

De la mobilisation à l'action : la nécessité pour le Parc naturel régional du Morvan d'accompagner les producteurs pour l'élaboration de nouveaux projets

Le maintien d'une agriculture économiquement viable et respectueuse de l'environnement est au cœur des missions du Parc naturel régional du Morvan. Or, il y a tout lieu d'être inquiet face aux menaces externes (marchés fluctuants, crises sanitaires, ...). Pour y faire face depuis 2008, divers travaux ont été organisés.

AVRIL 2008 :

LES AGRICULTEURS SE PROJETTENT DANS L'AVENIR.

Afin de préparer au mieux la conférence agricole de fin d'année, le Parc naturel régional du Morvan et les chambres départementales d'agriculture ont réuni un groupe de personnes, acteurs sur le territoire et représentatifs de sa diversité, au LPA de Château-Chinon. Durant deux journées, conduit par M. Joseph Lusteau (Cabinet Diagonart – Nantes), ce groupe, mêlant agriculteurs, distributeurs, experts, organisations professionnelles et syndicales a pu débattre librement de l'avenir de l'agriculture sur le territoire du Morvan, décrire des scénarii d'évolution possible et proposer des pistes d'actions qui, collectivement, pourraient être imaginées et mises en œuvre.

OCTOBRE 2008 :

CONFÉRENCE AGRICOLE : « AGIR POUR LUTTER CONTRE LA FRAGILITÉ DE NOTRE AGRICULTURE »

Environ 120 personnes dont 70 agriculteurs ont assisté à la conférence agricole. Lucien Bourgeois, président du groupe de travail Agriculture au Parc du Morvan, a pu présenter les différents scénarii proposés. Ce travail de prospective n'était pas une manière de limiter, de cadrer la réflexion de la journée, mais bien de lancer des pistes, en s'appuyant sur les cinq scénarii envisageables :

- le Morvan : une zone d'élevage extensif,
- le Morvan : un acteur de la régionalisation des politiques agricoles,
- le Morvan, terre d'AOC,
- l'innovation, moteur pour l'agriculture morvandelle,
- le tourisme vert, source de valeur ajoutée pour les agriculteurs du Morvan.

Répartis par type de production (bovins maigres, bovins et ovins gras, productions diversifiées), les participants ont ensuite été invités à envisager les avantages et les inconvénients de chacun de ces scénarii et à définir les conditions qu'il faudrait réunir pour leur mise en œuvre.

Parmi les scénarii envisagés, celui de la valorisation de la production morvandelle avait réuni le plus grand nombre de participants.

2009 : CONSTITUTION ET ACCOMPAGNEMENT DE DEUX GROUPES DE PRODUCTEURS POUR ÉLABORER DE NOUVEAUX PROJETS

Dans le cadre des actions du groupe de travail « Agriculture » du Parc naturel régional du Morvan, et suite aux diverses rencontres, il est apparu nécessaire de mieux accompagner deux démarches collectives prioritaires.

LES ÉLEVEURS DE BOVINS S'ORGANISENT

Un premier groupe d'éleveurs de bovins s'est constitué afin de vérifier et tester la faisabilité, la viabilité économique et les étapes pour une démarche territoriale collective d'engraissement et de valorisation des femelles sur le territoire du Parc naturel régional du Morvan. Deux réunions de travail ont été réalisées le 24 novembre 2008 et le 30 mars 2009. Un premier voyage d'étude organisé le 7 juillet dernier dans l'Allier a permis au groupe d'éleveurs d'aller à la rencontre de deux expériences intéressantes (la SICABA à Bourbon l'Archambault et le GIE de Chambérat).

Cinq journées d'accompagnement, tenues en septembre et octobre 2009, ont abouti à créer les conditions d'une dynamique collective et à définir un outil permettant à leur viande d'être différenciée : la marque « Produit du Parc naturel régional du Morvan ». Le cahier des charges de la marque pour la production bovine a été retravaillé. Puis les travaux se sont centrés sur les différents circuits de commercialisation susceptibles de valoriser l'image liée à cette identification géographique. Plusieurs tests devraient être mis en place fin 2009 et début 2010 en Morvan et ailleurs.

L'ASSOCIATION « MORVAN TERROIRS » SE PROFESSIONNALISE

Dans le même temps, un second groupe composé des membres de l'association « Morvan Terroirs » s'est réuni. Pour cette association créée il y a trois ans, il paraissait utile de faire le bilan des années passées, de redéfinir de nouvelles perspectives pour l'avenir mais également d'appréhender une méthodologie plus efficace pour conduire des projets collectifs. Au sortir des quatre journées de formation-action, l'association « Morvan Terroirs » a redéfini quatre actions prioritaires (marchés fermiers, vente en ligne, approvisionnement des boutiques, partenariat avec un traiteur), ainsi qu'un calendrier pour chacun d'entre eux.

**AOÛT 2009 : LES PREMIERS VINS MARQUÉS
« PRODUIT DU PARC NATUREL RÉGIONAL DU MORVAN »**

La première cuvée des vins de Vézelay marquée « Produit du Parc naturel régional du Morvan », unique sur le territoire, est sortie le 15 août dernier de la cave coopérative Henry de Vézelay à Saint-Père-Sous-Vézelay.

Trois viticulteurs adhérents à la coopérative ont suivi la démarche du Parc naturel régional du Morvan : valoriser les produits de son territoire, avec les dimensions environnementales et humaines.

La charte se concentre sur trois points : utilisation d'engrais organiques et non chimiques, des produits phytosanitaires les moins nuisibles pour l'environnement et gestion de l'enherbement par le travail mécanique du sol ou par le contrôle de la pousse.



**TÉMOIGNAGE DE JEAN-YVES DESCHAMPS, PRÉSIDENT DE
LA CAVE COOPÉRATIVE HENRY DE VÉZELAY**

« Sur le vin blanc : Bourgogne-Vézelay (cépage Chardonnay) et sur le vin rouge: Bourgogne rouge (cépage pinot noir) la culture de la vigne doit respecter certaines règles : pas d'engrais chimiques, travail du sol, respect de la biodiversité en raisonnant ses traitements.

L'élevage des vins est plus naturel que pour des vins conventionnels ; il se fait grâce aux levures indigènes présentes naturellement sur la peau des raisins et qui transforment le sucre en alcool.»

Vos motivations pour entrer dans la marque Parc ?
« S'intégrer dans l'image Parc du Morvan, se rapprocher plus du terroir, faire mieux connaître les produits «Morvan». Les consommateurs se retrouvent dans ces valeurs plus « nature » et font confiance à la marque qui est contrôlée par un organisme certificateur externe, Ecocert.

Les acheteurs veulent consommer « Morvan ». Nous commercialisons tous les produits « marqués » en vente directe soit au caveau, soit par correspondance. »



Mais qu'est ce que « la marque Parc » ?

La « marque Parc » est propriété de l'Etat (Ministère de l'écologie et du développement durable) qui en délègue la gestion à chaque Parc, elle s'inscrit dans une démarche de valorisation du territoire et des produits ; elle garantit au consommateur l'identité d'origine du produit : c'est un outil de différenciation commerciale

Le Parc naturel régional du Morvan a trois marques :

- Savoir-faire : mobilier traditionnel et menuiserie bois
- Accueil : bistrot
- Produits : produits agricoles

QUEL CAHIER DES CHARGES ?

Le Parc établit une charte en lien avec les professionnels locaux, sous le contrôle de la « commission Marque Parc » au niveau national.

Exigences : matières premières / pratiques culturales, conditions de récolte et de stockage / techniques de transformation / identification des parcelles.

Les trois valeurs clefs de la marque sont :

- « Territoire » : siège social sur le Parc, % des surfaces sur le Parc, animaux du territoire, % de l'alimentation, abattage et découpe de manière préférentielle sur le territoire...
- « Environnement préservé et valorisé » : limitation des intrants, des traitements, certaines interdictions (OGM, hors sol, insecticides, raccourcisseurs...), entretien des abords, essences locales, gestion des déchets (recyclage...), entretien des ruisseaux
- « Dimension humaine » : savoir-faire, taille des entreprises, vente directe, respect des animaux (stress lors du transport...), engagement dans une promotion collective (adhésion association Morvan Terroirs)

COMMENT EST ATTRIBUÉE LA MARQUE ?

La Marque Parc est attribuée par un groupe composé d'élus et de professionnels (agriculteurs, restaurateurs, artisans bois) et présidé par François Dumarais.

La décision est prise suite à un audit réalisé par un organisme extérieur (Ecocert pour les productions agricoles). Une convention pour 3 ans entre les professionnels et le Parc formalise cet engagement.

QUELS SONT LES PRODUITS AGRICOLES « MARQUÉS » ?

Viande bovine, ovine, volaille, miel, lait de jument, jus de pommes, fromages et produits laitiers, vin, escargots...

COMMENT SE FAIT LA PROMOTION DES PRODUITS « MARQUÉS » ?

Sur le site Internet du Parc, par des dépliants distribués lors des marchés fermiers, avec l'association Morvan terroirs.

QUELS SONT LES RÉSEAUX DE COMMERCIALISATION ?

Il y a des actions de commercialisation soutenues par le Parc : bistrot « marqués », marchés fermiers, à l'avenir réseau de boutiques avec des présentoirs identifiant les produits du terroir.

Chaque producteur a aussi son propre réseau.



TÉMOIGNAGE D'UN AUTRE UTILISATEUR DE LA MARQUE PARC, DIDIER BOUCHOUX, ÉLEVEUR DE BOVINS À CORANCY

Quelles sont vos motivations pour utiliser la Marque Parc ?

« Différencier mon produit par une appellation locale afin d'obtenir une plus-value commerciale. »

Quels sont les points forts de la marque Parc ?

« Une production locale : des animaux nés, élevés et engraisés sur le territoire. »

Une marque donnée par le ministère de l'environnement : utilisation limitée des engrais et produits phytosanitaires ; pas de maïs ensilage ; aliments garantis sans OGM.

Rôle social : maintien des abattoirs et de fermes à taille humaine. »

Quels sont vos circuits de commercialisation ?

« Je vends en vente directe ! »

Quelle est votre clientèle ?

« J'ai une clientèle locale et une autre dans la région Fontainebleau par relations familiales... »

