

Compte rendu du Groupe de travail Marques de Pays Martillac, 21 février 2013

Présents : Marie-Noelle Guolo, OTEM 33 ; Marie-Pierre Serrano, OT Piemont Oloronais 64 ; Natacha Courdurié, PAT Nive Adour Ursuia 64 ; Amandine Mombelli, OT Castillonnès 47 ; Gilles Brignard, OT Fumel Vallée du Lot 47 ; Claire Rouchaleou, Pays Adour Landes Océanes 40 ; Martine Haure, Pays Adour Chalosse Tursan 40 ; Béatrice Renaud, PNR et Pays Landes de Gascogne 33 et 40 ; Marie-Elise Duvernoy, OT Montesquieu 33 ; Cathy Favreau, OT Bazas 33 ; Elisaveta Biasolo, Pays de l'Agénais 47 ; Laura Grande et Delphine Vallart, OT Cœur de Béarn 64 ; Camille Baussier, OT Val de Garonne 47 ; Elisabeth Uminski, Chambre Régionale d'Agriculture, Laurent Beaussoubre, Conseil Régional Aquitaine, Laurent Gomez, Conseil Régional Aquitaine ; Jérôme Guillard, UMIHRA ; Jean-Luc Boulin, Mopa ; Hélène Hyon, Mopa.

Suite au comité de pilotage du 6 décembre 2012, il a été décidé de mettre en place un groupe de travail sur l'évolution des Marques de Pays et notamment de l'Assiette de Pays.

La présentation effectuée fut l'occasion de revenir sur les débuts de la démarche, puisque l'Assiette de Pays a aujourd'hui 10 ans. Retrouvez la présentation ici :

<http://www.aquitaine-mopa.fr/marques-de-pays/les-demarches-marques-de-pays/mise-en-oeuvre-des-demarches/le-comite-regional-260/les-comites-regionaux-des-marques/article/comite-regional-21-fevrier-2013>

Remarque du groupe sur la présentation : la filière agricole n'a pas été prise en compte dans l'état des lieux. Il faut alors clarifier les rôles aussi bien au niveau touristique qu'agricole.

Tour de table autour du ressenti de l'impact de l'assiette de pays :

Autrefois, le fait de mettre en avant les produits locaux dans la restauration était innovant, aujourd'hui, ça ne l'est plus.

Aujourd'hui, on distingue plusieurs situations :

- les restaurants qui travaillent les produits locaux dans toute leur carte
- les restaurants qui travaillent les produits locaux uniquement dans l'Assiette de Pays

Dans le 1er cas, les restaurants ne mettront pas en valeur l'Assiette de Pays plus qu'un autre produit de la carte. C'est en effet une habitude de travail, un raisonnement, une manière de fonctionner, l'Assiette de Pays étant un produit d'appel.

Pour ces restaurateurs, la marque Assiette de Pays devrait s'élargir à l'ensemble de l'établissement.

L'assiette de pays n'est qu'un élément de l'offre de restauration. Pour certains établissements, la reconnaissance de l'ensemble du travail et de la mise en valeur des produits par le restaurateur s'imposent.

En Aquitaine, les situations territoriales par rapport aux produits locaux dans la restauration traditionnelle sont très variables : les cultures des restaurateurs, la disponibilité des produits sont différentes.

Aussi, les enjeux sont divers :

- pour certains restaurants, il faudrait sortir de l'assiette de pays pour aller vers la qualification de l'établissement, type « maître restaurateur »
- pour d'autres territoires, l'assiette est un excellent moyen de qualifier l'offre de restauration
- pour d'autres secteurs, il faudrait inventer de nouvelles formes de valorisation des produits locaux dans la restauration

Aussi, il est évident que la réalité en Région est DIFFERENTE SELON LES TERRITOIRES.

Par contre, tous les participants du groupe de travail s'accordent sur le fait que la MOPA a un rôle à jouer dans la coordination des actions. Et aussi sur le fait que la promotion et la prise en compte des marques de pays est importante au niveau régional.

Pour répondre aux réalités du terrain, la Mopa a mis en place le SLAM. Cet accompagnement permettra de valoriser les particularités du territoire et mettre en place des dispositifs existants et ensuite transférer les bonnes pratiques.

Certains soulèvent le fait qu'au commencement de la démarche, les territoires rentraient pour le produit. Aujourd'hui, il faut rentrer parce qu'on a un projet.

Les SLAM vont aider en ce sens.

Attention, il ne faut pas se focaliser uniquement que sur une marque mais il n'est pas question d'inventer un label par PAT.

Qu'existe-t-il en terme de marque ?

Restaurant du terroir : marque développée par les pays touristiques de Bretagne

Titre de Maître Restaurateur : sans doute à mieux connaître

Le rôle de la région :

Aujourd'hui l'Aquitaine a une image forte en termes de gastronomie, de qualité des produits, d'environnement sain.

Les participants souhaitent que la région s'engage dans ce dossier. La réactualisation du règlement d'intervention est l'occasion de faire des propositions.

Demain, on pourrait se rapprocher de la marque Sud-Ouest, on pourrait imaginer que ce soit une marque territoriale partagée. Aujourd'hui, ce n'est pas d'actualité. Par contre, il existe le comité de promotion des produits agroalimentaires aquitains. A l'instar des CDT, qui après une action d'animation de la Mopa commencent à promouvoir les marques de pays, il est nécessaire de mobiliser ces réseaux agricoles et agroalimentaires afin qu'ils promeuvent ces démarches.

En résumé, l'évolution doit se porter sur 2 niveaux :

L'animation des territoires:

Il faut alors que la MOPA progresse dans sa stratégie d'animation locale: retravailler sur les territoires, requalifier l'offre grâce au SLAM (qui d'ailleurs peut avoir une échelle beaucoup plus large que l'office de tourisme ou le PAT). Après la période de test (1^{er} semestre 2013), les SLAM seront déployés sur tous les territoires candidats.

La gestion de la marque:

Un rapprochement pourrait être fait avec le titre de Maître Restaurateur qui semblerait être la marque la plus cohérente et en adéquation avec ce que l'on veut faire. L'UMIHRA pourrait être un relais fort dans ce cadre-là.

La prochaine rencontre pour le groupe de travail sera programmée fin avril.