

Union Interprofessionnelle



Châtaigne

PERIGORD
LIMOUSIN

ANTALYA TURQUIE 15 OCTOBRE 2012

Bertrand GUERIN

FRANCE

Président Union Interprofessionnelle Châtaigne

Périgord- Limousin

SITUATION DE LA PRODUCTION MONDIALE

- **ASIE : Chine, Corée du Sud, Japon**
1 736 000 tonnes en progression
- **EUROPE : Turquie, Italie, Portugal, Espagne, France, Grèce**
169 000 tonnes en constante régression

LA REGION SUD OUEST DE LA FRANCE

- **Disparition progressive des châtaigneraies à partir de 1880**
- **Reconstitution d'un nouveau verger à partir de 1970**
- **Données actuelles :**
 - 3 000 tonnes**
 - 1 000 producteurs**
 - 2 variétés hybrides : Marigoule et Bouche de Bétizac**
 - Marché du frais : France, nord Europe**

ORGANISATION DE LA FILIERE : 4 NIVEAUX

- **Pôle recherche-expérimentation :**
 - ❑ **INRA : création variétale, pathologie**
 - ❑ **INVENIO : mise au point variétale, techniques culturales**
 - ❑ **CTIFL : vergers expérimentaux**
- **Un verger récent et rationnel**
- **Marché principal : châtaigne fraîche**
- **Metteurs en marché et transformateurs**

- **Union Interprofessionnelle qui regroupe :**

composition :

- Syndicats de producteurs**
- Metteurs en marché frais**
- Industriels de la transformation**

actions principales :

- Définition des orientations politiques de la filière**
- Communication**
- Mise en place de 2 signes de qualité**

DEUX SIGNES OFFICIELS DE QUALITE

- **Label Rouge**
- **Identification Géographique protégée**

Points forts

- **Démarche permettant de fédérer tous les acteurs économiques de la filière**
- **Démarche visant à identifier la production d'un territoire**
- **Démarche permettant de conduire une communication grand public commune**
- **Démarche permettant de faire progresser le niveau qualitatif des produits**

Points faibles

- **S'adresse principalement au marché intérieur**
- **Démarche très longue et coûteuse (8 à 10 ans en France)**
- **Doit disposer d'un volume de production suffisant pour répartir les coûts de fonctionnement**
- **Ce n'est pas un outil commercial « miracle »**