

Saveur | Après sa marque de territoire, la Tomate de Marmande veut l'IGP



La Tomate de Marmande jouit d'une bonne image auprès du grand public. Elle est issue d'une histoire de plus de 150 ans ancrée dans la région Nouvelle Aquitaine et en Lot-et-Garonne. 90 producteurs et des transformateurs se sont réunis afin de valoriser ce fruit à chair rouge légèrement côtelé et gustatif en créant une marque de territoire. Ils ont profité du Salon international de l'agriculture pour lancer la marque. Ce lancement a eu lieu mardi 25 février. Pour les producteurs, ce n'est qu'une première étape, ils s'engagent sur l'obtention de l'identification géographique protégée.

Légume ou fruit à chair rouge, préféré des Français, et ancrée dans son territoire depuis plus de 150 ans, la tomate est une production chère au cœur des agriculteurs marmandais. Elle est connue par 65 % des Français. Des producteurs, des transformateurs, des coopérateurs ont souhaité se réunir sur une bannière commune dans le but de redonner une notoriété à ce produit emblématique du Sud Ouest. "Collectivement, nous avons donc créé une marque territoriale. Nous avons choisi le Salon de l'agriculture pour son lancement, explique Danièle Marcon, productrice de tomates de Marmande à Virazeil et à la tête du collectif. Actuellement, on dénombre 16 producteurs en frais pour une quinzaine d'hectares cultivés et 69 producteurs en produits transformés sur un peu plus de 500 hectares cultivés. Son bassin de production se structure autour du Marmandais, jusqu'aux rives de la Dordogne près de Bergerac.

Lors du lancement, Danièle Marcon a rappelé les motivations et l'attachement des différents acteurs de la filière à ce produit phare du Lot et Garonne : "les démarches de valorisation de la tomate sont très anciennes. Depuis plus de vingt ans, de nombreuses actions ont été menées pour offrir aux consommateurs le gage de qualité, de savoir faire et d'une traçabilité garantie. L'année 2016 va marquer d'une nouvelle étape, Val de Garonne agglomération prend contact avec l'association des fruits et légumes du Lot et Garonne pour obtenir une expertise sur la filière tomate. Cela va aboutir à la création d'un collectif réunissant tous les acteurs de la filière, tomates de bouche et tomates de transformation, des coopératives. Actuellement, la production est largement inférieure à la demande française

Obtenir un signe officiel de qualité

Le lancement de la marque collective de territoire au Salon de l'agriculture n'est pas un aboutissement mais une première étape. " Elle est essentielle car elle va permettre de fédérer et de redynamiser la filière et les produits dont l'origine et le savoir faire seront garantis, ajoute Danièle Marcon. Parmi les caractéristiques de la tomate de Marmande, on peut dire que c'est une variété qui donne des grosses tomates pesant environ 200 grammes chacune, et jusqu'à 400 grammes. Elles ont une forme doucement côtelée et légèrement aplatie. Leur chair, ferme, est parfumée et d'excellente qualité gustative. Les acteurs de la filière souhaitent aller plus loin dans la démarche de valorisation. "

Aujourd'hui, avec le soutien des collectivités, des élus du Lot et Garonne, nous sommes engagés sur le chemin de l'obtention d'une Identification géographique protégée Tomate de Marmande. Il faut rassurer le consommateur sur l'origine. Elle peut venir d'autres régions d'Europe, ajoute la productrice. Les transformateurs comme Lucien Georgelin : " Dans la première partie de ma vie professionnelle, j'étais agriculteur et originaire du Marmandais, je suis attaché à ce territoire. Travailler avec les producteurs locaux fait partie de notre ADN de l'entreprise . Or, actuellement la tomate est majoritairement importée des pays d'Europe voir de l'autre bout de la planète. Nous fabriquons en plus de nos traditionnelles confitures des sauces tomates. L'intérêt est d'avoir un produit de chez nous, cela s'inscrit dans une démarche de circuit court et de valorisation de notre région. Tout le monde a intérêt à s'inscrire dans cette IGP, c'est du gagnant gagnant pour les transformateurs, la production. C'est intéressant à un moment où notre société développe le marché de l'hôtellerie restauration même si la grande distribution demeure à plus de 80 % notre premier marché."



Claude-Hélène Yvard

Crédit Photo : Claude Hélène Yvard

Publié sur aqui.fr le 26/02/2020

[Url de cet article](#)