

Parc national des Cévennes

Orientation 05-3: Valoriser les produits locaux et les exploitations agricoles

[...]

- **Mesure 5.3.2: Développer la transformation et les circuits courts**

Transformer les produits de l'exploitation et les commercialiser par des circuits courts permettent de mieux valoriser la production agricole.

La commercialisation en circuits courts profite au producteur, puisque les intermédiaires et les coûts de transports sont évités, comme au consommateur qui connaît ainsi précisément la provenance des produits qu'il consomme. Cette forme de commercialisation tend à se développer, mais se heurte à des difficultés. Une organisation et une réflexion collective semblent nécessaires pour développer les débouchés, organiser la commercialisation et anticiper l'augmentation du nombre de producteurs. La transformation des produits permet d'accroître leur valeur ajoutée et d'avoir accès à de nouveaux marchés. Elle nécessite souvent la création d'ateliers collectifs de transformation et pour l'élevage, le maintien d'abattoirs de proximité et d'ateliers de découpe.

Le développement de l'agriculture de proximité, de la transformation des produits et de la commercialisation en circuits courts est une priorité pour les 15 ans à venir.

Des démarches collectives et performantes qui favorisent la rencontre entre le consommateur et le producteur sont expérimentées.

La valorisation des points de vente directe (marchés, foires, boutiques), la création de plateformes d'approvisionnement et d'itinéraires de découverte des fermes avec points de vente, sont encouragées afin de renforcer l'offre, dans le cadre d'une stratégie multi-partenariale à l'échelle du Parc national des Cévennes.

Les partenaires de la charte mettent en place un accompagnement technique pour aider les collectivités locales à acheter des produits locaux, en particulier pour la restauration collective.

Le développement d'ateliers collectifs de transformation et le maintien des abattoirs de proximité sont soutenus.

Rôle de l'établissement public du Parc national

Partenaire technique et financier, avec priorité au coeur et à la zone tampon de la réserve de biosphère

Contributions des communes adhérentes

Participation active à travers le portage et/ou le financement des ateliers de transformation

Principaux autres partenaires à mobiliser

Régions, Départements

Services départementaux et régionaux de l'Etat

Parc national des Cévennes

EPCI et syndicats mixtes
Organisations professionnelles

- **Mesure 5.3.3: Valoriser les produits agricoles par la marque « Parc national des Cévennes »**

Les circuits courts peuvent être développés à l'échelle du territoire, mais aussi à une échelle plus régionale. De nombreuses démarches commerciales visant à rendre l'offre attractive pour le consommateur existent déjà à ce niveau et les signes d'identification officiels de la qualité par l'origine sont bien présents sur le territoire et connues du grand public (AOC et IGP notamment). Ils constituent un atout majeur pour la commercialisation des produits.

En application de la loi de 2006, les Parcs nationaux déposent et peuvent attribuer une marque collective attestant que les produits ainsi labellisés « s'inscrivent dans un processus écologique en vue notamment de la préservation ou de la restauration de la faune et de la flore ».

Cette marque « Parc national » est complémentaire avec les marques de qualités et appellations d'origine déjà organisées par filière et permet de mettre en avant des produits issus d'une agriculture extensive, intégrée dans le territoire du Parc national des Cévennes et respectueuse des équilibres écologiques.

La marque « Parc national des Cévennes » est déployée afin d'apporter aux agriculteurs une différenciation territoriale et environnementale de leurs produits.

L'établissement public s'engage, en concertation avec ses partenaires, dans l'élaboration de cahiers des charges spécifiques au territoire, qui définissent les critères d'attribution de la marque Parc national des Cévennes.

La mise en place de la marque « Parc national des Cévennes » est articulée avec la marque « Sud de France » qui a une vocation de marque ombrelle à l'échelle régionale et une portée nationale et internationale.

Une stratégie commerciale est développée pour permettre l'accroissement des débouchés régionaux, notamment vers les marchés importants de la façade méditerranéenne et du nord du Massif-Central.

Rôle de l'établissement public du Parc national

Pilotage du déploiement de la marque « Parc national »

Parc national des Cévennes

Principaux autres partenaires à mobiliser

Région Languedoc-Roussillon

Départements

Chambres consulaires

Groupes et organisations professionnels

Parcs Nationaux de France

Page 159 de la Charte PNC

Référence ID de l'article : #2743

Auteur : Alicia Lambert

Dernière mise à jour : 2014-06-06 11:34