

## La Région lance la marque pour les produits agricoles « La Région du Goût »

**Laurent WAUQUIEZ**, Président de la Région Auvergne-Rhône-Alpes a annoncé au Salon international de l'agriculture à Paris le lancement d'une **marque collective régionale pour les produits agricoles et alimentaires** d'Auvergne-Rhône-Alpes, baptisée « **La Région du Goût** ».



Avec 3,1 millions d'ha de surface agricole utile, 63 000 fermes sur le territoire, 116 000 emplois permanents et un bassin de près de 8 millions de consommateurs, Auvergne-Rhône-Alpes est une véritable ferme régionale qui travaille en lien avec un tissu dense d'entreprises agroalimentaires représentant plus de 40 000 emplois. La région est aussi la première région française en Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine (hors viticulture), et une des régions leaders en agriculture biologique.

Fruits et légumes, viandes, salaisons, poissons, épicerie salée, épicerie sucrée, spécialités, fromages et produits laitiers, vins, liqueurs et spiritueux, boissons non alcoolisées... L'offre agroalimentaire des terroirs d'Auvergne-Rhône-Alpes est d'une telle richesse et d'une telle diversité qu'elle méritait une marque afin de permettre aux consommateurs d'identifier les produits qui viennent de chez eux.

*“Nous sommes fiers de l'agriculture et des agriculteurs de notre région. Cette marque vise à offrir à nos agriculteurs et à nos entreprises davantage de débouchés dans un très beau bassin de consommation, affirmant ainsi notre volonté de soutenir avec fierté les produits sur le marché régional, mais aussi au-delà, en France et à l'export”* explique **Laurent WAUQUIEZ**, Président de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. *“Tout en participant au **maintien de la valeur ajoutée sur le territoire régional**, la marque permettra à chaque consommateur d'identifier d'où vient ce qu'il mange et de soutenir ainsi à travers un acte d'achat citoyen les agriculteurs et produits agricoles de sa région.”*

**Emilie BONNIVARD**, Vice-Présidente déléguée à l'agriculture, à la forêt, à la ruralité, à la viticulture et aux produits du terroir ajoute : *“La Région Auvergne-Rhône-Alpes est plus que jamais engagée dans le soutien de la filière agricole et de ses produits. La marque offre la garantie entre le producteur et le consommateur d'un circuit*

Paris, le 28 février 2017



Page 2 / 2

*d’approvisionnement plus court géographiquement, respectant ainsi les principes de développement durable. C’est l’exigence sur l’origine régionale des produits qui sera gage de la notoriété de la marque sur la durée et de la fierté dans l’acte d’achat pour le consommateur final.”*

Répondre aux enjeux de consommation locale tout en permettant aux exploitations d’être plus compétitives et donc mieux rémunératrices pour les agriculteurs : c’est le défi qu’entend relever la marque. Issue d’un travail commun avec l’ensemble des filières agricoles et agroalimentaires d’Auvergne-Rhône-Alpes, cette démarche consiste à soutenir et défendre une agriculture fière de ses productions, forte et autonome, à valoriser nos savoir-faire et à promouvoir des recettes et des produits traditionnels régionaux afin d’en assurer la transmission.

La marque régionale agroalimentaire se veut une démarche complémentaire des marques territoriales existantes, de même qu’un catalyseur de visibilité des produits régionaux, aux côtés des signes officiels de qualité (AOP, AOC, IGP, Label Rouge et Bio). Elle s’entend également éthique sur le plan de la distribution, au moyen d’une charte d’engagement et de soutien aux productions locales qui se concrétisera notamment par une visibilité forte dans les points de vente.

**En magasin, on distingue :**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produits bruts issus des exploitations agricoles d’Auvergne-Rhône-Alpes</li> <li>▪ Produits transformés composés à 100 % de productions agricoles régionales</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produits composés en majorité de matière première régionale et produits dont la matière première ne peut pas être physiquement régionale (ex. chocolat) mais qui sont porteurs d’un savoir-faire exemplaire.</li> <li>▪ Matière première et savoir-faire sont les deux composantes du "Fabriqué ici". Pour ces produits, afin de satisfaire à ces deux exigences, un comité d’agrément décidera au cas par cas de l’octroi de la marque.</li> <li>▪ Pour les produits transformés contenant de la viande et des produits laitiers, 100% de la matière carnée ou du produit laitier engagé dans la réalisation des produits doit provenir de la Région.</li> </ul>

A ce jour, **plus de 200 producteurs et entreprises sont d’ores et déjà associés à la démarche « La Région du Goût »** (voir détails dans le dossier de presse).

« La Région du Goût » est soutenue par **4 parrains (Hervé PUIGRENIER** avec Puigrenier SAS, **Antoine WASSNER** pour Sabarot Wassner SA, **Jean-Luc**

Paris, le 28 février 2017

Page 3 / 3

**MONTEILLET** avec le Domaine de Montine et **Jean-Luc PAYET-PIGEON**, président de l'Association de Promotion du Poisson d'Etangs de Dombes), convaincus de la pertinence de ce projet et désireux d'accompagner son développement.

Ancrés dans les territoires, acteurs par excellence de la proximité, **les artisans et commerçants des métiers de bouche** seront mis à l'honneur au cœur de leurs magasins avec « La Région du Goût » et aux côtés de la richesse des produits qu'ils proposent à leurs clients. Du côté de la **distribution**, les magasins U d'Auvergne-Rhône-Alpes, Casino et la Fédération du Commerce et de la Distribution régionale s'engagent à respecter une charte de bonnes pratiques et à relayer l'offre « La Région du Goût » dans leurs rayons dès le mois d'avril 2017, tout comme les magasins primeurs Cerise et Potiron.

