

KALITALDEAK
COLLECTIF POUR UNE MARQUE TERRITORIALE
100% LOCALE ET QUALITATIVE

Le 12 décembre 2012

Kalitaldeak ne sera pas du lancement de la marque territoriale

Kalitaldeak vient d'envoyer un courrier aux président de la CCI Bayonne Pays Basque, du Conseil de développement et du Conseil des Elus pour leur signifier que nous ne serons pas de la présentation et du lancement de la marque territoriale ce vendredi à Bayonne.

Vous trouverez ci-joint la lettre ouverte que nous leur avons adressée et qui reprend l'essentiel de nos positions en ce sens.

Nous y rappelons notre participation active à ce projet jusqu'il y a un peu plus d'un an (en septembre 2011) date à laquelle nous avons annoncé notre retrait suite au fait que nos propositions étaient systématiquement écartées, à chaque étape de processus, bien que nous soulevions des points fondamentaux sur l'essence même de cette future marque.

Ce que le projet contient après quatre années de réflexion nous laisse sceptiques, voire inquiets. Depuis le début, nous mettons en avant que l'ambition donnée à cette marque (« résolument territoriale », « responsabilité sociétale », « valeurs du Pays Basque », « outil rassembleur ») ne peut se passer de la nécessité de garantir l'origine et la qualité des produits qui l'endosseront.

L'argument d'une « Marque solidaire » est fallacieux s'il n'induit pas une exigence d'approvisionnement local. De même, le consommateur attend d'un produit alimentaire identifié par une marque territoriale un lien organique avec ce même territoire et un niveau minimum de qualité.

Notre volonté n'est pas d'entraver les efforts fournis par les entreprises artisanales de l'agro-alimentaire pour développer leur activité et créer de l'emploi en Pays Basque. Nous souhaitons également que les produits fabriqués en Pays Basque soient protégés des nombreux usurpateurs d'image. Néanmoins les initiatives prises, avec le soutien public, ne peuvent venir mettre en danger un tissu rural déjà fragile.

Depuis 30 ans, nos structures travaillent sans relâche et avec peu de moyens pour que l'agriculture basque soit dynamique, pour que les paysans puissent vivre de leur métier, pour que nos villages et notre culture restent vivants. Cet effort quotidien n'est pas motivé par la recherche d'un bénéfice pécuniaire mais par la conviction que seules des logiques de solidarité et des initiatives qui se démarquent de l'agriculture industrielle, permettront de pérenniser notre tissu rural basque, celui-là même qui sert de support à toutes les images publicitaires utilisées par l'activité agro-alimentaire ou touristique.

Le Conseil de développement, la CCI, le Conseil général, n'ont pas pris conscience de ces enjeux. Nous regrettons profondément que la future marque ne parie pas pour l'avenir du Pays Basque.

AOP Piment d'Espelette, Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque-Idoki, fédération Arrapitz, Association BLE, Euskal Herriko Laborantza Ganbara, Association Xapata, ELB, Sagartzea-Eztigar ?