la production

La pomme de terre est cultivée depuis longtemps dans le Queyras, comme dans toutes les campagnes françaises, ayant été intégrée dans les cultures vivrières pour diversifier l'alimentation familiale et pallier aux déficits de céréales. Si les variétés traditionnelles n'ont pour la plupart pas pu être retrouvées, le territoire est toujours réputé pour la diversité et la qualité de ses pommes de terre, cultivées sur un sol drainant et sous un climat qui ne nécessite pas l'utilisation d'intrants phytosanitaires.



Localisation de la production

Les pommes de terre marquées sont **produites exclusivement sur des terrains localisés à l'intérieur du Parc naturel régional du Queyras**, le siège social de l'exploitation se situant sur une commune appartenant, partiellement ou en totalité, au territoire du Parc. Le stockage et le conditionnement sont réalisés à l'exploitation.

Origine des semences

Les producteurs possèdent les éléments témoignant de la conformité entre production déclarée et semence utilisée.

Variétés

Dans un souci de conservation de la biodiversité domestique, chaque producteur s'engage à maintenir au moins une variété ancienne : Vitelotte, Noire du Casset, Early Rose, ... (liste à compléter) en en plantant au minimum 25 plants.

Marge de progrès:

Les producteurs s'orienteront vers un développement de la production de variétés anciennes, dans un objectif de commercialisation.

Les restaurateurs seront notamment encouragés, avec l'aide du Parc, à intégrer ces variétés dans des pratiques culinaires spécifiques.

Organisation en filière locale

L'activité doit profiter en priorité aux acteurs du territoire grâce à l'organisation de la vente directe, des marchés locaux et autres circuits de distribution courts.

Les producteurs, avec l'appui du Parc, viseront à développer un partenariat avec les restaurateurs locaux.

Communication différenciée

Cette démarche de développement sur le territoire doit apporter une plus-value aux acteurs. Elle doit répondre à une évolution vers une agriculture durable, qui trouve ses appuis sur l'amélioration des pratiques et des métiers.

Participation au renforcement de l'identité du territoire

La présentation, le conditionnement et l'emballage des pommes de terre bénéficiant de la marque sont en cohérence avec l'image et l'originalité du territoire, définis notamment dans la charte du Parc naturel régional du Queyras (cf. article 5).

Des démarches collectives de valorisation des produits et de participation à différentes formes de promotion auront lieu.

Marge de progrès :

Les producteurs privilégieront et valoriseront les matériaux et les savoir-faire locaux dans la conception et l'aménagement de leurs bâtiments et dans les emballages. Le Parc naturel régional du Queyras peut être sollicité pour des conseils en la matière.

4.2. ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ et valorisé

Contribution aux enjeux de gestion de l'espace, de préservation de l'environnement, d'intégration paysagère

L'ensemble des étapes de la production participe à la prise en compte des enjeux du territoire, définis dans la Charte du Parc.

Les bénéficiaires de la marque qui ont déjà des pratiques culturelles durables s'engagent à tout mettre en œuvre, au-delà du respect de la réglementation, pour pérenniser ces pratiques, les améliorer (marges de progrès) et maîtriser les risques de pollutions liés à leur activité.

Tracabilité

Afin de pouvoir retrouver l'intégralité du cycle de production, l'**enregistrement de toutes les pratiques et interventions sur les parcelles est obligatoire**, sur support normalisé fourni par le Parc.

Cet enregistrement doit répertorier, au minimum les données suivantes :

- date
- nature de l'intervention (par exemple, irrigation, plantation, arrachage, buttage, désherbage)
- dose (tonnage de plants, heure/volume d'irrigation, tonnage de récolte approximatif...)

Marge de progrès:

- données météo : température, hygrométrie, description du ciel.
- type de matériel utilisé
- observations diverses

Ce carnet devra être présenté lors de chaque contrôle, quel qu'il soit, et sur simple demande écrite du Parc naturel régional.

Fertilisation et traitements

Afin d'éviter les pollutions du sol et les résidus chimiques dans les produits de consommation :

- Toute fertilisation minérale chimique est interdite. Cette interdiction s'applique pour les minéraux azotés, mais aussi pour les amendements phospho-potassiques, magnésiques, métalliques... De même, tout apport de boues de stations d'épuration est interdit.

Néanmoins, un apport de **chaux** pourra être réalisé, tous les 5 ans au maximum, sur justification d'analyse de sols.

- Tout traitement phytosanitaire est interdit, à l'exception des traitements mettant en œuvre des produits référencés bio dans le catalogue ACTA.

Par traitement phytosanitaire, on entend :

- les herbicides
- les insecticides
- les fongicides
- les antigerminatifs

Les défanages chimiques sont interdits.



Entretien des éléments paysagers, pratiques favorables au territoire

Dans la mesure où les terrains s'y prêtent, les systèmes d'irrigation gravitaire sont mis à profit. On veille, par des pratiques culturales adaptées, à ne pas les endommager.

L'utilisation de friches culturales est encouragée, notamment les terrains en pente dont l'irrigation permet d'utiliser les canaux existants.

A travers la conception et la mise en œuvre de projets, on s'efforce de préserver les prés de fauche de qualité, caractérisés par leur forte biodiversité et leur bonne valeur fourragère, dans le but de maintenir un équilibre agricole, écologique et paysager.

Marge de progrès:

Les abords de parcelles sont entretenus en favorisant la biodiversité et ne présentent pas de tas de déchets de pommes de terre.

L'engagement dans une démarche agri environnementale sera soutenu par le Parc.

Les producteurs situés en zone Natura 2000 et les producteurs voulant contractualiser des mesures agri-environnementales (CAD ou autres) seront soutenus par le Parc pour choisir et défendre auprès de l'Etat les actions qui leur sont les plus favorables.

Les abords d'exploitation doivent être entretenus et posséder une signalétique adaptée (cf article 5.2).

Limitation des pollutions

Les dépenses d'énergie sont relativement faibles (petites structures, caves traditionnelles servant à la conservation).

Au fur et à mesure de la mise en place de la politique de tri sélectif, celle-ci est respectée.

Les sur-emballages (plastique, etc...) seront évités et les emballages en matériaux recyclables seront préférés.

Irrigation

Marge de progrès:

L'irrigation, si elle est pratiquée, le sera de façon modérée et raisonnée, avant le stade "fructification".

4.3. DIMENSION HUMAINE

Développement maîtrisé par l'homme et contribution à des enjeux sociaux

Savoir-faire maîtrisé par l'homme

La production est réalisée à l'échelle humaine: les producteurs maîtrisent l'ensemble de la filière, de la production à la distribution et jusqu'à la commercialisation lorsqu'il s'agit de vente directe.

La vente du produit marqué est réalisée, en majeure partie, en direct sur le site de fabrication, sur les marchés locaux ou à travers des circuits courts.

Lien avec le secteur de la restauration

Des relations seront développées avec les restaurateurs locaux. (cf Article 5.3)

Démarche construite avec les acteurs

Cette démarche collective rassemble des acteurs motivés partageant les valeurs de la Charte de la marque : des producteurs (actuels ou en projets), ainsi que des restaurateurs. Elle est construite sur des échanges qui entretiennent un consensus et non sur un assemblage d'individualités.

Les producteurs s'engagent à faire vivre la marque de façon durable. Par conséquent, ils organisent et participent à des réunions et autres échanges, ainsi qu'à la promotion du produit au moins une fois par an.

Ils sont partis prenante du contrôle interne de cette charte et de l'évaluation de l'impact de la marque.

Instauration de relations privilégiées avec le public et son entourage

Des visites et accueils sur site pourront être prévus.

Les producteurs cultiveront un sens du relationnel vis-à-vis du public : sens de l'accueil et disponibilité, souci d'explication, pédagogie (notamment par rapport au territoire du Parc et à l'engagement pris par l'exploitation). Leur activité pourra être incluse au programme de découverte pédagogique du Parc naturel régional du Queyras.

Article 5 – Conditionnement et commercialisation

5.1. Etiquetage

Afin de pouvoir retrouver pour chaque client, l'intégralité du cycle de production du produit, dans un objectif de traçabilité,

sur chaque unité de commercialisation (cageot, caisse ou sac) figure des données relatives au produit contenu. Ces données sont, au minimum :

- numéro du lot
- variété et origine
- commune
- date d'arrachage
- poids net*

* sauf si le conditionnement est effectué directement au champ (opération possible grâce à une arracheuse combinée)

L'emballage doit également comporter les informations suivantes :

- le logo "Produit du Parc naturel régional du Queyras"
- le nom et l'adresse du producteur

La première année, le **logo "Produit du Parc naturel régional du Queyras"** devra être utilisé dans un délai maximal de 6 mois après la date de production suivant la signature de la charte de la marque.

Parallèlement le Parc s'engage à imposer aux producteurs non bénéficiaires de la marque de supprimer les logos du Parc naturel régional du Queyras dans un délai de 6 mois à partir de l'information faite aux personnes concernées.

Les bénéficiaires s'engagent, dans le cadre de l'utilisation de la marque "Produit du Parc naturel régional du Queyras", à respecter l'ensemble des codes arrêtés dans la charte graphique annexée à la présente.

Annexe 4 : Charte graphique de la marque "Produit du P.N.R. Queyras"

Ces codes sont spécifiquement déclinés, dans leurs dimensions et positionnements, selon les supports, en concertation avec le Parc.

Le logo "Produit du Parc naturel régional du Queyras" apparaît sur tout emballage, étiquette ou document de promotion du produit marqué et uniquement pour ce produit.

Sur l'étal d'un intermédiaire, les produits marqués doivent être repérés par le logo "Produit du Parc naturel régional du Queyras".

5.2. Accueil sur le lieu de production

Enseignes et pré-enseignes

Les producteurs bénéficiant de la marque, recevant les consommateurs sur le lieu de production (vente, ...), ont la possibilité de signaler la production marquée "Produit du Parc naturel régional du Queyras" à l'entrée de leur exploitation à l'aide d'une enseigne telle que spécifiée à l'article 6.1. Son format et le matériau utilisé sont communs aux exploitations bénéficiant de la marque, dans un but d'identification et d'homogénéité.

Les producteurs bénéficiant de la marque s'engagent à respecter la charte signalétique du Parc naturel régional du Queyras.

Annexe 5: charte signalétique du Parc naturel régional du Queyras

Promotion du territoire du Parc naturel régional du Queyras

Une documentation sur le Parc et son territoire est mise à la disposition du public lors de l'accueil. En contrepartie, les "points infos" du Parc mettront à disposition la publicité des produits marqués.

Les producteurs s'engagent à promouvoir les autres produits et services marqués "Produit du Parc naturel régional du Queyras", dans un souci de développement local.

5.3. La commercialisation

Les bénéficiaires de la marque s'engagent à mettre en vente leurs produits dans un cadre de qualité qui ne les dévalorise pas ou ne porte pas atteinte à l'image de la marque, du territoire et des autres producteurs bénéficiant de la marque.

Seront privilégiés:

La vente directe

On entend par "vente directe", la vente des produits au consommateur final par les producteurs sur l'exploitation, sur des marchés locaux et des manifestations.

Pour la vente sur l'exploitation, un panneau d'explication sur la marque et un autre sur l'exploitation, établis avec le producteur concerné, seront fournis par le Parc pour l'intérieur du point de vente.

Les producteurs s'engagent à fournir au Parc toutes les données, libres de droit, nécessaires à l'élaboration de documents de promotion et au suivi économique de la marque.

L'approvisionnement des restaurateurs locaux (restaurants, hôtels, gîtes, refuges et centres de vacances)

Un lien privilégié sera recherché avec l'union hôtelière et l'association des gîtes du Queyras pour promouvoir à leur table les pommes de terre du terroir marquées "Parc naturel régional du Queyras". Un accord veillera à garantir autant l'approvisionnement que l'achat des produits réservés.

La vente en circuit court

- épiceries,
- autres producteurs du Parc,
- points de vente collectifs sur le territoire,
- supermarchés locaux, de préférence sur le territoire du Parc

L'intermédiaire devra être en mesure d'informer le client sur les caractéristiques du produit et de présenter les garanties qu'offre la marque Produit du Parc. Il devra accepter de valoriser et distinguer les produits marqués vis-à-vis des produits courants. Des documents sur la marque et sur les produits marqués seront mis à disposition des consommateurs.

Article 6 - Apports et soutien du Parc

Outre son droit d'accorder l'utilisation de la marque, le Parc est aux côtés des producteurs, chaque fois que cela est possible, pour les aider dans leur démarche d'intégration des trois valeurs associées aux Parcs, sur les points suivants :

6.1. Accueil sur lieu de production

Élaboration avec les producteurs, pour chaque exploitation, à la charge du Parc :

- d'une enseigne commune "Ici vente de pommes de terre "Produits du Parc naturel régional du Queyras" à l'entrée de l'exploitation (sur demande de l'exploitant),
- d'un panneau de présentation de l'exploitation,
- d'un panneau d'explication sur la marque.

Elaboration de la charte graphique de la marque "Produit du Parc naturel régional du Queyras".

6.2. Documents de promotion

- coordination des producteurs dans leur travail d'élaboration de plaquettes collectives de promotion des produits marqués ; prise en charge de leurs conception et impression.
- mise à disposition de chaque producteur d'un lot de plaquettes collectives.
- mise à disposition, pour les points de vente des producteurs, de documentations sur le territoire et ses activités, pour informer le public (patrimoine naturel, culturel, architectural et historique).

6.3. Modes de promotion

- promotion des produits marqués :
 - dans les publications du Parc,
 - sur le site Internet du Parc,et par tout autre moyen de communication adopté par le Parc,
- diffusion, auprès du grand public, des plaquettes collectives ainsi que des éventuelles plaquettes individuelles, notamment dans les maisons du Parc et les "points d'information" du Parc en été,

- accompagnement à la création de manifestations adaptées à la valorisation des produits marqués (marchés paysans, journées thématiques, manifestations sur les lieux de vacances...),
- conseil concernant la mise en œuvre d'une stratégie de différenciation cohérente avec l'utilisation de la marque.

6.4. Accompagnement technique, en collaboration avec les organismes professionnels, techniques et de développement

- aide aux producteurs situés en zone Natura 2000 et aux producteurs voulant contractualiser des mesures agri-environnementales (CAD ou autres) pour choisir et défendre auprès de l'Etat les actions qui leur sont les plus favorables,
- accompagnement des producteurs pour l'amélioration de leurs pratiques culturales dans le sens d'une plus grande durabilité (écologique et économique),
- accompagnement des producteurs dans la conservation du patrimoine agricole traditionnel, et notamment les canaux d'irrigation,
- veille sur les sources de financements agricoles et leur obtention,
- accueil de sessions de formation, de réunions professionnelles et collectives de réflexion,
- organisation de formations sur la connaissance du Parc.

6.5. Evaluation de l'impact de la marque

Coordination d'une démarche visant à évaluer l'impact de la marque (notamment retours d'expérience lors d'une réunion annuelle de bilan sur l'utilisation de la marque, ...).

Article 7 - Audit - Suivi

Tous les documents existants sur l'exploitation et nécessaires à l'audit devront être mis à disposition du Parc.

7.1. Antériorité - Agrément

Une visite sera effectuée par la Commission Marque* (ou toute autre personne mandatée et habilitée par celle-ci) avant d'agréer les producteurs candidats à l'utilisation de la marque.

Cette visite porte notamment sur le respect des éléments "rédhibitoires" de la charte de la marque (signalés dans la fiche d'audit) et l'état initial de l'application des marges de progrès.

Lors de cette visite, sera constitué un dossier technique comprenant : les caractéristiques de l'exploitation, l'inventaire de l'équipement, les modes de commercialisation, l'aire de distribution du produit.

* La Commission Marque est issue de la commission extra-syndicale "Agriculture".

7.2. Audit et suivi

Contrôles réglementaires

Les justificatifs nécessaires à l'obtention de la marque Parc sont à produire chaque année (cf article 3)

Audit spécifique à la marque

Une autoévaluation annuelle sera réalisée par chaque producteur.

Parallèlement, un audit de suivi et d'évaluation générale sera assuré par le chargé de mission du Parc (une visite annuelle) pendant la phase de mise en place de la marque.

A terme, l'audit sera assuré en interne par une structure regroupant les producteurs.

Cet audit concernera le respect des trois valeurs de la Marque Parc et notamment :

- le produit, les équipements de production,
- les aspects visuels (abords, ...) et environnementaux (déchets, ...),
- les documents relatifs aux audits précédents et aux autocontrôles,
- la traçabilité

Annexe 6 : Fiche d'audit

En cas de conflit, le recours à un organisme tiers est possible, les coûts générés étant partagés entre le demandeur de l'audit et l'audité.

Les producteurs acceptent que le Parc puisse compléter à sa charge ces contrôles par des visites inopinées sur site.

Suivi

En fonction de la demande de la filière, une analyse économique et de la clientèle sera faite conjointement avec les bénéficiaires, ainsi que toute autre étude nécessaire au suivi.

Tout dysfonctionnement repéré chez l'un des bénéficiaires sera signifié aux bénéficiaires de la marque.

7.3. Tenue d'un registre d'audit

Le registre d'audit sera constitué de l'ensemble des fiches annuelles d'audit et du cahier de suivi de la production.

7.4. Sanctions

Les producteurs reconnaissent au Parc un droit inaliénable de protection de sa marque, et de protection des intérêts des autres producteurs qui l'utilisent, tant sur le territoire du Parc naturel régional du Queyras que sur les territoires des autres Parcs naturels régionaux.

? On entend par **infraction mineure** le non-respect d'un élément de la charte de la marque (à l'exception des éléments rédhitoires, qui seront précisés en concertation avec les bénéficiaires de la marque lors des premiers audits).

Dans le cas où une infraction mineure serait observée, la Commission Marque donnera un avertissement au producteur avec nécessité de correction dans un délai de 1 an.

? On entend par **infractions majeures** 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 :

- l'utilisation frauduleuse de la marque "Produit du Parc" ou confusion entretenue délibérément entre produits marqués et d'autres ne pouvant en bénéficier,
- le non respect d'un élément "rédhitoire" ou le cumul de 5 infractions mineures.

Conformément aux décisions nationales de la Fédération des Parcs, la **marque sera retirée immédiatement en cas d'infraction majeure.**

Article 8 - Conditions techniques et financières d'octroi de la marque

L'usage de la marque donne lieu à une contribution financière. Cependant les bénéficiaires sont exonérés pour la première année d'usage. La cotisation annuelle sera fixée d'un commun accord par la Commission Marque et les bénéficiaires sur la base d'une évaluation de l'impact économique de la marque.

L'attribution de la marque "Produit du Parc naturel régional du Queyras" est soumise au respect de l'ensemble de la présente charte par les producteurs.

Conformément aux décisions nationales de la commission marque de la fédération des Parcs, les droits d'utilisation de la marque sont définis dans la **convention d'utilisation** signée entre le Président du Parc et chaque producteur.

Cette convention est signée pour une durée de 3 ans et peut être renouvelée par avenant si les conditions d'octroi de la marque sont respectées.

Article 9 - Délai de la charte de la marque

La charte de la marque évoluera (avenant ou révision tous les 3 ans) en fonction du contexte, des enjeux et des modifications apportées sur l'ensemble des processus de production et de commercialisation et avec l'accord des différents partenaires.

Lorsque les objectifs définis dans les marges de progrès par l'ensemble des producteurs sont acquis, celles-ci sont intégrées dans la charte.

NOTA : En cas de modifications de la réglementation en vigueur, la nouvelle législation remplacerait automatiquement l'ancienne mentionnée dans la présente charte.

ANNEXES

ANNEXE 1 : CHARTE DU PARC NATUREL REGIONAL DU QUEYRAS

ANNEXE 2 : PRODUCTION DE LA POMME DE TERRE, TECHNIQUES ET CONSEILS

ANNEXE 3 : TEXTES DE REFERENCE

ANNEXE 4 : CHARTE GRAPHIQUE DE LA MARQUE "PRODUIT DU P.N.R. QUEYRAS"

ANNEXE 5 : CHARTE SIGNALETIQUE DU PARC NATUREL REGIONAL DU QUEYRAS

ANNEXE 6 : FICHE D'AUDIT