

L'île d'Orléans protège son territoire GRÂCE À UNE MARQUE DE CERTIFICATION



par **Marc Cochrane**

Voir tous les articles de Marc Cochrane

Article mis en ligne le 30 juin 2008 à 14:12

Soyez le premier à commenter cet article

Pour la première fois au Québec, un territoire jouit d'une marque de certification. Depuis la fin juin, on peut voir le logo Savoir-faire île d'Orléans apposé sur les produits agricoles et agroalimentaires des entreprises participantes. Le logo rouge garantit la provenance des produits et le respect des normes de qualité et environnementales. Les produits certifiés sont disponibles aux différents points de vente: épiceries, kiosques à la ferme, marchés publics, etc. «Une douzaine de producteurs de fraises ont commencé à apposer des autocollants rouges sur leurs paniers de fruits, selon la conseillère aux entreprises du Centre local de développement (CLD) de l'île d'Orléans et coordonnatrice du projet, Julie Goudreault.

Elle rappelle que 45 signatures ont été recueillies au début du projet, mais ce nombre pourrait s'accroître éventuellement. Aux producteurs maraîchers, il faudra ajouter les vignobles, les cidreries, les fabricants de confiture et les restaurants.

La protection du nom du territoire «île d'Orléans» s'effectue par la mise en place d'une marque de certification sous l'appellation Savoir-faire île d'Orléans.

«Le chemin qui mène à l'obtention d'une marque de certification passe d'abord par l'élaboration de cahiers des charges relatifs aux produits que l'on veut ainsi identifier. Les entreprises doivent se conformer à des normes établies dans deux cahiers des charges, soit celui des produits agricoles et celui des produits transformés», a précisé Julie Goudreault.

«Ce projet est né en réaction aux abus d'entreprises hors du territoire qui utilisaient notre nom pour donner plus de valeur à leurs produits», a spécifié Mme Goudreault.



Le président du comité de la marque de certification savoir-faire Île d'Orléans, Daniel Pouliot, présente le logo qui sera apposé sur les produits de l'île d'Orléans. [:AC:]CP:(Photo: Marc Cochrane)

Des partenaires

En plus du CLD, l'Union des producteurs agricoles et la Chambre de commerce de l'île d'Orléans ont travaillé depuis trois ans à la mise en place d'une protection du nom du territoire.

Mme Goudreault ajoute que les documents ont été élaborés en partenariat avec le Bureau de normalisation du Québec, organisme certificateur. Une fois les normes établies, il y a dépôt de la demande d'une marque de certification auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Québec.

Campagne de promotion

La réalisation du projet Savoir faire île d'Orléans a été rendue possible grâce à deux sources de financement: le Fonds de développement régional de la Conférence régionale des élus de la Capitale-Nationale et l'Entente spécifique sur le développement de l'agroalimentaire par le biais du Bureau de la Capitale-Nationale. Pour la première année, le financement externe s'élève à 73 000 \$.

Mme Goudreault souligne qu'une campagne de promotion considérable (annonces radio, panneaux publicitaires, etc.) est prévue pour ces jours-ci et coïncidera avec le début de la période des fraises d'été.