



Les conditions d'accès pour les produits agroalimentaires

PREAMBULE

Les filières agricoles et les entreprises agroalimentaires de la Région Languedoc-Roussillon ont engagé une mutation qualitative et technologique remarquable pour s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs et conquérir des parts de marchés.


La Région Languedoc-Roussillon, afin de valoriser cette mutation et d'accompagner les partenaires professionnels dans leurs efforts de promotion, crée une marque



Cette marque promeut les produits régionaux différenciés sur des marchés ciblés et facilite leur repérage dans la distribution.



a pour ambition d'incarner la vitalité et la modernité des produits agroalimentaires du Languedoc-Roussillon et couvre une mosaïque de produits et terroirs, de

paysages.  peut s'appuyer sur les bienfaits de l'alimentation méditerranéenne, sur des traditions culinaires ensoleillées, sur des produits agricoles à forte typicité ainsi que sur le respect de l'environnement, sur un mode de production responsable.

LES EXIGENCES

L'entreprise désireuse de bénéficier de la marque doit :

- A- présenter au comité de pilotage de la marque un produit, ou gamme de produit, qui soit différencié par rapport au produit standard,
- B- apporter la preuve d'une démarche qualité
- C- établir son lien au territoire.
- D- démontrer son engagement dans une démarche de progrès

A – La Différenciation du produit

Les éléments de différenciation du produit ou de la gamme de produit sont avérés et sont apportés par **au moins un des critères suivants** :

- **un signe d'identification de qualité ou de l'origine**, ou un autre mode de valorisation au sens de la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006
- **des pratiques de production respectueuses de l'environnement** (*Agriculture Biologique, Sud Nature, Eurepgap, production intégrée, etc*)

- **une adhésion à une marque départementale** s'appuyant sur un cahier des charges
- **un savoir-faire particulier**, une recette traditionnelle, une spécialité régionale, une distinction liée au produit, à son goût (*concours gourmand, produit de l'année, etc*)
- **le caractère innovant du produit** : un conditionnement, un avantage nutritionnel, la sélection variétale ou de race animale, une allégation santé, l'adaptation à de nouveaux modes de consommation...

B – Les exigences qualitatives

L'entreprise doit apporter la preuve d'une démarche qualité, par la mise en œuvre d'un référentiel assorti d'un plan de contrôle (*cahier des charges privé interne à l'entreprise, cahier des charges certifié, cahier des charges de marque collective avec contrôle externe, cahier des charges qualité système, etc*).

L'entreprise doit apporter la preuve :

- de la véracité des informations attestées et fournira à la demande du comité de pilotage tout document ou agrément,
- du maintien dans la durée du niveau qualitatif annoncé du produit.

Pré-requis : conformité par rapport à la réglementation en vigueur, en particulier sur le plan de l'hygiène, de l'environnement.

C - Lien au territoire : origine et provenance régionale

1^{er} groupe de produits :

- Fruits, légumes, céréales, champignons, miels, viande, laits et fromages, produits de la mer sauf moules, olives et huiles d'olive, vinaigre.
- Eaux minérales et gazeuses.

↪ Le site de production ou de transformation de l'entreprise est situé en Languedoc-Roussillon.

↪ ET les productions agricoles, ou matières premières principales et produits de la mer sont issus du Languedoc-Roussillon.

Cas particuliers :

- a) Dans le cas d'une filière produit, une extension de zone sera tolérée et examinée au cas par cas dans la mesure où elle correspond à un bassin de production homogène et ininterrompu.
- b) Pour une zone homogène de production et pour un produit issu d'une filière agricole, est accepté un metteur en marché dont le siège est situé dans un département limitrophe.

2^{ème} groupe de produits :

- tapenade, anchoïade, moules conditionnées ou transformées, pâtes à tartiner, sauces, épices ...
- plats cuisinés, charcuterie, soupes, confiserie, biscuiterie, boulangerie, glaces, desserts lactés...
- fruits et légumes de 4^{ème} gamme ou en conserve
- farines, semoules, confitures, compotes, purées, saurisserie, condiments
- sirops, nectars et jus de fruits.

↪ Le site de production ou de transformation de l'entreprise est situé en Languedoc-Roussillon.

↪ ET Les matières premières principales ne sont pas nécessairement issues de la production régionale du Languedoc-Roussillon ; s'agissant des fruits et légumes transformés, la validation sera faite au cas par cas par le comité de pilotage.

D – La démarche de progrès

L'entreprise est engagée dans une démarche de progrès qui assure l'amélioration de ses produits et contribue à leur différenciation. L'entreprise doit pouvoir justifier son engagement dans une démarche de progrès en validant au moins 10 critères suivants dont 2 au moins par volet.

Acquis A mettre en œuvre

-

Volet stratégique et commercial

- Veille stratégique du marché
- Nouveau positionnement marketing
- Commercialiser sous marque propre
- Assurer une moindre dépendance commerciale
- Anticipation des besoins des clients
- Services au client
- Charte achat des matières premières
- Système de rémunération différencié
- Démarche/projet d'innovation (produits, process, marketing...)
- Participer à des actions collectives
- Site Internet
- Contractualisation avec l'amont
- Pour la 2^{de} transformation, engagement dans une réflexion pour progresser dans l'utilisation de matières premières issues de la Région

Volet environnemental

- Réalisation d'un diagnostic environnemental
- Suivi de la consommation des ressources (eau, énergie)
- Réduction avérée des consommations
- Dispositif interne de pré-traitement ou de traitement des eaux
- Choix d'utilisation d'énergies renouvelables
- Recyclage de déchets ou produits
- Dépassement des objectifs de la réglementation
- Communication vis à vis des salariés
- Communication vis à vis des consommateurs

Volet social

- Plan de formation
- Entretiens annuels
- Intéressement au résultat, prime, remise de prix...
- Mise en place d'une gestion prévisionnelle des compétences
- Enrichissement des compétences par la mobilité interne
- Mise en place de parcours professionnalisants
- Intégration des jeunes en apprentissage et en alternance
- Organisation du travail et des compétences
- Accueil et accompagnement des nouveaux salariés