

Assemblée générale de l'Association Gersoise pour la Promotion du Foie Gras et de l'Aviculture (AGPFGA)

Le GERS fait vendre

L'assemblée générale de l'interprofession départementale pour la promotion des palmipèdes à foie gras et des volailles de qualité du Gers s'est déroulée le 17 septembre dernier à Samatan, renommée pour ses halles au gras et aux volailles, pour son concours départemental de foie gras dans le cadre de Gasconh'à Table, également détentrice du label « Un village- un produit » pour le foie gras.

Le Président Benjamin Constant a retracé le parcours compliqué de la filière foie gras du Gers ces cinq dernières années, cumulant les problèmes de l'influenza aviaire puis ceux du COVID19 et de nombreux marchés qui se sont fermés comme les salons, les foires, les métiers de la restauration.

A l'heure de garder, voire de reconquérir des marchés perdus temporairement, la question de savoir si le mot « Gers » faisait toujours vendre a été posée à des représentants des différentes familles de production de notre territoire.

Pour Marc Roose, directeur de l'Association des Palmipèdes à foie gras du Sud Ouest (PAL-SO) qui gère l'Indication Géographique Protégée (IGP) Canard à foie gras du Sud-Ouest il n'y a pas photo, le Sud-Ouest fait vendre. Selon les enquêtes de notoriété réalisées régulièrement, l'origine du produit est un facteur déterminant dans l'acte d'achat et le Gers est plébiscité par nos concitoyens, aux côtés des termes Sud Ouest et Périgord.

La stratégie Gers enclenchée par Avigers avec les volailles label rouge depuis plus de 40 ans reste d'une grande actualité. Delphin Guillaumey l'a confirmé avec les exemples du canard « Gers » dès le début des années 2000 et plus récemment avec une filière œuf bio du Gers

développée par Vivadour. Précisant que ce système de filière territorialisée permet de faire consommer les céréales produites localement par les éleveurs du territoire et que tout cela génère des emplois chez tous les fournisseurs de services des différentes productions.

Lorsque l'on fait de la vente directe sur des foires, des salons, des événementiels au-delà du département, le Gers fait vendre c'est indéniable, disent Pierre Garros pour les artisans conserveurs et Théophile Joulié pour les conserveurs à la ferme du Gers. Il porte des valeurs de bien vivre et de gastronomie que l'on retrouve au travers de l'enquête de notoriété du Palso. Le risque sanitaire est cependant un facteur qu'il faut intégrer lorsque l'on joue la carte de « l'IGP Gers ».

Cette notoriété l'AGPFGA participe à la construire et la maintenir depuis bientôt 40 ans, rappela Benjamin Constant, ceci en multipliant les modes de visibilité sur les événementiels gersois, la presse régionale ou au Salon de l'agriculture à Paris.

En défendant le plus ancien mode de commercialisation de la filière qui est celui des marchés au gras du Gers elle contribue fortement à cette notoriété. Didier Villate qui représente la Commission de ces marchés au gras rappelle



De gauche à droite : Didier VILLATE, Pierre GARROS, Benjamin CONSTANT, Bernard MALABIRADE.

que les quelques minutes qui passent gratuitement tous les ans aux journaux télévisés sont tout bénéfice pour tous les opérateurs gersois, de la filière longue ou courte.

Mais l'enjeu est de savoir se réinventer pour que ces mar-

chés uniques en France (et dans le monde) et l'image qui est envoyée persistent.

Pour clôturer l'assemblée générale le Président de la Chambre d'agriculture a évoqué cette ambition et la volonté de la Chambre de s'appuyer sur la notoriété du Gers, de ses

valeurs, pour fédérer les différentes filières du département sur un projet collectif qui apportera de la plus-value à tous et ancré dans le développement durable. La filière avicole gersoise est bien évidemment un maillon essentiel pour construire ce projet.