

# **Association Porc Montagne**

(Association des Interprofessions Porcines de Montagne française)

## **Charte nationale de production, de transformation et de commercialisation des entreprises des filières Porcines de Montagne.**

- enjeux
- portée de la charte
- valeurs d'engagement
- critères d'engagement
- contrôle et sanction

Adoptée à Clermont Ferrand le 15 octobre 2010

Version modifiée au 13 septembre 2011

Version modifiée au 23 septembre 2014

## Enjeux

Les régions de montagne françaises possèdent un patrimoine gastronomique grandement lié à des recettes ancestrales élaborées à partir de la production locale de viande de porcs. Cette richesse construite au cours des ans est le reflet d'une implantation de la production porcine dans ces régions qui est vieille de plusieurs siècles.

Cette production a su évoluer lors de la révolution agricole et rurale de la deuxième moitié du XXe siècle pour constituer un réseau d'exploitations agricoles familiales, bénéficiant des gains techniques réalisés durant cette période. Celui-ci approvisionne un ensemble encore important d'entreprises artisanales ou industrielles d'abattage et de transformation. Grâce à elles, perdurent des traditions culinaires et des produits de grande renommée locale ou internationale qui dans certains cas s'appuient sur des signes d'identification de la qualité et de l'origine français et européens.

Pourtant, les difficultés croissantes de l'amont de la filière et en premier lieu des éleveurs font craindre une diminution inexorable de cette production traditionnelle.

La montagne et les produits de la montagne jouissent d'une image extrêmement positive auprès des consommateurs. De nombreux produits utilisent d'ailleurs cette image de façon explicite ou implicite. Pour autant, la reconnaissance de l'origine montagne reste marginale dans un environnement commercial où les signes distinctifs sont très nombreux.

L'enjeu de la création d'une charte de produits issus des filières porcines de montagne réside donc dans la mise en œuvre d'un outil collectif au service du développement économique des opérateurs de la zone.

Cette charte devra en conséquence participer à la pérennisation d'une production agricole de qualité, source d'approvisionnement privilégiée ou unique de filières de produits transformés inscrites dans des démarches qualité reconnues officiellement, ou de portées régionales, pouvant s'appuyer sur une identification commune à la montagne. Cette identification sera liée exclusivement au respect de la charte interprofessionnelle.

L'objectif ultime du projet est le développement et la pérennité de la production et de la transformation porcines en montagne.

## Portée de la Charte

Les signataires de la charte nationale de production, de transformation et de commercialisation des entreprises des filières Porcines de Montagne s'engagent dans une démarche commune en vue de participer au développement économique de la montagne, en tant que moteur de l'aménagement du territoire et de la préservation de ses traditions et de son patrimoine.

La charte a été élaborée sur la base des résultats du programme de Recherche & Développement Porc de Montagne « **De l'attente des consommateurs au développement de produits de montagne typés** ». En particulier, les valeurs et les critères d'engagements qui la constituent prennent étroitement en compte les résultats de ce programme national mené par APM et ses partenaires techniques.

**La présente charte constitue un socle collectif de reconnaissance et de garantie de la qualité spécifique des produits issus de porcs de montagne.**

- ✚ La charte régit les règles d'utilisation de moyens collectifs de développement, de promotion et de communication, **d'une marque collective** simple déposée à l'INPI. Un règlement d'usage de la marque y sera annexé. Cette marque se présente comme suit et son utilisation devra respecter la charte graphique annexée (annexe 2) :



- ✚ L'Association Porc Montagne et l'ensemble des signataires de la Charte s'engagent à mettre en œuvre de façon concertée une politique d'investissements collectifs au service du développement de la marque et des produits l'utilisant. Cette politique portera notamment sur la communication collective, la certification des pratiques, l'appui technique, formation et

expérimentation, ainsi que sur tout autre investissement favorable au développement de la démarche d'identification.

- ✚ La charte repose sur des valeurs communes aux territoires et aux acteurs des filières Porcines de Montagne. Elle concerne les entreprises des filières porcines de montagne, qui s'engagent à en respecter les valeurs et les critères. Grâce à cette charte, les entreprises de la filière bénéficient de :
  - la possibilité d'usage de la marque collective dotée d'une communication forte, ainsi qu'une visibilité étendue au travers des étiquetages de tous les produits agréés,
  - un approvisionnement sécurisé en matière première tracée montagne, à la qualité objectivée et régulière,
  - une assistance par des experts et des moyens techniques en recherche et développement, ainsi qu'en stratégie marketing et marketing opérationnel, pour les produits couverts par la marque,
  - un appui à la formation aux meilleures pratiques d'élevage, d'abattage ou de transformation.
  
- ✚ La charte constitue le socle technique d'un « panier » des produits des filières Porcines de Montagne. Ces produits seront porteurs de ces valeurs et deviendront les vitrines de la montagne et de cette filière.
  
- ✚ La charte doit permettre aux entreprises impliquées de justifier une politique tarifaire ambitieuse relative aux produits porteurs de la marque collective. Elle doit permettre en outre de mettre en œuvre des pratiques contractuelles garantissant un flux de matière première régulier entre les maillons et la répartition de la valeur ajoutée créée au sein des filières.
  
- ✚ La gouvernance de la charte et la gestion de la marque collective sont de la responsabilité de l'association des interprofessions porcines de montagne (APM). La marque collective pourra être utilisée par les acteurs économiques de montagne, selon les règles définies par APM, dans la charte. Ils en accepteront les modalités d'évaluation et de contrôle.
  
- ✚ La gouvernance de la charte intégrera la gestion des volumes de produits finis afin d'assurer un équilibre matière permettant une valorisation de toute la carcasse.

- ✚ Une redevance assurera la conduite d'une politique de promotion dynamique au service de la marque collective, signe de reconnaissance et de garantie pour le consommateur.
- ✚ L'apposition du logo de la marque sera obligatoire sur l'étiquetage des produits agréés par les instances d'APM. Il devra être conforme à sa charte graphique et à ses conditions d'usage.

## Valeurs d'engagement

Les signataires de la présente charte se reconnaissent dans des valeurs communes qui les unissent au sein d'une même démarche de valorisation des produits, des savoir-faire et des territoires de la montagne. Chaque valeur d'engagement est traduite au chapitre suivant en un ou plusieurs critères d'engagement.

Ces valeurs sont les suivantes :

### **Respecter les produits, le patrimoine et l'innovation**

- Développer des produits de qualité fidèles aux savoir-faire artisanaux, aux méthodes naturelles de fabrication, mais aussi à la tradition d'innovation de la montagne.
- Maitriser la qualité des méthodes et process de production et de fabrication des produits de montagne, à chaque maillon de la filière : aliment, élevage, abattage, transformation.
- Promouvoir une identité commune aux produits de la filière porcine de montagne.

### **Respecter les territoires de montagne**

- Entretenir et respecter le milieu naturel, les paysages.
- Préserver les ressources naturelles, l'équilibre et la diversité des productions.
- Promouvoir et valoriser le patrimoine montagnard.

### **Respecter les hommes**

- Préserver une activité économique durable grâce à une filière agricole et agroalimentaire solidaire, qui favorise l'emploi local.
- Promouvoir une agriculture familiale pérenne en zone de montagne permettant la transmission et l'installation de jeunes.
- Mettre en œuvre des pratiques contractuelles entre les acteurs de la filière qui garantissent une sécurité des volumes et une rémunération équitable de chacun des maillons au sein de la filière.

## Critères d'engagement

Les critères d'engagement traduisent de façon objective, c'est-à-dire mesurable et contrôlable, les valeurs d'engagement exposées au chapitre précédent.

Les entreprises s'engagent à respecter les indicateurs suivants, qui pourront être régulièrement réévalués par APM. Ces indicateurs traduisent concrètement la volonté des entreprises concernées de s'inscrire dans les finalités du développement durable et de la valorisation des territoires de montagne.

### Les entreprises signataires s'engagent à :

#### 1- Respecter les produits, le patrimoine et l'innovation

- a. Les produits doivent respecter l'article 31 du règlement européen 1151/2012 et le règlement délégué 665/2014 en précisant les conditions d'application.
- b. Les produits pour lesquels une entreprise souhaite utiliser la marque collective doivent être agréés par APM sur la base de la présente charte et des fiches techniques produits gérées par APM. En particulier, les cahiers des charges produits de l'entreprise précisent que la viande de porc doit être le constituant principal (matière première principale en proportion dans la recette mise en œuvre et/ou matière première discriminante).
- c. Les animaux et viandes utilisés sont différenciés pour être adaptés aux produits de la montagne.
- d. Les éleveurs adhèrent à un Signe Officiel de l'Origine et de la Qualité, et/ou au référentiel Qualité Traçabilité de l'association VPF et/ou à une Certification Conformité Produits.
- e. Les opérateurs respectent des fiches techniques d'élevage, d'abattage, de découpe et de transformation, qui découlent de la charte montagne, et qui sont définis par APM. Ils appliquent des bonnes pratiques agricoles et agroalimentaires.
- f. Les entreprises signataires de la charte doivent utiliser les identifiants définis et gérés par APM pour marquer leur engagement sur les valeurs et les critères de la charte, et en respecter la charte graphique.
- g. les entreprises de transformation signataires de la charte participent régulièrement à des opérations de promotion individuelle ou collective des produits issus de la filière porcine de montagne et utilisant la marque collective d'APM.

## **2- Respecter les territoires de montagne,**

- a. La construction de nouveaux bâtiments et la rénovation de bâtiments d'élevage existants sont réalisées de façon conforme à la « charte bâtiment de montagne »,
- b. La construction de nouveaux bâtiments de transformation agroalimentaire se fait de façon à respecter une intégration paysagère.
- c. Les acteurs de la filière montagne mettent et suivent des méthodes de gestion des déchets, de consommation d'énergie et de consommation d'eau.
- d. Des emballages et l'utilisation de matières recyclables sont favorisés. Un diagnostic en stratégie industrielle et commerciale initial est obligatoire
- e. Les entreprises signataires participent régulièrement à des opérations individuelles ou collectives de promotion et de mise en valeur des produits et du patrimoine montagnard auprès du grand public.

## **3- Respecter les hommes,**

- a. Pour les produits valorisés par la charte, les entreprises d'aval de la filière s'approvisionnent exclusivement auprès d'éleveurs et de fournisseur(s) agréé(s) par APM dans le respect de la charte, obligatoirement situés dans un bassin de production français
- b. Les exploitations agricoles sont familiales. Les éleveurs sont propriétaires de leurs animaux. Les exploitants sont des éleveurs (statut AMEXA) ou regroupements d'éleveurs (ce qui inclut les coop SICA ou autres sociétés composées uniquement d'éleveurs) ou, dans le cas de sociétés agricoles à capitaux non exclusivement détenus par des éleveurs, des sociétés dont les associés exploitants sont majoritaires et exercent une responsabilité (gérant ou co-gérant)
- c. Des règles de partenariat spécifiques à la filière montagne et à cette charte sont définies et appliquées entre les éleveurs, leurs groupements et les transformateurs. Elles garantissent une régularité des flux de matière première. Elles sont définies selon des procédures régulières et validées dans leur principe par APM.
- d. Les entreprises transmettent régulièrement les éléments matières des produits commercialisés sous la charte.



## Contrôles et sanctions

- ✚ L'Association des Interprofessions Porcines de montagne est propriétaire de la marque collective. Elle en assure la gestion, le contrôle et les sanctions.
  - ✚ Les utilisateurs de la charte adhèrent individuellement à APM et s'engagent à respecter l'ensemble des principes et des règles inscrits dans la charte.
  - ✚ APM crée une instance interne spécifique : celle-ci est dénommée COMITE DE GESTION QUALITE.
    - ce comité est composé de 6 personnes mandatées par les différentes familles professionnelles et du président d'APM ou son représentant
    - le président d'APM préside la comité de gestion qualité
  - ✚ La gouvernance de la charte est répartie au sein d'APM entre le COMITE DE GESTION QUALITE et le CONSEIL D'ADMINISTRATION.

Selon ses types de missions, du comité de gestion qualité soit

    - donne des RECOMMANDATIONS au Conseil d'Administration d'APM
    - formule des AVIS, pour notification par le CA d'APM.
- La répartition des missions entre les deux instances est précisée dans une annexe
- ✚ Les procédures d'agrément des produits seront déterminées par le CA d'APM, sur des bases objectives et selon des conditions préservant l'anonymat.
  - ✚ Les critères d'agrément seront évolutifs si des raisons techniques, qualitatives et économiques le rendait nécessaire, et sur proposition du comité de gestion qualité.
  - ✚ L'agrément des produits sera donné par le CA d'APM et notifié aux entreprises adhérentes à l'association et signataires de la charte suivant l'avis du comité de gestion qualité.