



Règlement d'usage de la marque Sud de France



Préambule :

Sud de France c'est la marque de l'Occitanie, le signe de reconnaissance du produit en région, la marque partagée de ses produits et de ses vins. C'est l'engagement de proposer des produits locaux et responsables, et de partager les couleurs et les saveurs d'Occitanie dans le monde entier.

Grâce à un processus d'adhésion et de validation de cahiers des charges (un pour chaque filière agricole ou agroalimentaire), la marque distingue des producteurs utilisant des matières premières d'origine régionale, travaillant des recettes traditionnelles, ou encore engagés dans des démarches de qualité, de progrès en matière de respect de l'environnement.

En 2018, la marque Sud de France évolue en proposant 3 segments complémentaires :

- Une segmentation spécifique aux filières sous Signes d' Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) : Sud de France - l'excellence de l'Occitanie,
- une segmentation pour les produits issus de l'agriculture biologique du territoire : Sud de France - Bio Occitanie,
- une segmentation pour les autres produits : Sud de France – Produit en Occitanie.

Ces trois segments forment une gamme complémentaire et uniforme.

Cette marque a été développée pour :

- Rassembler les entreprises agroalimentaires, les producteurs et les groupements de producteurs agricoles autour d'une identification collective de leurs produits,
 - Mettre à disposition de ses adhérents un moyen d'identification commun promu par la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée sur son territoire, en France et également à l'export,
 - Promouvoir le territoire Occitanie / Pyrénées-Méditerranée à travers la richesse et la variété de ses produits.

1. Les produits concernés

La marque est attribuée aux produits agricoles, viticoles, halieutiques, aquacoles, agroalimentaires, horticoles ainsi qu'aux produits du bois (hors bois énergie).

2. Les postulants

2.1 Pour les produits agro-alimentaires

L'adhérent doit être :

- Une exploitation viticole, agricole ou aquacole,
- Une entreprise de pêche, une entreprise de mareyage, une criée,
- Une entreprise agroalimentaire ou un négociant,
- Le premier metteur en marché d'un produit qui sera porteur de l'adhésion pour un groupe de producteurs et responsable du respect des exigences du cahier des charges correspondant : une coopérative, un groupement de producteurs, un groupement d'entreprises, un artisan, un traiteur.

2.2 Pour le bois

L'adhérent doit être une entreprise de la filière bois, une entreprise de mise en marché de produits bois finis ou semi-finis. (Hors bois énergie)

3. Le processus d'adhésion

Le référencement est délivré au regard du respect du cahier des charges Sud de France correspondant au produit concerné. Cette adhésion sera initiée à partir d'une démarche faisant suite à une demande effectuée en ligne par le bénéficiaire en ligne sur le site sud-de-france.com.

Suite à cette demande, deux possibilités :

- Le produit répond à l'ensemble des critères des cahiers des charges et est validé sous une dizaine de jours par l'équipe Sud de France de la Région.
- Le produit ne correspond pas au cahier des charges. Une demande de dérogation argumentée peut être formulée par le demandeur. Cette demande sera étudiée par un comité technique de la marque qui statuera sur une validation ou non du produit.

4. Les différents cahiers des charges

4.1 De l'agroalimentaire

Chaque cahier des charges où la filière est concernée fait l'objet d'une segmentation pour les produits sous SIQO.

Les cahiers des charges ont été élaborés par filière, selon la répartition suivante :

- Le produit brut : il s'agit du produit agricole, aquacole ou halieutique « brut » non transformé,

- Le produit transformé : pour lequel il existe un ingrédient agricole « brut » majoritaire (supérieur à 50%) dans le produit fini, ingrédient qui respectera les critères du cahier des charges « produit brut » correspondant,
- Le produit élaboré : produit fini n'ayant pas un ingrédient agricole « brut » majoritaire, ou produit ayant une connotation régionale forte, mais dont l'ingrédient principal est une ressource insuffisante en région.

4.2 Du bois

Un cahier des charges unique pour l'ensemble des produits bois hors bois énergie.

5. Les conditions d'obtention de la marque Sud de France

Pour obtenir le référencement, tout produit doit respecter le cahier des charges Sud de France.

Cependant, certaines exceptions sont à noter :

- Seront exclues les productions sous certains Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) ayant dans la dénomination de leur appellation le terme « Sud Ouest » : les Vins du Sud Ouest, le Canard à Foie Gras du Sud Ouest, le Porc du Sud-Ouest, Porc au grain du Sud-Ouest et Porc fermier du Sud-Ouest.
- Seront également exclus tout produit dont la dénomination porterait confusion avec un produit sous AOP ou IGP, dans sa zone de production.
- Seront exclus les produits dont la dénomination se réfère à un autre territoire :
 - o Exemples pour l'agroalimentaire : couscous, paella, bouillabaisse...
 - o Exemple pour le bois : bois exotique

Les principaux niveaux d'exigence sont :

5.1 Pour l'agroalimentaire

- Critère obligatoire de niveau 1 : le lien au territoire régional

- La provenance des produits

L'objectif de ce critère est de garantir que le produit est produit, pêché ou/et élaboré en Occitanie /Pyrénées-Méditerranée. Sous réserve que l'ingrédient entrant dans le process existe en région et qu'il puisse répondre aux besoins quantitatifs de l'entreprise.

- Le site de création de la valeur ajoutée

Obligation pour le demandeur d'avoir le siège social et le ou les sites de production, transformation, conditionnement situés sur le territoire Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

- Critères de niveau 2 : Les SIQO et les critères différenciant hors SIQO

L'objectif de cette thématique est de garantir aux consommateurs un niveau de qualité suffisant ainsi que d'autres exigences liées au mode de production ou à l'impact social et environnemental de l'entreprise.

- Etre sous SIQO,
- ou valider un critère différenciant tel que prévu au cahier des charges.

Dans le cas d'un SIQO dont le territoire est à cheval sur la région Occitanie et les régions limitrophes, l'Organisme De Gestion du SIQO pourra communiquer avec la mention Sud de France sous réserve qu'il ait une inscription juridique en Occitanie, que 50% de ses producteurs de la région Occitanie soient adhérents à la marque et que la dénomination de ce SIQO n'ait pas une connotation forte rappelant un autre territoire.

Pour être référencé Sud de France, un produit doit :

- Respecter les critères obligatoires
- Etre sous SIQO ou remplir au moins un critère de niveau 2

A l'exception des quatre cahiers des charges spécifiques suivants : escargots, huitres et moules, produits de la pêche, venaison, l'eau et le sel qui n'ont pas de critères de niveau 2.

5.2 Pour le bois

- Critère obligatoire de niveau 1 : le lien au territoire

- La provenance des bois : l'objectif de ce critère est de garantir que le produit est issu du massif forestier de l'ex territoire du Languedoc-Roussillon.

- Le site de création de la valeur ajoutée : obligation pour le demandeur d'avoir le siège social et le ou les sites de production, transformation, conditionnement situés sur l'ex territoire du Languedoc-Roussillon.

- Critère Majeur de niveau 2 : la qualité du produit

L'objectif de cette thématique est de garantir aux consommateurs un certain niveau de qualité des produits Sud de France ainsi qu'une traçabilité des bois.

- Critère Mineur de niveau 3 : la conduite des systèmes d'exploitation et le développement durable

C'est la démarche de l'entreprise plus généralement qui est évaluée et ses répercussions sur la qualité du produit. Ils reposent sur les trois notions de développement durable : l'écologie, le social et l'économie.

Pour être référencé Sud de France, un produit doit :

- Respecter les critères obligatoires
- Respecter 1 critère majeur

6. La durée de l'adhésion

La durée de l'adhésion est de trois ans et doit être renouvelée à l'échéance. Si le renouvellement n'est pas demandé, le référencement du produit sera retiré ainsi que l'affichage sur le site Internet grand public sud-de-france.com.

7. Les engagements et obligations des entreprises adhérentes

En prérequis le bénéficiaire s'engage à respecter la réglementation en vigueur concernant son activité.

En adhérant à Sud de France, l'adhérent consent à ce que la Région collecte et conserve les données personnelles le concernant et ce à des fins professionnelles pour la gestion des adhésions et dans le respect des dispositions légales en vigueur. Les droits d'accès et de rectification pourront être exercés auprès de la Région.

Par ailleurs, le bénéficiaire s'engage à :

- Respecter la charte d'usage de la marque Sud de France
- Ne pas porter atteinte à l'image de la marque Sud de France,
- Transmettre au comité d'adhésion les documents prouvant le respect du règlement d'usage de la marque Sud de France,
- Accepter les contrôles inopinés d'un organisme de contrôle indépendant choisi par la Région,
- Informer la Région de tout changement significatif intervenu pour le produit adhérent ou son process et ce dans un délai de deux mois,
- Faire valider auprès de la Région tout support de communication utilisant les logos Sud de France (affiches, site Internet, flyers..)

Dans le cas d'une cessation d'activité, le dirigeant de l'entreprise s'engage à informer la Région dans les meilleurs délais. En cas de reprise de l'activité, l'entreprise devra faire une nouvelle demande d'adhésion.

8. Les missions du Comité technique

Le comité à vocation, notamment en matière d'adhésion à :

- donner son avis sur les demandes d'adhésion des produits à Sud de France, après analyse des éléments transmis par le demandeur, lorsque la demande effectuée en ligne ne permet pas une adhésion automatique,
- demander à l'organisme de contrôle d'effectuer un contrôle sur les déclarations du demandeur pour vérifier le respect du règlement d'usage de la marque Sud de France et du cahier des charges inhérent à son produit,
- demander la révision du règlement d'usage de la marque,
- demander la modification d'un cahier des charges et de son plan de contrôle,
- assurer le suivi et l'évolution des adhésions

Toute modification apportée au règlement d'usage, au cahier des charges et au plan de contrôle s'appliqueront à la date de renouvellement du contrat d'adhésion à la marque.

Pour les changements apportés à la charte d'utilisation de la marque, ils deviennent effectifs dès envoi par la Région de la nouvelle charte à l'entreprise.

Tous les documents transmis à la Région pour instruction de la demande de dérogation sont confidentiels.

9. Composition du comité technique

9.1 Pour l'agroalimentaire

Il est chargé de l'application de la stratégie de valorisation et de suivi de la marque.

Ce comité est présidé par deux élus de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. Le comité d'adhésion est composé de :

- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
- L'agence Ad'Occ
- L'IRQUALIM (3 représentants)
- L'AREA Occitanie
- Chambre Régionale d'Agriculture Occitanie
- Coop de France Occitanie

Les organismes participants au Comité ont vocation à représenter toutes les entreprises et exploitations agricoles possiblement adhérentes à la marque ; elles se font donc le relai d'autres structures professionnelles spécialisées par filières.

Il en va de même pour les SIQO. L'Irqualim représente à ce comité l'ensemble des Organismes de Gestion des signes officiels de qualité. Lorsqu'un produit est concerné par une appellation ou est sur le territoire d'une appellation, l'Irqualim peut se rapprocher de l'ODG concerné en amont du comité pour connaître son positionnement quant à la demande de dérogation.

Le Comité peut demander l'intervention d'une personne ou d'un organisme permettant une meilleure appréciation de la candidature d'un produit dont l'entreprise elle-même.

La Région décide sur la base de l'avis du comité technique du référencement du produit.

9.2 Pour le bois

- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
- Arfobois

10. L'étiquetage

L'apposition du bloc marque Sud de France est possible sur les produits référencés. Dans le respect de la réglementation en vigueur sur l'étiquetage des produits.

Il n'est notamment pas autorisé, de par la réglementation européenne, d'apposer le bloc marque Sud de France sur les huiles d'olive (y compris les documents de communication se référant au produit référencé).

Le bloc marque Sud de France peut être apposé sur :

- L'emballage des produits
- Sur les supports de communication valorisant ces derniers

Attention à n'utiliser cette marque que pour les produits référencés. Une entreprise ayant également des produits non référencés devra être plus vigilante pour ne pas induire le consommateur en erreur sur les produits qui sont réellement Sud de France et les autres.

A la date de l'arrêt de l'adhésion, la marque Sud de France ne devra plus apparaître sur les produits et supports de communication de l'entreprise.

11. Le contrôle

Des contrôles porteront sur l'utilisation du bloc marque et la conformité des produits vis-à-vis des cahiers des charges Sud de France.

- contrôles de suivi réalisés durant toute la durée d'adhésion du produit, sur site et en point de vente (grande distribution, ...)
- contrôles pouvant être réalisés sur site

Un contrôle pourra également être demandé par le Comité technique.

Le contrôle s'effectue sur rendez-vous. L'organisme de contrôle contacte le demandeur afin de fixer une date. Le jour du contrôle, l'adhérent devra avoir préparé les différents documents nécessaires, à savoir :

- les réponses apportées au cahier des charges (à imprimer depuis l'espace personnel)
- les justificatifs, attestations, certificats prouvant le respect des différents critères du cahier des charges,
- si nécessaire, le document certifiant que l'adhérent a obtenu une dérogation pour l'adhésion de son produit à la marque.

12. Les sanctions

Suite à un contrôle, si la marque Sud de France n'est pas utilisée en vertu de la charte correspondante, il sera demandé à l'entreprise de mettre en conformité ses outils de communication et son étiquetage avec la charte, dans un délai précisé. Si à l'échéance de ce délai, la recommandation n'a pas été suivie, l'adhésion pourra être suspendue temporairement ou définitivement.

Si le produit n'est pas conforme au cahier des charges, un avertissement écrit sera notifié. La Région se réserve le droit, en fonction de la gravité du manquement, de suspendre temporairement ou définitivement l'adhésion.

Dans tous les cas, en cas de non-respect du contrat de licence, l'adhésion pourra être suspendue temporairement ou définitivement et l'adhérent pourra être poursuivi.

13. La durée d'utilisation de la marque

La durée d'utilisation de la marque est conforme à la durée de l'adhésion, à savoir trois ans.

14. Le renoncement à utiliser la marque

L'entreprise qui renonce à utiliser la marque devra en informer le comité d'adhésion en précisant, le cas échéant, les raisons motivant sa décision.

15. Les engagements de la Région

La Région s'engage à

- Promouvoir la marque Sud de France auprès du grand public
- Protéger la marque Sud de France et ses valeurs
- Permettre à l'ensemble des produits référencés d'accéder aux actions menées par l'agence Ad'Occ avec une mise en avant spécifiques des produits de la marque, pour le compte de la Région.

Contact : Service Valorisation des Productions, Direction de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de la Forêt, site de Montpellier : suddefrance@laregion.fr et 04 67 22 93 72