

Pour bien comprendre l'origine du lancement de cette démarche, il faut remonter 15-20 ans en arrière. A cette époque, en effet, la filière viande bovine régionale est frappée par la fermeture des abattoirs d'Autrans et de Villard-de-Lans, fermeture qui tend à déstabiliser quelque peu cette filière. Les bouchers du secteur, habitués à travailler avec ces abattoirs qui leur fournissent des viandes locales (bien souvent achetées directement chez l'éleveur) sont contraints de se replier sur d'autres abattoirs (Grenoble, notamment) avec une provenance d'animaux d'autres régions. Ces bouchers perdent alors le contact avec l'élevage et sont souvent déçus par la qualité des carcasses réceptionnées (souvent hétérogènes).

En réaction à cette évolution, un éleveur du Parc a pris contact avec un boucher pour lui demander s'il était intéressé pour prendre des bêtes de son élevage. Un autre est allé démarcher un boucher pour l'accompagner dans un projet de vente directe. De ces premiers contacts sont nés deux circuits : une filière courte entre quatre éleveurs et deux bouchers (les éleveurs fournissent directement les bouchers avec leurs animaux) et la création d'un circuit vente directe à la ferme dans un élevage.

Plus tard, l'un des éleveurs travaillant avec la boucherie et ayant entendu parler de la marque Parc a contacté le Parc du Vercors pour en savoir plus sur cette démarche. Suite à ce contact, un groupe de travail a été lancé en 1993 avec les quatre éleveurs et les deux bouchers habitués depuis quelques temps à travailler ensemble, groupe animé par le chargé de mission développement du Parc.

Les objectifs recherchés à travers l'obtention de la marque Parc sont multiples :

- c'est avant tout le souhait de démarquer leur viande issue du territoire des autres viandes « nationales »
- c'est le souhait de l'identifier, de la faire reconnaître et de la valoriser localement auprès des clientèles touristiques ou de proximité (Grenoble, notamment).
- c'est aussi ressortir une plus-value intéressante pour cette viande.
- c'est apporter un soutien économique à l'activité locale, aux éleveurs mais aussi aux artisans bouchers
- c'est enfin le moyen de recréer et de favoriser des relations directes entre éleveurs et bouchers

L'aboutissement de cette démarche s'est conclu par la validation de la charte « Viande Bovine du Vercors » en 1997 et la création de la marque "Viande Bovine, Produit du PNRV"

Le groupe de travail compte aujourd'hui 12 éleveurs (dont 2 en vente directe) et 6 bouchers.

CHARTRE
DE LA MARQUE
VIANDE BOVINE
"Produit du Parc Naturel Régional du Vercors"



Préambule

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 valorisation de leurs productions. Il cherche à apporter une plus-value aux acteurs du territoire.

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 Viande Bovine DU PARC NATUREL DU VERCORS et de ses produits dérivés tels que définis ci-après et produits sur le territoire du Parc naturel régional du Vercors.
- 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.

Prérequis réglementaire nécessaire à l'obtention de la marque

L'exploitation :

Le prestataire éleveur doit justifier de l'enregistrement de son activité à la MSA.
La déclaration graphique de parcellaire est à jour.

La boucherie :

L'artisan boucher doit justifier de l'enregistrement de son activité au registre du commerce.

Les animaux :

Tous les animaux du cheptel sont en permanence identifiés conformément à la réglementation en vigueur, afin d'assurer correctement la traçabilité de leur origine, de leur âge, de leur race et leur catégorie (boucles, carnet d'élevage, passeport).

L'éleveur respecte toutes les prophylaxies obligatoires et tous les plans de prévention placés sous arrêté préfectoral.

Le cheptel doit être qualifié indemne par rapport à deux maladies : la brucellose et la tuberculose.
L'éleveur déclare immédiatement aux autorités compétentes toute suspicion concernant les maladies suivantes : ESB , peste bovine.

Le produit :

Le bénéficiaire de la marque s'engage à respecter les réglementations en vigueur liées aux opérations :

- de transformation et de conditionnement (l'atelier, aux normes en vigueur; est déclaré à la DSV, conditionnement du produit sous vide ou sac propre à la congélation),
- d'étiquetage,
- de communication.
- de commercialisation en magasin ou sur les marchés.
- d'accueil du public et notamment touchant à la sécurité, l'hygiène.

Bouchers et éleveurs en vente directe doivent se munir d'une assurance intoxication alimentaire.

L'environnement :

Selon la taille de l'exploitation (UGB), l'éleveur respecte la réglementation concernant les installations classées par rapport à l'environnement ou se soumet au règlement sanitaire départemental.

Il applique, le moment venu, les nouvelles règles environnementales dictées par la PAC : (BCAE, 19 directives, prairies permanentes).

Il respecte la législation concernant l'élimination des déchets.

Dans tous les cas, l'exploitant ou l'artisan boucher s'engagent à respecter les exigences formulées par les différents organismes compétents en matière de contrôles relatifs à l'élevage, la santé, l'hygiène, la sécurité et à l'environnement (DSV, GDS, vétérinaires habilités, DDASS, DDAF...).

1/ DESIGNATION DU PRODUIT.

La viande bovine "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS " provient d'animaux veaux, génisses, bœufs et femelles adultes commercialisés sous la Marque "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS " sous la dénomination "VIANDE BOVINE" :

- **Veau de lait** : veau nourri au lait de la mère.
- **Veau**: veau nourri au lait de la mère, à l'herbe et au fourrage de la ferme.
- **Génisse**: femelles âgées de 30 à 40 mois (24 à 40 pour la race Limousine).
- **Bœuf** : mâles castrés âgés de 26 mois au moins.
- **Vache**: animaux de plus de 40 mois.

Les animaux répondent aux conditions d'élevage et de provenance définies ci-après.

Orientations pour la production de viande bovine du Vercors	Valeur de la marque associée	Critères techniques correspondant à ces orientations
<p>2/ LOCALISATION.</p> <p>Les activités liées au marquage contribuent au maintien et au développement du territoire, par l'utilisation de ressources et des infrastructures locales.</p> <p>L'élevage est localisé sur le parc.</p> <p>Les animaux sont nés, élevés et engraisés sur le parc.</p> <p>Les races choisies doivent être adaptées au territoire de montagne qu'est le Vercors.</p> <p>Le fourrage provient de la production locale.</p>	<p>Territoire</p> <p>Territoire</p> <p>Territoire</p>	<p>-Le siège des exploitations concernées ainsi que 85% au moins de la surface utilisée pour la Marque Parc doivent être situés sur le territoire du Parc.</p> <p>-Les bâtiments d'élevage sont exclusivement situés sur le territoire du Parc pour les animaux marqués.</p> <p>Les animaux sont nés, élevés et engraisés sur l'exploitation agricole.</p> <p>Le Vercors étant exempt de race locale à viande (dans l'attente des résultats recherchés sur la race Villarde), les animaux concernés sont de races à viande spécialisées (Charolais, Blonde d'Aquitaine, Limousine) ou issus de ces races (les éleveurs doivent être en mesure de justifier que les deux parents sont de race pure).</p> <p>Les animaux paissent exclusivement sur le</p>

<p style="text-align: center;"><u>Les animaux</u></p> <p>Le bien être des animaux est une priorité</p>	<p>Dimension humaine</p>	<p>production de viande ont pour alimentation de base le fourrage de ferme (herbe, foin, regain et ensilage ou enrubannage d'herbe).</p> <p><u>phase de finition :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -En règle générale, la phase de finition est de 4 mois pour les bœufs, génisses, femelles adultes et de 2 mois pour les veaux. -Les ensilages, enrubannages sont strictement interdits. -Les aliments de compléments sont autorisés dans la limite des composés suivants : céréales, plantes ou graines oléoprotéagineuses entières ou broyées, tourteaux issus de ces graines, racines et tubercules déshydratés autorisés en bouchon, luzerne, mais déshydratés autorisés en bouchon, condiment minéral vitaminé. La pulpe est autorisée dans la limite de 20 % de la ration énergétique et azotée complémentaire. -Les aliments à base d'OGM (+ de 1% (seuil réglementaire) sont interdits. -Si l'aliment complémentaire n'est pas réalisé sur la ferme mais acheté dans le commerce, l'éleveur doit être en mesure d'en certifier la composition. <p><u>Pour tous les bovins destinés à la Marque :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Tout produit anabolisant et activateur de croissance ou produit de substitution d'origine animale (farine de viandes et de poissons...) sont formellement exclus. - Les animaux ne sont pas maltraités. - L'étable est aérée. La propreté de la litière est surveillée. Les abreuvoirs et mangeoires sont propres. -L'eau et l'alimentation doivent satisfaire les besoins des animaux (qualité et quantité). -Les animaux malades, fatigués, blessés sont mis à l'écart.
---	--------------------------	---

<p>L'éleveur respecte les règles d'obtention et de bon usage des médicaments</p>	<p>Dimension humaine</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La prévention des maladies reste la règle prioritaire. -Le transport des animaux vivants s'effectue dans les conditions les plus favorables pour éviter le stress. -Les ordonnances et factures des médicaments sont conservés pendant un délais de 5 ans. -L'éleveur tient un carnet sanitaire qui assure la traçabilité de tous les traitements appliqués sur les animaux après sevrage. -Les médicaments sont stockés dans de bonnes conditions. -Les dates de péremption sont respectées.
<p style="text-align: center;"><u>L'environnement</u></p> <p>Maintien de la biodiversité floristique des prairies.</p>	<p>Préservation de l'environnement</p>	<p>L'éleveur respecte une conduite peu intensive sur les prairies et les pâturages, conformément aux règles de chargement arrêtées dans le règlement de la prime à l'herbe (PHAE), sur la zone géographique concernée par l'exploitation : Chargement maximum de 1,4 UGB / ha</p>
<p>Limitation des nuisances de l'élevage</p>	<p>Préservation de l'environnement</p>	<p>L'éleveur doit assurer la gestion des fuites de déjections animales issues de son exploitation : stockage des effluents conformes aux normes du RSD/ICPE ou du PMPOA.</p> <p>L'éleveur s'engage maintenir ses bâtiments en bon état visuel, les abords doivent être soignés et propres. L'exploitation doit être accueillante.</p>
<p>Les bâtiments de l'exploitation d'élevage ne détériorent pas le paysage, l'exploitant gère ses déchets.</p>	<p>Préservation de l'environnement</p>	<p>Les déchets sont stockés, en attendant leur évacuation, dans des conditions ne présentant pas de risque de pollution.</p>
<p>4/ LES PRATIQUES</p>		
<p><u>CULTURALES</u></p> <p>La production fourragère de type extensif répond à une volonté de</p>		

respect de l'environnement et du maintien de l'espace agricole ouvert.		
Limitation de la pollution par les nitrates et phosphates.	Préservation de l'environnement	-Les doses d'engrais minéraux N-P-K seront limitées à 60-60-60 sur toute la surface fourragère concernée (prescription PHAE). -L'utilisation des boues de stations d'épuration est interdite. -Les apports annuels de matières organiques ne doivent pas dépasser 125 U d'azote (prescription PHAE).
La pollution par les produits phytosanitaires est limitée.	Préservation de l'environnement	En cas d'extrême nécessité, sur les prairies permanentes, les herbicides contre les problèmes de Rumex, chardons, géraniums et les traitements localisés sur pied des ligneux types prunellier, églantier, sont tolérés et doivent rester exceptionnels. On préférera une lutte mécanique.
Maintien de l'espace ouvert	Préservation de l'environnement	L'ensemble de prairies de l'exploitation doivent être fauchées ou/et pâturées pour limiter toute progression des ligneux. L'entretien des pâtures par broyage des refus est encouragée pour garantir la maîtrise des ligneux.
<u>5/ LE PRODUIT</u>		
La marque est une reconnaissance des pratiques traditionnelles des territoires ruraux que sont les parcs. Elle participe au dynamisme économique et social du territoire.	Authenticité	Le groupe d'adhérents comprend des éleveurs, des éleveurs en vente directe et des artisans bouchers.
L'utilisation de produits	Dimension	-Tout traitement vétérinaire doit être interrompu

médicamenteux est contrôlée.	humaine	<p>au moins 15 jours avant l'abattage, 2 mois si le traitement comprend des antibiotiques.</p> <p>-L'emploi de tranquillisant est interdit durant le transport vers l'abattoir.</p>
Un âge minimum d'abattage est défini par le groupe.	Dimension humaine	<p>- Veaux de lait : 3 mois.</p> <p>- Veaux : 7 mois.</p> <p>- Génisses : 30 mois (24 mois pour les Limousines).</p> <p>-Bœufs : 26 mois.</p> <p>-Femelles adultes : 40 mois.</p> <p>L'éleveur s'engage à conduire l'animal à l'abattoir pour qu'il soit abattu dans les meilleurs délais.</p>
Eleveurs et artisans bouchers travaillent en partenariat direct , chacun respectant le savoir-faire de l'autre.	Dimension humaine	<p>Eleveurs et bouchers réalisent un planning d'approvisionnement tous les 6 mois. Ils privilégient l'échange et le dialogue au sein du groupe. Les éleveurs s'organisent pour visiter les carcasses dans les frigos des boucheries (quand la visite est impossible, un contact téléphonique est la règle).</p>
La marque, démarche de progrès, encourage à l'amélioration des pratiques.	Dimension humaine	<p>La meilleure conformation des carcasses est recherchée (classes supérieures de la grille EUROPA).</p>
L'artisan boucher mobilise tout son savoir - faire à la préparation de la viande. Il en maîtrise toutes les étapes et se fournit dans la limite des capacités d'écoulement de sa boucherie.	Dimension humaine	<p>L'artisan boucher procède au ressuyage et au refroidissement (chaîne du froid) selon les recommandations suivantes :</p> <p>- Les carcasses des génisses et des bœufs sont soumises à l'action du froid. La période de maturation conseillée est de 12 jours avec un minimum de 8 jours pour les parties arrières et de 8 jours avec un minimum de 5 jours pour les parties avants.</p> <p>- La congélation est interdite.</p>
Une bonne gestion des déchets de boucherie est recherchée.	Respect de l'environnement	<p>Les bouchers et éleveurs en vente directe éliminent les déchets de viande par le biais des filières prévues par la loi.</p>

6/ IDENTIFICATION ET TRACABILITE

Une fiche de suivi " Viande Bovine -Produit du parc naturel régional du Vercors" ou " Veau-Produit du parc naturel régional du Vercors" est attribuée à chaque animal.

L'APAP fournit les éleveurs en fiches de traçabilité lors des envois semestriels de planning (4 par animal).

L'éleveur y inscrit obligatoirement les renseignements suivants:

- nom et adresse de l'éleveur
- N° d'identification de l'animal
- la race de l'animal
- date de naissance
- la date de mise en finition
- la date, lieu de l'abattage et n° d'agrément de l'abattoir.
- le nom de l'artisan boucher destinataire.

Il garde l'exemplaire « éleveur » qui lui sera demandé lors des contrôles.

Les 2 exemplaires prévus sont transmis par l'éleveur à l'artisan boucher ou au responsable de l'atelier de découpe qui les complètent avec les renseignements suivants :

- Date d'arrivée de la carcasse à l'atelier
- Date de mise à l'étal

Un exemplaire est affiché à l'étal dans le présentoir prévu à cet effet.

Un exemplaire « suivi-contrôle » est retournée par l'artisan boucher à l'APAP à la date de mise à l'étal de la viande.

Les dispositions précises sont prises pour qu'il n'y ait pas de mélange possible entre la viande bénéficiant de la marque "Produit du Parc Naturel Régional du Vercors" et les viandes d'autres provenances lors du stockage en chambre froide et à l'étal.

7/ ETIQUETAGE DU PRODUIT ET DE SES EMBALLAGES

Seuls les produits fabriqués conformément à la présente charte peuvent porter la marque “Produit du parc naturel régional du Vercors”.

Elle est matérialisée par un étiquetage (pic, étiquette) ou une impression sur l'emballage de conditionnement. La nature et la forme de ses outils sont subordonnées à un accord commun entre le Parc, les producteurs et les commerçants.

A- CHARTE GRAPHIQUE

Les bénéficiaires s'engagent, dans le cadre de l'utilisation de la marque, à respecter l'ensemble des codes arrêtés dans la charte graphique attaché au règlement général de la marque. Ces codes sont spécifiquement déclinés dans leurs dimensions et leurs positionnements, selon les supports, en concertation avec le Parc.

B- PRESENCE DU LOGO

Le logo apparaît sur tous les documents de promotion du produit, et UNIQUEMENT pour ce produit.

Chaque nouveau document de promotion et d'étiquetage est soumis préalablement à l'avis du Parc.

Aucune mention d'étiquetage ne laisse entendre que la Marque garantit ou certifie un certain nombre de critères synonymes de qualité.

8/ COMMERCIALISATION et CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Les producteurs ayant obtenu la marque s'engagent à mettre en vente leurs produits dans un cadre qui ne dévalorise pas leurs produits ou porte atteinte à l'image de la marque.

Les produits marqués sont donc distribués dans les types de lieux et par les canaux de distribution suivants:

- Vente dans le commerce de détail et sur les marchés

Les artisans bouchers adhèrent à la présente charte et s'engagent à respecter les dispositions prévues.

Ils achètent les animaux directement aux producteurs adhérant à la Marque.

- vente à la ferme

Les éleveurs en vente directe s'engagent à respecter les dispositions prévues par la présente charte.

9/ ACCUEIL ET SIGNALISATION DU PRODUIT "MARQUE" SUR LE LIEU DE VENTE ET DE PRODUCTION

Aucune communication écrite ne laisse entendre que la Marque garantit ou certifie un certain nombre de critères, qu'elle est synonyme de qualité.

Dans le commerce de détail et sur les marchés :

Le commerçant veille à établir un contact convivial et personnel avec ses clients.

- Il renseigne sur la provenance et le mode de production des produits marqués en faisant référence à la charte et à la marque Parc.
- Il donne les informations demandées sur la région et le parc naturel régional du Vercors.
- Les morceaux de viande et autres produits transformés sont indiqués par les pics "Produit du Parc Naturel Régional du Vercors" prévus à cet effet.
- Des dispositions précises sont prises pour qu'il n'y ait pas de mélange possible entre la viande bénéficiant de la marque et les viandes d'autres provenances.
- Le commerçant signale son adhésion à la marque Parc.
- Il affiche, sur le présentoir conçu à cet effet, la fiche d'identité et de suivi de l'animal (cf Traçabilité).

A la ferme:

- Le producteur veille à établir un contact convivial et personnel avec ses visiteurs et ses clients.
- Il donne les informations demandées sur la région et le parc naturel régional du Vercors.
- Dans la mesure du possible le producteur propose à faire découvrir ses savoirs-faire et ses produits sur le site.
- Il signale avec le panneau prévu à cet effet, apposé en évidence à l'extérieur de l'étable ou du bâtiment principal de l'exploitation, son adhésion à la charte.
- La marque devra obligatoirement figurer sur chaque paquet ainsi que l'identification du lot (en référence au N° d'identification de l'animal).
- La fiche de traçabilité sera affichée de façon lisible dans la salle de vente .

10/ APPORTS et SOUTIENS du PARC

Outre le bénéfice du droit d'utilisation de la marque, le Parc et l'APAP sont aux côtés du producteur pour contribuer à son développement professionnel selon les modalités et par les moyens suivants :

A- MISE A DISPOSITION D'UN SIGNE DE RECONNAISSANCE SPECIFIQUE AU PRODUIT MARQUE

L'éleveur ou le commerçant qui aura reçu l'agrément bénéficie d'un panneau attestant son adhésion à la marque Parc.

L'éleveur doit acquérir les fiches de traçabilité "Viande bovine".

Le commerçant doit acquérir les supports et pics "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS".

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

Pour aider le producteur et le commerçant à informer le public sur les attraits du territoire, le Parc met à sa disposition :

- les dépliants et documentations en rapport avec le territoire
- les informations nécessaires sous les formes les plus adaptées

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

Chaque fois que cela lui est matériellement possible, et à l'exemple d'opérations de même nature déjà mises en oeuvre par les parcs naturels régionaux en France, le Parc, en collaboration avec l'APAP, facilite la création ou le développement de :

- Marchés paysans
- Journées thématiques
- Manifestations sur les lieux de vacances
- Présence et informations sur les serveurs Minitel, sur INTERNET , ETC

D-PROMOTION DES PRODUITS MARQUES

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

- évocation dans ses publications, audio-visuels, exposition, manifestations locales, régionales, ou nationales.
- Lors de ses participations à des salons locaux, régionaux ou nationaux et rencontres inter-Parcs
- Sur ses éditions, catalogues, et dépliants, en fonction de la logique de leurs contenus.

E- DETECTION DES SOURCES DE FINANCEMENTS

Dans certains secteurs, il existe des aides destinées à financer les coûts et surcoûts en rapport avec le contrôle, l'animation etc...

Le Parc s'engage à procéder aux recherches correspondantes et à proposer aux producteurs bénéficiant du droit d'utilisation de la marque tous les plans d'actions susceptibles de déboucher sur l'ouverture des droits correspondants.

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

Le bénéficiaire de la Marque s'engage :

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

- A participer aux opérations promotionnelles collectives qui sont menées dans le but de faire connaître et valoriser la marque Parc et la viande bovine marquée.
- A 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 :

- A 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.....)

11/ ATTRIBUTION- CONTROLE- RISQUES MAJEURS

A- ATTRIBUTION DE LA MARQUE

A-1 Formulation des demandes

Chaque éleveur ou artisan boucher souhaitant bénéficier de la marque doit en faire la demande par écrit auprès du parc naturel régional du Vercors.

A-2- Conditions d'antériorité de la demande

Le demandeur doit exercer son activité depuis au moins 1 an avant de pouvoir bénéficier de la marque.

Pendant cette période probatoire et d'adaptation, le déroulement de l'activité est observé, notamment au regard des valeurs de la marque et de la viabilité économique.

A-3- Examen des demandes:

Un premier examen est réalisé par une commission technique animée par l'APAP, et composée de producteurs et de commerçants adhérant à la marque. Une visite de l'exploitation ou du commerce pourra avoir lieu à la demande de la commission technique.

Ensuite la demande est 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.

B - CONTROLES

La commission "marque parc" veille au respect de la charte.

Pour cela, elle privilégie une démarche "d'auto-contrôle" (Parc/APAP) selon des modalités définies avec le Parc et l'APAP.

Elle pourra procéder à des contrôles complémentaires par un organisme extérieur et indépendant reconnu par le Parc.

Les contrôles portent sur:

- Le respect des conditions de production selon la charte.
- L'origine des animaux élevés, ou la durée d'élevage dans l'exploitation des animaux achetés.
- Les points de vente.

La commission ou l'organisme de contrôle-tenu à une stricte obligation de réserve, peut 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 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 ou le commerçant, 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 sans préavis.
- Sondages d'opinions des consommateurs.

C- TENUE D'UN REGISTRE DES CONTROLES

Les producteurs et les commerçants doivent mettre à disposition de la commission technique du Parc et des personnes chargées de contrôler le bon respect de la présente charte, tous les documents jugés nécessaires à l'instruction du dossier.

Pour cela, les producteurs doivent tenir un cahier de conduite d'élevage dans lequel sont indiqués les pratiques en rapport avec la charte.

Ils doivent pouvoir présenter toutes les pièces justifiant les pratiques culturales et d'élevage, en particulier pour les achats d'animaux, d'aliments et produits vétérinaires (factures ou bons de livraisons l'élevage).

Ils doivent fournir l'ensemble des exemplaires des fiches de traçabilité correspondants aux animaux commercialisés en marque Parc.

Les artisans bouchers et responsables d'ateliers de découpe doivent tenir un registre « entrée-sortie » viande "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS " et l'ensemble des fiches de traçabilité correspondant.

D-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.
- Détérioration manifeste de l'environnement au lieu de production.
- Utilisation frauduleuse de la marque Parc.

12/ CONDITIONS FINANCIERES D'OCTROI DE LA MARQUE

L'usage de la marque donne lieu à contribution financière de la part des bénéficiaires en contrepartie de sa valeur d'usage :

- Le bénéficiaire s'engage donc 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.

13/ DELAIS DE LA CHARTE

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