

CHARTRE
DE LA MARQUE
AGNEAUX
"Produit du Parc Naturel Régional du Vercors"



SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
<u>Préambule :</u>	3
<u>Prérequis réglementaire nécessaire à l'obtention de la marque :</u>	4
1/ DESIGNATION DU PRODUIT.	5
2/ LOCALISATION.	5
3/ LE GROUPE D'ADHÉRENTS.	6
4/ L'ELEVAGE.	6
5/ LES PRATIQUES CULTURALES.	8
6/ TRANSFORMATION ET MISE EN VENTE.	9
7/ IDENTIFICATION ET TRACABILITE.	11
8/ ETIQUETAGE DU PRODUIT ET SES EMBALLAGES.	11
9/ COMMERCIALISATION ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION.	
A- La vente directe	12
B- La vente indirecte	12
10/ ACCUEIL ET SIGNALISATION DU PRODUIT « MARQUE » SUR LE LIEU DE VENTE ET DE PRODUCTION.	13
11/ APPORTS ET SOUTIENS DU PARC ET DE L'APAP.	14
12/ MISE EN OEUVRE D'UNE STRATEGIE COHERENTE AVEC L'UTILISATION DE LA MARQUE.	15
13/ ATTRIBUTION-CONTRÔLE-RISQUES MAJEURS.	
A- Attribution de la Marque	15
B- Suivis et contrôles	16
C- Risques majeurs	17
14/ CONDITIONS FINANCIERES D'OCTROI DE LA MARQUE.	17
15/ EVOLUTIONS DE LA CHARTE.	17
<u>ANNEXES :</u>	
- Annexe 1 : code de bonnes pratiques de la gestion des effluents d'élevage.	
- Annexe 2 : fiche de suivi du lot d'agneaux « Produit du Parc ».	
- Annexe 3 : référentiel de contrôle	

Préambule

Le Parc naturel régional du Vercors (PNRV), 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 PNRV. 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 directe par l'éleveur, le boucher ou autre revendeur de l'agneau « PRODUIT 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.

La présente charte a été validée en commission nationale Marque Parc, animée par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, le 22 septembre 2009

Prérequis réglementaire nécessaire à l'obtention de la Marque

L'exploitation :

L'éleveur (appelé aussi adhérent ou bénéficiaire) doit justifier de l'enregistrement de son activité professionnelle à la MSA.

L'éleveur devra déposer une « déclaration PAC » annuellement.

La boucherie ou rayon boucherie :

Le boucher ou autre revendeur (appelé aussi adhérent ou bénéficiaire) 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 (boucles, carnet d'agnelage).

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

Le cheptel doit être qualifié officiellement indemne de brucellose. L'éleveur déclare immédiatement aux autorités compétentes toute suspicion concernant la brucellose.

Le produit (désignation, marquage et identification) :

Le bénéficiaire de la marque (éleveurs ou bouchers adhérents) 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, le conditionnement du produit se fait sous vide ou dans des sacs propre à la congélation ou dans du papier paraffiné pour la vente aux détails),
- d'étiquetage,
- de communication,
- de commercialisation en magasin ou sur les marchés,
- d'accueil du public et notamment touchant à la sécurité, l'hygiène.

Les éleveurs pratiquant la vente directe doivent se munir d'une assurance intoxication alimentaire.

Conditions générales :

L'éleveur adhérent s'engage à appliquer toute la réglementation sanitaire, juridique et fiscale liée à la pratique de l'activité agricole en général et à l'élevage ovin en particulier.

Le boucher ou autre revendeur s'engage à appliquer toute la réglementation sanitaire, juridique et fiscale liée à la pratique de son activité de boucherie et à la vente de viande ovine en particulier.

1/ DESIGNATION DU PRODUIT.

Peuvent prétendre à la Marque AGNEAU "PRODUIT DU PARC NATUREL REGIONAL DU VERCORS " les agneaux mâles ou femelles élevés sous la mère. Ils peuvent être de deux types :

Agneau d'herbe : doit passer 75 % de son temps de vie en pâturage, 75 % de son alimentation est du fourrage ;

Agneau de bergerie : tous les agneaux ne répondant pas aux critères définis par l'agneau d'herbe, 75 % de son alimentation est du fourrage (hors paille).

Du fait qu'il n'y a aucune race locale, les animaux élevés doivent être de races adaptées aux conditions particulières du territoire du Parc du Vercors, (montagne, climat...), en excluant les animaux de races pures laitières.

Les animaux répondent aux conditions d'élevage, de provenance et de transformation définies ci-après :

Orientations pour la marque « agneaux »	Valeur de la marque associée	Critères techniques correspondant à ces orientations
2/ LOCALISATION. <i>Les activités liées au marquage contribuent au maintien et au développement du territoire, par l'utilisation de ressources et des infrastructures locales.</i>		
L'élevage est localisé sur le parc.	Territoire	Le siège de l'exploitation concernée ainsi que 85% au moins de la surface utilisée pour l'élevage ovin doivent être situés sur le territoire du Parc. Les bâtiments d'élevage sont exclusivement situés sur le territoire du Parc pour les animaux marqués.
Les animaux sont nés, élevés et engraisés sur le Parc.	Territoire	Les animaux sont nés, élevés et engraisés sur l'exploitation agricole adhérente.
Le fourrage provient de la production locale.	Territoire	Les animaux paissent exclusivement sur le territoire du Parc. La totalité de la ration de base provient de l'exploitation ou du territoire du Parc sauf cas de force majeure (mauvaise année de foin) par mesure dérogatoire déclarée auprès du Président du PNRV.
Abattage	Territoire	Les animaux sont abattus le plus près possible du lieu de l'élevage dans des abattoirs agréés.

Orientations pour la marque « agneaux »	Valeur de la marque associée	Critères techniques correspondant à ces orientations
<p>3/ LE GROUPE D'ADHERENTS <i>La marque est une reconnaissance des pratiques traditionnelles des territoires ruraux que sont les parcs. Elle participe au dynamisme économique et social du territoire.</i></p> <p>Les adhérents.</p>	Dimension humaine	Le groupe d'adhérents comprend des éleveurs, des éleveurs en vente directe, des bouchers et autres revendeurs de viande ovine.
<p>4/ L'ELEVAGE <i>La conduite de l'élevage est réalisée dans une forme traditionnelle. Elle s'intègre parfaitement dans le territoire parc en respectant l'environnement.</i></p> <p><u>Technicité d'élevage</u> Les animaux sont mis au pré dès que les conditions extérieures le permettent.</p> <p>L'alimentation est issue de matières saines et nobles.</p>	<p>Dimension humaine</p> <p>Dimension humaine</p>	<p>La pratique de l'élevage en hors sol (zéro pâturage) est interdite pour les brebis. Les brebis doivent obligatoirement pâturer durant la période estivale (de Mai à Octobre), sauf si des aléas climatiques l'empêchent.</p> <p>-L'alimentation de base des ovins est composée de fourrages de la ferme (foin, regain, herbe et enrubannage) à l'exclusion de tout autre produit : substances chimiques (anabolisants, activateurs de croissance, urée, antibiotiques hors usage vétérinaire, hormones synthétiques ou naturelles). Les ensilages sont interdits, l'enrubannage est autorisé avec un minimum de 45% de matière sèche dans la limite de 50% de la ration de base. L'allaitement artificiel des agneaux est interdit. La ration de base pourra être complétée à partir des aliments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> * céréales * produits des graines de légumineuses * racines et tubercules déshydratés * mélasse * luzerne et fourrage déshydraté <p>Les sous produits industriels humides comme les pulpes, les écorces d'agrumes, etc... sont exclus de la ration.</p>

Orientations pour la marque « agneaux »	Valeur de la marque associée	Critères techniques correspondant à ces orientations
		<p>Pour les autres cas particuliers, une autorisation préalable sera à demander au Président du Parc naturel régional du Vercors.</p> <p>-Les aliments contenant une teneur en OGM supérieure au seuil réglementaire (0,9 % au printemps 2008) sont interdits.</p> <p>-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>
<p>Les animaux Le bien être des animaux est une priorité.</p> <p>L'éleveur respecte les règles d'obtention et de bon usage des médicaments.</p>	<p>Dimension humaine</p> <p>Dimension humaine</p>	<p>- Les animaux ne sont pas maltraités. - La bergerie est aérée. La propreté de la litière est surveillée. Les abreuvoirs et mangeoires sont propres. -L'élevage des agneaux de bergerie doit respecter les caractéristiques suivantes : 0,75 m2 minimum de surface par animal en fin d'engraissement 75 % de fourrage grossier dans la ration. -L'eau et l'alimentation doivent satisfaire les besoins des animaux (qualité et quantité). -Les animaux malades, fatigués, blessés sont mis à l'écart. -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.</p> <p>-Les ordonnances et factures des médicaments sont conservées pendant un délai de 5 ans. -L'éleveur tient un carnet sanitaire qui assure la traçabilité de tous les traitements appliqués sur les animaux. -Les médicaments sont stockés dans de bonnes conditions. -Les dates de péremption sont respectées.</p>

Orientations pour la marque « agneaux »	Valeur de la marque associée	Critères techniques correspondant à ces orientations
<p>L'utilisation de produits médicamenteux est contrôlée.</p> <p>Un âge minimum d'abattage est défini par le groupe.</p>	<p>Dimension humaine</p> <p>Environnement préservé et valorisé</p> <p>Dimension humaine</p>	<p>- Les agneaux « Produit du Parc » ne doivent pas subir de traitements antibiotiques au delà de 1 mois d'âge.</p> <p>- Les traitements antiparasitaires avec des produits de synthèse seront limités à : 3/an et /brebis 4/agneau</p> <p>Les Invermectines sont interdites sur les agneaux et les brebis en lactation. Seuls les produits non rémanents dans l'environnement seront utilisés</p> <p>Les agneaux du Vercors sont abattus entre 3 mois (agneaux de bergerie) et 8 mois (agneaux d'herbe).</p> <p>Les animaux sont abattus dans les meilleurs délais suivant leur arrivée à l'abattoir</p>
<p><u>L'environnement</u></p> <p>Maintien de la biodiversité floristique des prairies.</p> <p>Limitation des nuisances de l'élevage.</p> <p>Les bâtiments de l'exploitation d'élevage ne détériorent pas le paysage, l'exploitant gère ses déchets.</p>	<p>Environnement préservé et valorisé</p> <p>'Environnement préservé et valorisé</p> <p>Environnement préservé et valorisé</p>	<p>L'éleveur respecte une conduite peu intensive sur les prairies et les pâturages, chargement maximum de 1UGB/ha SFP.</p> <p>L'éleveur appliquera le code de bonne pratique de la gestion des effluents d'élevage (cf. annexe 1). Les épandages effectués sont consignés dans un cahier d'épandage. Si les pratiques d'épandages ne sont pas jugées bonnes, un plan prévisionnel sera demandé.</p> <p>L'éleveur s'engage à maintenir ses bâtiments en bon état visuel, les abords doivent être propres. Les déchets sont triés et stockés en attendant leur évacuation dans des conditions ne présentant pas de risques de pollution, selon l'organisation locale de tri et de collecte sélective.</p>
Orientations pour la marque	Valeur de	Critères techniques correspondant à ces

« agneaux »	la marque associée	orientations
<p>5/ LES PRATIQUES CULTURALES</p> <p><i>La production fourragère de type extensif répond à une volonté de respect de l'environnement et du maintien de l'espace agricole ouvert.</i></p> <p>Limitation des risques de pollution par les nitrates et phosphates.</p>	<p>Environnement préservé et valorisé</p>	<p>La fertilisation minérale et organique ne devra pas dépasser 125 N / 90 P / 160 K (prescription PHAE). Dans ces plafonds, les doses d'engrais minéraux N-P-K seront limitées à 40-30-40 sur toute la surface fourragère concernée.</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'utilisation des boues de stations d'épuration est interdite. - Seuls les apports de matière organique issus de l'hivernage des troupeaux sont autorisés. Si les pratiques d'épandages ne sont pas jugées bonnes, un plan prévisionnel sera demandé. - Les rumex, chardons, géranium, ligneux... devront être détruits de façon mécanique. Toutefois, en cas de besoin absolu, ces plantes pourront être détruites chimiquement de façon localisée (un registre phytosanitaire doit être tenu à jour). - Sur les cultures, l'éleveur s'engage à éviter toute forme de pollution en adoptant des pratiques respectueuses de l'environnement : respect de la réglementation en vigueur 1 seul fongicide sur céréales 1 seul herbicide par culture pas insecticides sur céréales sauf en cas de force majeur (un registre phytosanitaire doit être tenu à jour). <p>L'ensemble des prairies de l'exploitation doivent être fauchées ou/et pâturées pour limiter toute progression de ligneux. L'entretien des pâtures par broyage des refus est encouragé pour garantir la maîtrise des ligneux.</p>
Orientations pour la marque	Valeur de	Critères techniques correspondant à ces

« agneaux »	la marque associée	orientations
<p>6/ TRANSFORMATION ET MISE EN VENTE.</p> <p>L'éleveur et le boucher ou autre revendeur adhérents sont responsables de la qualité de la découpe, de la présentation et de la mise en vente.</p> <p>Une bonne gestion des déchets de la viande est recherchée.</p> <p>Le boucher ou autre revendeur 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.</p>	<p>Dimension humaine</p> <p>Environnement préservé et valorisé</p> <p>Dimension humaine</p>	<p>La congélation est interdite. La qualité de présentation est valorisante. L'hygiène et la propreté pendant la transformation doivent être irréprochables.</p> <p>Les éleveurs en vente directe, bouchers et autres revendeurs éliminent les déchets de viande par le biais des filières prévues par la loi.</p> <p>Le boucher ou autre revendeur procède au ressuyage et au refroidissement (respect de la chaîne du froid) des carcasses d'agneaux. Pour les carcasses d'agneau, la période de maturation conseillée est d'au moins 48 h à adapter en fonction de la conformation et de l'engraissement de la carcasse.</p>

7/ IDENTIFICATION ET TRACABILITE

Une fiche de suivi agneaux « Produit du Parc naturel régional du Vercors » (cf annexe 2) est attribuée à un lot d'animaux.

L'éleveur doit acquérir les fiches de traçabilité « Produit du Parc » fournies par l'APAP.

L'éleveur y inscrit obligatoirement les renseignements suivants :

- nom et adresse de l'éleveur
- N° d'identification des animaux du lot
- les dates de naissances
- la date, lieu de l'abattage et n° d'agrément de l'abattoir.
- le nom du vendeur ou revendeur
- lieu de découpe

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

Un exemplaire prévu est transmis par l'éleveur au boucher ou autre revendeur.

Un exemplaire est affiché dans le présentoir prévu à cet effet sur le lieu de vente.

Un exemplaire « suivi-contrôle » est retourné par l'éleveur à l'APAP.

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.

8/ ETIQUETAGE DU PRODUIT ET DE SES EMBALLAGES

Seuls les produits conformes à la présente charte peuvent porter la marque "Produit du parc naturel régional du Vercors". Elle est matérialisée par un étiquetage (pic, étiquette) à l'étal, ou une impression sur l'emballage de conditionnement.

L'éleveur doit acquérir les supports de communication prévus à cet effet auprès de l'APAP, pour les mettre à disposition des lieux de vente. La nature et la forme de ses outils sont subordonnées à un accord commun entre le Parc et les producteurs.

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

◆ 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 attachée 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.

◆ Identification de la marque

La marque apparaît sur tous les documents de promotion du produit, et **UNIQUEMENT** pour ce produit.

9/ COMMERCIALISATION et CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Les producteurs, bouchers ou autres revendeurs ayant obtenu la Marque Parc s'engagent à mettre en vente leurs produits dans un cadre qui ne les 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 distributions suivants :

A - La vente directe

Les éleveurs en vente directe s'engagent non seulement à respecter les dispositions prévues par la présente charte, mais également par la réglementation française et européenne en vigueur.

À la ferme, le producteur est attentif à la propreté de son point de vente. Celui-ci doit être accueillant.

Il signale par les outils prévus à cet effet son adhésion à la marque.

L'éleveur veille à établir un contact convivial et personnel avec ses visiteurs et ses clients :

- il fait découvrir son savoir-faire sur l'élevage ovin. Il apporte les explications nécessaires pour une compréhension globale ou sur des points plus spécifiques,
- il présente la Marque Parc et promeut les autres produits ou services marqués,
- il promeut les missions et le territoire du Parc naturel régional du Vercors.

Pour ce faire, il met à disposition du public des dépliants, de la documentation sur le Parc du Vercors et la Marque Parc et accepte de se mettre en situation de répondre aux questions du public.

Le bénéficiaire de la Marque Parc veillera à ce que ses produits marqués demeurent facilement identifiables et que l'étiquetage ne porte aucune confusion avec des produits de même nature ne bénéficiant pas de la Marque Parc.

B - La vente indirecte

L'éleveur adhérent s'engage à fournir au Parc du Vercors sa liste (confidentielle) des lieux de vente (bouchers et autres revendeurs).

Les bouchers et autres revendeurs s'engagent non seulement à respecter les dispositions prévues par la présente charte, mais également par la réglementation française et européenne en vigueur.

En tant qu'adhérents à la Marque Parc, les bouchers et autres revendeurs sont garants des valeurs de la Marque Parc. Ils bénéficient des avantages et des obligations dus aux adhérents (demande adhésion, audit et contrôle, ...).

Les animaux peuvent être abattus au nom de l'éleveur, du boucher et autre revendeur.

Dans la boucherie ou rayon boucherie, le boucher ou autre revendeur est attentif à la propreté de son point de vente. Celui-ci doit être accueillant.

Il signale par les outils prévus à cet effet son adhésion à la marque. Il peut signifier sur tout support promotionnel son adhésion à la Marque Parc, (selon les règles de l'article 8).

Le boucher ou autre revendeur veille à établir un contact convivial et personnel avec ses visiteurs et ses clients :

- il fait découvrir son savoir-faire sur la viande ovine. Il apporte les explications nécessaires pour une compréhension globale ou sur des points plus spécifiques,
- il présente la Marque Parc et promeut les autres produits ou services marqués,
- il promeut les missions et le territoire du Parc naturel régional du Vercors.

Pour ce faire, il met à disposition du public des dépliants, de la documentation sur le Parc du Vercors et la Marque Parc et accepte de se mettre en situation de répondre aux questions du public.

Le bénéficiaire de la Marque Parc veillera à ce que ses produits marqués demeurent facilement identifiables et que l'étiquetage ne porte aucune confusion avec des produits de même nature ne bénéficiant pas de la Marque Parc.

10/ 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 synonymes de qualité.

-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.

-La fiche d'identité et de suivi du lot d' animaux est affichée sur le présentoir conçu à cet effet (cf Traçabilité et Annexe 2).

-Le bénéficiaire de la Marque Parc 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, il est proposé à faire découvrir ses savoir-faire et ses produits par une visite de son site.

-Il signale avec le panonceau prévu à cet effet, apposé en évidence à l'extérieur de la bergerie ou du bâtiment principal de l'exploitation ou dans la boucherie ou rayon boucherie, son engagement à la charte.

-Dans le cas de vente directe, la marque devra obligatoirement figurer sur chaque colis ainsi que l'identification du lot (en référence au N° d'identification des animaux).

11/ APPORTS et SOUTIENS du PARC et de l'APAP

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

◆ Mise à disposition d'un signe de reconnaissance spécifique au produit marqué

Le PNRV (via l'APAP) met à disposition de l'éleveur :

- un panonceau attestant son adhésion à la marque Parc,
- les fiches de traçabilité Agneaux « Produit du Parc naturel régional du Vercors »,
- les supports et pics « Produit du Parc naturel régional du Vercors ».

◆ Mise à disposition de documentations en rapport avec le territoire et ses activités

Pour aider le bénéficiaire de la Marque Parc 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.

◆ Accompagnement et assistance à la création de manifestations adaptées au développement des ventes des produits marqués

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 du Vercors, en collaboration avec l'APAP, facilite la création ou le développement de manifestations :

- Marchés paysans
- Journées thématiques
- Manifestations sur les lieux de vacances
- Présence et informations sur Internet, etc.

◆ Promotion des produits marqués

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.

◆ Détection des sources de financement

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 adhérents bénéficiant du droit d'utilisation de la Marque tous les plans d'actions susceptibles de déboucher sur l'ouverture des droits correspondants.

◆ Accompagnement des groupes d'adhérents

Le PNRV (via l'APAP) doit :

- organiser des rencontres régulières (annuelles au minimum) pour réaliser des bilans d'activité, réfléchir en commun aux actions de promotion ;
- animer le groupe pour réfléchir à une démarche de progrès.

12/ MISE EN OEUVRE D'UNE STRATEGIE COHERENTE AVEC L'UTILISATION DE LA MARQUE

L'adhérent à la marque « Produit du Parc » 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 « Agneau, produit du Parc » en particulier et la marque Parc en général.

L'adhérent à la Marque « Produit du Parc » s'engage à 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 les bénéficiaires de la Marque à optimiser leur stratégie de différenciation à tous les stades où cela est nécessaire par la recherche de conseils et d'aides (processus de production , produit, commercialisation, marketing, promotion...).

13/ ATTRIBUTION- CONTROLE- RISQUES MAJEURS

A- ATTRIBUTION DE LA MARQUE

-Conditions d'antériorité de la demande :

Chaque éleveur, boucher ou autre revendeur souhaitant bénéficier de la marque 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.

-Examen des demandes :

Suite à une demande écrite de l'éleveur, du boucher ou autre revendeur au Président du PNRV, un audit d'agrément est réalisé par le chargé de mission du PNRV (accompagné éventuellement d'un chargé de mission de l'APAP et/ou d'un adhérent à la marque).

Le compte rendu d'audit est :

- 1) transmis à l'APAP pour avis
- 2) examiné par la commission du PNRV¹ en charge de l'agriculture qui transmet son avis au Président du PNRV

Le Président décide et signe la convention d'utilisation pour 3 ans.

Un audit de renouvellement, (conduit comme le premier audit d'agrément), sera fait avant la fin de la période des 3 ans, sauf si le bénéficiaire informe par écrit son souhait de ne pas renouveler son adhésion

B – SUIVI ET CONTROLES

Le PNRV veille au respect de la charte.

Pour cela, il met en place une démarche de suivi et de contrôle interne (Parc/ APAP) selon des modalités définies avec l'APAP.

Lors des audits d'agrément et de renouvellement, avec l'aide du référentiel, il sera établi pour chaque bénéficiaire une démarche de progrès pour la période des 3 ans à venir.

Une visite de suivi est réalisée pendant la durée de la convention (3 ans), portant notamment sur la démarche de progrès.

Le PNRV procédera à des contrôles complémentaires par un organisme extérieur et indépendant reconnu par le Parc.

Les contrôles portent sur le respect de cette charte via le référentiel joint en annexe 3.

La commission ou l'organisme de contrôle sont tenus à une stricte obligation de réserve et 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 en charge de l'agriculture, prononce des sanctions pouvant aller jusqu'au retrait temporaire ou définitif, pour l'éleveur adhérent, du droit d'utiliser la marque Parc.

Le bénéficiaire 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.

Les bénéficiaires de la marque doivent mettre à disposition des personnes chargées de contrôler le bon respect de la présente charte, tous les documents jugés nécessaires à l'instruction du dossier.

¹ Cette commission se compose d'élus du syndicat mixte du PNRV et de représentants de l'APAP. Ceux-ci s'entourent de toutes les personnes qu'ils jugeront nécessaires et opportunes à leurs travaux.

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.

C-RISQUES MAJEURS

Le bénéficiaire 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 bénéficiaires 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 bénéficiaire a le 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 accueillis à des risques en rapport avec la sécurité des personnes.
- Non respect de la réglementation des conditions de travail.
- Détérioration manifeste de l'environnement du lieu de production.
- Utilisation frauduleuse de la marque Parc.

14/ CONDITIONS FINANCIERES D'OCTROI DE LA MARQUE

L'usage de la marque donne lieu à contribution financière de la part des adhérents, (éleveurs, bouchers et autres revendeurs), en contrepartie de sa valeur d'usage :

- L'adhérent s'engage donc à s'acquitter de l'adhésion annuelle qui est proposée 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.

15/ EVOLUTIONS DE LA CHARTE

La charte est applicable dans sa totalité. Elle peut être modifiée à la demande des signataires sur argumentation suffisante.

Une convention d'utilisation est signée pour une période de trois ans entre l'éleveur adhérent et le Président du PNRV.

Toute modification de la charte doit être signalée aux éleveurs adhérents.