

Fiche relative à la signalisation par des préenseignes dérogatoires des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales

La présente fiche porte sur les modalités d'application de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, en ce qu'il autorise à se signaler hors agglomération par des préenseignes dérogatoires, les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales. Elle précise les activités concernées par cette possibilité ainsi que la notion de produits du terroir.

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi « Grenelle II » ou ENE) et ses décrets d'application ont profondément réformé la réglementation applicable à la publicité extérieure, avec pour ambition de concilier la préservation de la qualité du cadre de vie des Français et la liberté d'expression, de commerce et d'industrie. L'attractivité des territoires supportant mal la profusion de préenseignes dérogatoires hors agglomération et dans les petites agglomérations, cette loi est ainsi venue restreindre l'utilisation de ces préenseignes dites dérogatoires, d'une part, en les autorisant uniquement hors agglomération et, d'autre part, en les réservant à certaines activités parmi lesquelles figurent les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Cette fiche apporte un éclairage sur le contenu de ces activités autorisées à se signaler par des préenseignes dérogatoires hors agglomération en précisant la notion de produits du terroir et d'entreprises locales au sens de l'article L. 581-19 et en illustrant cette définition par un certain nombre de produits et labels.

Clarification de la notion de produits du terroir et entreprises locales

La définition de la notion de produits du terroir et d'entreprise locales au sens de l'article L. 581-19 du code de l'environnement est donnée par l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014, relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes : « Il s'agit de produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit. Les entreprises locales sont des entreprises dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local ce qui justifie leur implantation dans l'espace rural ».

Pour pouvoir se signaler par des préenseignes dérogatoires, l'entreprise locale doit en effet avoir pour activité principale la fabrication ou la vente de produits du terroir en application de l'article R. 581-67 du code de l'environnement. Ainsi une entreprise qui fabrique ou vend des produits du terroir, mais de manière complémentaire, accessoire à une autre activité ne peut se prévaloir de cette possibilité.

Il est possible d'illustrer cette définition générale, qui reste applicable, par les produits et labels suivants, sans pour autant que cette liste soit exhaustive.

Les Signes d'identification de la qualité et de l'origine

Par nature, l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), l'Indication Géographique Protégée (IGP, article L. 721-2 du code de la propriété intellectuelle), les labels rouges et les Spécialités Traditionnelles Garanties font partie des produits du terroir.

Ils correspondent à des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) des produits agricoles et agroalimentaires et répondent à :

- Une démarche collective et volontaire émanant de producteurs ou d'un groupement de producteurs ;
- Des conditions de production strictes validées par l'État ;
- Des contrôles réguliers réalisés par des organismes indépendants agréés par l'État.

Ces différents signes officiels, tenant à un lieu de production spécifique, ont vocation à entrer dans la définition des produits du terroir mentionnés à l'article L. 581-19 ; les entreprises locales qui ont pour activité principale leur transformation ou leur vente peuvent donc se signaler par le biais de préenseignes dérogatoires, dès lors qu'elles se trouvent dans le secteur géographique identifié et délimité par ces SIQO.

Les mentions valorisantes

Il existe également des mentions valorisantes telles que :

- les produits sous logo Haute Valeur Environnementale (HVE) décrits dans le décret n° 2011-1914 du 20 décembre 2011 relatif à la mention valorisante « issus d'une exploitation de haute valeur environnementale »
- les produits de montagne désignés à l'article 31 du règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires ;
- les produits fermiers pour lesquels il existe un référentiel. Ainsi, il existe des référentiels pour les oeufs fermiers et pour les fromages fermiers fixés, respectivement, par le décret n° 2015-1031 du 19 août 2015 relatif aux conditions d'utilisation des mentions valorisantes « fermier », « produit de la ferme » ou « produit à la ferme » pour les oeufs de poules pondeuses de l'espèce Gallus gallus et par le décret n° 2013-1010 du 12 novembre 2013 modifiant le décret n° 2007-628 du 27 avril 2007 relatif aux fromages et spécialités fromagères (article 9 : fromages fermiers) ;

- les produits pays des DOM désignés dans le décret n° 2006-1621 du 18 décembre 2006 relatif aux conditions d'utilisation des termes « produits pays » et de leurs transcriptions créoles.

Ces mentions valorisantes peuvent être retenues au titre des produits du terroir et les entreprises locales les transformant ou les vendant peuvent bénéficier des dispositions de l'article L. 581-19, dès lors qu'elles se trouvent dans le secteur géographique identifié et délimité par ces mentions.

Les marques Valeur Parc Naturel Régional et Esprit Parc National

La marque collective « Valeurs Parc naturel régional » a vocation à valoriser des entreprises et des activités engagées dans un développement économique durable dans leurs territoires. Elle identifie les produits et services issus des parcs naturels régionaux et répondant à leurs valeurs spécifiques. Elle traduit essentiellement le lien entre le territoire et le produit ou le service marqué, la dimension humaine, la préservation des patrimoines.

L'attribution de cette marque à des entreprises bénéficiaires est déléguée par l'État à chacun des syndicats mixtes de parc dans un cadre d'utilisation national harmonisé. Elle repose sur des référentiels d'audit nationaux définis par gamme de produits et services. La marque « Esprit Parc National » a pour objectif de promouvoir des produits et services proposés par les acteurs économiques des territoires des parcs nationaux, dans le respect de l'environnement et engagés dans la préservation et la promotion des territoires d'exception des parcs nationaux.

Les entreprises locales dont l'activité principale est la transformation ou la vente de produits, et non de services, bénéficiant des marques « Valeurs Parc Naturel Régional » et « Esprit Parc Naturel » pourront se signaler par des préenseignes dérogatoires dès lors qu'elles se situent sur le territoire du parc naturel régional ou du parc national objet de la marque. Par contre, l'article L. 581-19 du code de l'environnement faisant expressément référence aux « produits du terroir », les entreprises offrant des services bénéficiaires de l'une de ces marques (restauration, hôtellerie, visites guidées, etc.) ne sauraient bénéficier de la possibilité de se signaler par des préenseignes dérogatoires.