

CHARTE
de la Marque
TRUITES, ET SALMONIDÉS
"Produit du Parc naturel régional du Vercors"



Préambule

Dernière version en date du 13/11/2007

GAP

Le Parc naturel régional du Vercors, ci-après nommé le Parc, conformément aux objectifs de sa charte, et particulièrement dans le cadre de sa politique de développement économique, a décidé de soutenir les producteurs de son territoire qui s'engagent dans des démarches de qualité et de valorisation de leurs productions.

Pour cela, le Parc propose l'attribution de sa marque "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS" pour les produits qui répondront aux caractéristiques arrêtées par le Syndicat mixte et les producteurs et figurant dans les Chartes respectives.

Le Parc missionne l'A.P.A.P. (Association pour la Promotion des Agriculteurs du Parc) pour animer et assurer le suivi technique des programmes de valorisation des produits issus de l'activité agricole de son territoire. L'A.P.A.P. veille à ce que cette démarche soit construite avec des acteurs volontaires et motivés, sensibles aux valeurs d'un Parc Naturel Régional et de la profession agricole.

La marque "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS" traduit les valeurs du parc naturel régional du Vercors. En s'appliquant aux produits des exploitations agricoles du territoire, elle s'inscrit dans une démarche de progrès, efficace et utile à l'amélioration de l'agriculture du PNR du Vercors.

Les pratiques liées à la production et à la transformation sont respectueuses de l'environnement.

La charte peut évoluer pour répondre aux nouvelles exigences arrêtées par le Parc et les bénéficiaires.

La présente charte s'applique :

- à la production et à la mise en marché de LA TRUITE, LE SAUMON DE FONTAINE, L'OMBLE CHEVALIER DU PARC NATUREL DU VERCORS et de ses produits dérivés tels que définis ci-après.
- elle fixe les conditions indispensables à l'octroi de la marque " PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS", ainsi que son utilisation sur tous les supports de promotion et de commercialisation par les bénéficiaires.

1/Désignation du produit

Dernière version en date du 13/11/2007

GAP

Le Parc naturel régional du Vercors a accepté de soutenir, par le droit d'utilisation de sa marque, les piscicultures de son territoire.

Les produits pouvant prétendre à la dénomination "truites, ombles chevaliers et saumons de fontaine du Vercors" sont :

Les poissons vivants :

Truites arc en ciel et fario

Ombles chevaliers

Saumon de fontaine

Cristiwomer

Les produits transformés:

Portion à chair blanche et éviscérée

Portion à chair rose et éviscérée

Filets frais

Filets fumés

Grosse truite, ombles ou saumons.

Et exclusivement ces produits.

2/Prérequis réglementaire nécessaire à l'obtention de la marque

L'exploitation :

Le prestataire pisciculteur doit justifier de l'enregistrement de son activité à la MSA.

La production :

-Le pisciculteur assure la transformation et le conditionnement dans des laboratoires conformes à la législation en vigueur. Il est agréé pour la transformation et doit avoir établi pour chaque produit une grille de procédure (méthode HACCP).

La chaîne du froid est respectée.

Le pisciculteur fait figurer la date d'abattage et fixe une DLC pour les produits emballés et étiquetés.

Le pisciculteur effectue 3 fois par an au moins les analyses bactériologiques pour la détermination des listérias, staphylocoques, salmonelles et coliformes.

-Le pisciculteur assure également le transport et la commercialisation, en magasin ou sur les marchés, du produit dans des conditions conformes à la législation en vigueur (froid, hygiène, étiquetage). Il est agréé pour le transport.

L'environnement :

L'éleveur respecte la réglementation en vigueur concernant les installations classées par rapport à l'environnement.

L'éleveur respecte la réglementation en vigueur concernant la gestion des déchets.

L'accueil :

Le pisciculteur s'engage à accueillir le public dans des conditions de sécurité optimales conformes à la législation en vigueur.

Dans tous les cas, l'exploitant piscicole s'engage à respecter les exigences formulées par les

différents organismes compétents en matière de contrôles relatifs à la santé, l'hygiène, la sécurité et à l'environnement (DSV, GDS, agence de l'eau, vétérinaires habilités, DDASS, DDAF...).

Orientations pour la production de truites, saumons et omble.	"Valeur Parc" à laquelle peut être rattachée cette orientation	Critères techniques correspondant à ces orientations
<p><u>3/Localisation</u></p> <p>La mise en place et l'attribution de la Marque contribuent au développement des structures agricoles du territoire du Parc, utilisatrices des ressources et des infrastructures locales.</p> <p>Activités :</p> <p>Les exploitations piscicoles et les ateliers de transformation sont situés sur le territoire du Parc.</p> <p>Vie des poissons :</p> <p>Le poisson doit bénéficier d'un séjour dans les eaux du Vercors suffisamment long pour que "son organisme en tire les bienfaits."</p>	<p>TERRITOIRE</p> <p>TERRITOIRE</p>	<p>-Le siège de l'exploitation et les bassins sont localisés sur le territoire du parc.</p> <p>-Les eaux d'alimentation des bassins proviennent du réseau hydrologique du massif du Vercors.</p> <p>Lorsque l'alevinage n'est pas réalisé sur l'exploitation, les jeunes poissons sont introduits à l'âge de 8 mois maximum soit un poids moyen de 100 g. L'entrée des poissons est notifiée dans le registre d'élevage.</p>
<p><u>4/Pratiques d'élevage :</u></p> <p>Bien-être des poissons :</p>		

<p>Les pratiques d'élevage assurent le bien-être des poissons et préviennent de tout accident et anomalie de conformation.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Les bassins d'élevage sont alimentés exclusivement et de façon permanente par des eaux naturelles. -L'oxygénation des bassins se fait sans apport artificiel complémentaire grâce à un renouvellement constant de l'eau et un débit suffisant. -La densité des élevages par bassin n'excède pas 35 kg par m3 d'eau pour les truites et 45 kg par m3 d'eau pour les ombles et saumons de fontaine. -Les poissons sont manipulés et transportés dans de bonnes conditions. -Des dispositions sont prises pour éviter tout stress éventuel des poissons (filet de protection contre les oiseaux, surveillance des visiteurs...)
<p>Alimentation :</p> <p>L'éleveur respecte le régime alimentaire et la santé de ses poissons en utilisant des produits adaptés et sains.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'alimentation est composée de poudre d'hémoglobine (issues d'animaux destinés à la consommation humaine), de farines de poissons, et de céréales - Les composés sont garantis avec – de 0,9% d'OGM (seuil de contamination fortuite) -Les composés sont enrichis en lipides provenant exclusivement d'huiles de poissons. -Les aliments complets achetés auprès des fournisseurs présentent les garanties de composition et d'origine des produits.

<p>Traitements sanitaires :</p> <p>L'éleveur applique une pratique raisonnée des traitements sanitaires avec un respect strict des temps de rémanence fixé par les règlements. Il garantit la traçabilité de tout problème et intervention sanitaires .</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<p>L'éleveur assure le suivi d'un carnet sanitaire.</p>
<p><u>5/Pratiques environnementales</u></p> <p>Le pisciculteur est respectueux de l'environnement, en accord avec le PNR du Vercors sur les objectifs de conservation du patrimoine naturel.</p>		
<p>Qualité des eaux de rejet :</p> <p>Le pisciculteur s'attache à préserver la qualité de l'eau de rejet</p>	<p>ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ</p>	<p>Le pisciculteur s'engage à étudier les problèmes qui pourraient se poser sur la qualité des eaux de rejet. Le Parc apportera les conseils pour réaliser cette étude et envisager à terme de trouver une solution adaptée si problème il y a.</p>
<p>Circulation des eaux :</p> <p>L'exploitation piscicole ne doit pas être une entrave à la libre circulation de l'eau.</p>	<p>ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ</p>	<p>Le pisciculteur s'engage à étudier les problèmes qui pourraient se poser sur la circulation de l'eau. Le Parc apportera les conseils pour réaliser cette étude et envisager à terme de trouver une solution adaptée si problème il y a.</p>
<p>Paysage :</p>		<p>-Les voies d'accès à</p>

<p>Les bâtiments et bassins de l'exploitation s'intègrent dans le paysage qui l'entoure</p> <p>Déchets :</p> <p>Une gestion des déchets est effectuée.</p>	<p>ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ</p>	<p>l'exploitation sont stabilisées et facilement praticable (notamment par temps de pluie). -Les abords de bassins et bâtiments sont propres et soignés.</p> <p>Les poissons morts et les déchets de poissons sont éliminés par les filières prévues par la loi.</p>
<p><u>6/Le produit :</u></p> <p>Les différentes activités liées à la marque sont maîtrisées par les pisciculteurs.</p> <p>Le produit vivant :</p> <p>Le pisciculteur respecte le rythme de croissance de ces poissons au détriment de rendements élevés.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<p>-Il assure une alimentation manuelle, contrôle en fonction de l'appétit du poisson et n'a pas recours aux systèmes automatiques introduisant des rations types.</p> <p>-Il respecte une période minimale de jeûne de 3 jours avant la transformation ou la commercialisation du poisson.</p>

<p>Le produit transformé :</p> <p>La préparation des filets est faite par le pisciculteur sur l'exploitation. Il mobilise tout son savoir-faire à la réalisation de cette opération selon des méthodes traditionnelles. La production reste limitée par les moyens humains disponibles.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Le poisson provient exclusivement d'une exploitation adhérente à la présente chartre. -Les filets sont levés au couteau. - Le tranchage et le désarêtage est manuel. -Le salage est réalisé avec du sel marin (exclusion des saumures). -Le fumage s'effectue à froid, c'est-à-dire à une température n'excédant pas 30°C et combustion de sciure de hêtre ou de chêne.
<p>Le pisciculteur veille personnellement au bon conditionnement de son produit. Il maîtrise sa production de manière à ne jamais avoir recours au stockage.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Les poissons sont pêchés, abattus et travaillés au fur et à mesure de la demande. -La commercialisation des poissons éviscérés et filets frais s'effectue dans les 24 h au maximum après l'abattage. -Ils sont conditionnés soit en bac isotherme pour les produits frais à destination des commerces, soit en plaque filmée et sous-vidée pour les filets fumés. -La congélation est interdite à tout stade de la préparation.
<p><u>7/Promotion du produit, communication et accueil.</u></p> <p>Dans un but de promotion et d'information, le pisciculteur s'engage à favoriser la visite de son site de production.</p> <p>L'adhérant marque Parc s'attache à soigner l'accueil des personnes et à communiquer sur la marque.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Le pisciculteur met à disposition des visiteurs des dépliants d'information. -Il signale la présence de son exploitation et son adhésion à la marque parc par des panneaux visibles et en bon état. -Il veille à établir un contact convivial et personnel avec ses

<p>Aucune communication écrite ou mention d'étiquetage ne laisse entendre que la Marque garantit ou certifie un certain nombre de critères.</p>	<p>DIMENSION HUMAINE</p>	<p>visiteurs et ses clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Il informe sa clientèle sur l'origine et l'histoire de son exploitation. Il apporte des explications sur l'élevage et la préparation des produits en mettant en valeur les caractéristiques environnementales, traditionnelles et humaines des produits de la pisciculture. -Il donne les informations demandées sur la région et le Parc naturel régional du Vercors. -Il contribue à la promotion des autres produits ou services bénéficiant de la Marque Parc. <p>Aussi toutes les étiquettes et supports de communication sont élaborés par le parc ou vérifiés par ce dernier avant leur apposition sur le produit et leur distribution auprès du public.</p>
---	--------------------------	---

ARTICLE 8- ETIQUETAGE DU PRODUIT ET DE SES EMBALLAGES

La dénomination “**Truites, saumons de fontaine et ombles chevalier du Vercors**” suivie de la marque “produit du parc naturel du Vercors” est apposée sur les emballages (papier-bacs-plaques- sacherie) .

La truite portion ou les filets frais vendus à l'étale, hors de leur emballage d'origine, seront identifiés par “le support marque” conçu à cet effet.

En ce qui concerne l'étiquetage du produit, celui-ci se démarque uniquement par l'utilisation du logo "produit du Parc Naturel Régional du Vercors".

CHARTRE GRAPHIQUE

- Les bénéficiaires s'engagent à respecter l'ensemble des codes arrêtés dans la Charte graphique de la Marque.
- Ces codes seront spécifiquement déclinés dans leurs dimensions et leurs positionnements, selon les supports, en concertation avec le Parc.

Le logo apparaît aussi sur les documents de promotion du produit, et uniquement pour ce

produit.

- Chaque nouveau document de promotion sera soumis préalablement à l'avis du Parc.

ARTICLE 9 - COMMERCIALISATION et CIRCUITS DE DISTRIBUTION

- Le pisciculteur assure une parfaite traçabilité de son produit.
- Le pisciculteur ayant obtenu la Marque s'engage à mettre en vente ses produits dans un cadre ne dévalorisant pas ses produits et/ou ne portant pas atteinte à l'image de la Marque.
- Il veillera en particulier à ce que son produit marqué demeure facilement identifiable et que l'étiquetage ne porte à aucune confusion avec des produits de même nature ne bénéficiant pas de la Marque.
- Il apportera tous les éléments nécessaires pour que le commerçant détaillant ou le restaurateur puisse informer sa clientèle des caractéristiques et des valeurs de ses produits identifiés par la Marque.

ARTICLE 10- APPORTS du PARC

Outre le bénéfice du droit d'utilisation de la marque, le Parc est aux côtés du producteur pour contribuer à la promotion des produits et de l'activité des pisciculteurs du Vercors.

10.1- MISE A DISPOSITION D'UN SIGNE DE RECONNAISSANCE

Le Parc met à disposition des bénéficiaires un panneau d'identification " PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS."

10.2- REALISATION DES PREMIERS OUTILS D'INFORMATION ET DE PROMOTION

Dans le cadre de son programme d'accompagnement et de promotion des produits et des services "Marque Parc ", le Parc mobilise les fonds nécessaires à la réalisation des premiers outils promotionnels et d'identification.

10.3- MISE A DISPOSITION DE DOCUMENTATIONS EN RAPPORT AVEC LE TERRITOIRE ET SES ACTIVITES

Pour aider le producteur à informer le public sur le territoire et sur les autres produits et services bénéficiant de la Marque Parc, le Parc mettra à disposition :

- les dépliants et documentations en rapport avec le territoire,
- les dépliants et documentations en rapport avec les autres produits et services Marque Parc,
- les informations nécessaires sous les formes les plus adaptées.

Ces documents pourront, en particulier concerner les éléments de patrimoine naturel, culturel,

Dernière version en date du 13/11/2007

GAP

architectural et historique du territoire.

10.4. ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE A LA CREATION DE MANIFESTATIONS ADAPTEES AU DEVELOPPEMENT DES VENTES DES PRODUITS MARQUES.

Chaque fois que cela sera matériellement possible, le Parc facilitera la création ou le développement de :

- marchés paysans,
- journées thématiques,
- manifestations sur les lieux de vacances...

10.5 PROMOTION DES PRODUITS MARQUES

Chaque fois que cela sera matériellement possible, le Parc s'engage à assurer la promotion des produits marqués:

- présence dans ses publications et audio-visuels, sur le site internet,
- lors de ses participations à des manifestations et salons locaux, régionaux ou nationaux,
- lors de rencontres inter-Parcs,
- sur ses éditions, catalogues, et dépliants, en fonction de la logique de leurs contenus.

10.6- DETECTION DES SOURCES DE FINANCEMENT

Dans certains secteurs, il existe des aides destinées à financer les coûts et surcoûts en rapport avec la promotion, le contrôle, l'animation et l'amélioration de la qualité etc...le Parc s'engage à procéder aux recherches correspondantes et à proposer aux producteurs bénéficiant du droit d'utilisation de la Marque les plans d'actions susceptibles de déboucher sur le bénéfice de ces aides.

10-7- CONSEILS CONCERNANT LA MISE EN OEUVRE D'UNE STRATEGIE COHERENTE AVEC L'UTILISATION DE LA MARQUE

Le bénéficiaire de la Marque s'engage à :

- fournir au Parc tous les éléments qui permettront d'estimer les retombées directes et indirectes de la Marque.

- participer aux opérations promotionnelles collectives qui sont menées dans le but de faire connaître et valoriser la marque Parc et la "Truite du Vercors".

- défendre les intérêts collectifs de l'organisation et à ne pas agir ou communiquer par des actes qui seraient en contradiction et qui pourraient nuire à l'image du Parc naturel régional du Vercors.

Le Parc, avec ses partenaires s'engage:

- à aider l'entreprise à optimiser sa stratégie de différenciation à tous les stades où cela est

nécessaire par la recherche de conseils et d'aides (processus de production, produit, promotion.....)

ARTICLE 11- ATTRIBUTION- CONTROLE- RISQUES MAJEURS

11-1 ATTRIBUTION DE LA MARQUE

Formulation des demandes

- Chaque producteur souhaitant bénéficier de la marque doit en faire la demande par écrit auprès du Président du Parc naturel régional du Vercors.

Conditions d'antériorité de la demande

- Le demandeur doit exercer son activité depuis au moins un an avant de pouvoir bénéficier de la marque. (Qu'est-ce qui fait foi, l'achat des premières truitelles, premier alevinage ou déclaration MSA).

- Pendant cette période probatoire et d'adaptation, le déroulement de l'activité est observé, notamment au regard des "PLUS PARC " la caractérisant et de viabilité économique.

Examen des demandes:

- un premier examen est réalisé par une commission technique animée par l'APAP, et composée de producteurs adhérant à la Marque. Une visite de l'exploitation pourra avoir lieu à la demande de la commission technique.

- la demande est ensuite examinée par la commission d'agrément et de contrôle du Parc, dite "commission Marque Parc".

- la commission se compose d'élus du syndicat mixte du Parc. Ceux-ci s'entourent de toutes personnes qu'ils jugeront nécessaires et opportunes à leurs travaux.

- la commission "Marque Parc" examine pour chaque candidature, demande de renouvellement, et pour les dossiers qu'elle juge opportun, les critères retenus à la présente Charte.

Elle décide de manière souveraine des suites à donner à chacun et en fait proposition au Président du Parc naturel régional du Vercors pour application.

Convention d'utilisation

Après accord du Parc, le producteur bénéficie de la Marque pour une durée de 3 ans. Une convention d'utilisation est établie entre le Parc et le producteur.

11-2 - CONTROLES

La commission "Marque Parc" veille au maintien de la qualité des produits bénéficiaires de la marque "produit du parc naturel régional du Vercors", et au respect de la Charte. Pour cela, des contrôles sont réalisés suivant le principe instauré par le Parc, à savoir:

- une visite initiale d'agrément et une visite annuelle de l'exploitation réalisées par les techniciens APAP et Parc,
- un contrôle complémentaire, a minima sur la durée de la convention d'utilisation de la Marque, réalisé par un organisme indépendant mandaté par le Parc.

Les contrôles portent sur:

- Le respect des conditions de production selon la Charte.
- Le respect des conditions de commercialisation

En aucun cas, la commission "Marque Parc" ne se supplantera aux organismes compétents en matière de contrôles sanitaires, environnementaux. Son rôle se limite à vérifier si les exploitants se soumettent correctement aux contrôles.

La commission et l'organisme de contrôle sont tenus à une stricte obligation de réserve. Ils peuvent réaliser une visite opportune au cours de laquelle il est procédé à un examen des produits commercialisés et à la consultation de tous documents nécessaires à l'authentification de la production et au respect de la Charte.

En cas de manquement à l'une des obligations de la Charte, le Président du Parc, après avis de la commission "Marque parc", prononce des sanctions pouvant aller jusqu'au retrait temporaire ou définitif, pour le producteur, du droit d'utiliser la Marque Parc.

Le producteur accepte que le Parc puisse compléter ces contrôles selon les modalités suivantes:

- contrôle par sondage
- visites inopinées sur les sites et lieux de vente sans préavis
- sondages d'opinions des consommateurs

11-3- TENUE D'UN REGISTRE DES CONTROLES

- Les producteurs doivent mettre à disposition de la commission technique et du Parc, tous documents jugés nécessaires à l'instruction du dossier.
- Les producteurs adhérents doivent conserver toutes les pièces justifiant les pratiques d'élevage, en particulier pour les achats d'animaux, d'aliments, les contrôles sanitaires...
- Ils doivent les mettre à disposition des personnes chargées de contrôler le bon respect de la présente Charte.

11-4 -RISQUES MAJEURS

Le producteur reconnaît au Parc un droit inaliénable de protection de sa Marque et par là même de protection des intérêts des autres producteurs qui l'utilisent, tant sur le territoire du Parc que sur les territoires des autres parcs naturels régionaux.

Certaines éventualités, qualifiées d'extrêmes, constituent des risques majeurs 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).

Il s'agit, dans le cas du produit pour lequel le producteur est bénéficiaire du droit d'utilisation de la Marque, des éventualités suivantes :

- non respect de la réglementation pouvant engager la santé du consommateur
- non respect de la réglementation pouvant exposer les visiteurs à des risques en rapport avec la sécurité des personnes
- non respect de la réglementation des conditions de travail susceptibles de constituer un danger au regard de la sécurité des personnels éventuellement employés par le producteur.
- détérioration manifeste de l'environnement au lieu de production
- utilisation frauduleuse de la Marque Parc.
- atteinte à l'image du Parc et des autres producteurs associés à la démarche Marque par des actes et des propos graves.

ARTICLE 12- CONDITIONS FINANCIERES D'OCTROI DE LA MARQUE

- Le bénéficiaire s'engage à s'acquitter de l'adhésion annuelle qui est fixée chaque année par la commission et dont le produit est affecté au recouvrement des frais de gestion, de promotion et de contrôle. Le montant est fixé chaque année par le Parc sur proposition de l'APAP.
- Il s'engage à participer également à la production de supports promotionnels nécessaires au renouvellement de celles initialement prévues au programme.

ARTICLE 13- DELAIS DE LA CHARTE QUALITES

La Charte évoluera en fonction des modifications apportées sur l'ensemble du processus de production et de commercialisation.