

La Pomme de terre de Pertuis revient avec sa marque

PROVENCE Les maraîchers de Pertuis ont présenté leur marque Pommes de terre de Pertuis fin janvier. **Eloge d'une action de groupe.**

La pomme de terre de Pertuis dans le Vaucluse n'est pas chose nouvelle. Vers 1900, les cantons de Cadenet et Pertuis produisaient 11 000 tonnes sur près de 1 100 ha et près de 2 000 ha avant la Seconde Guerre Mondiale, permettant à de nombreux Marseillais de se nourrir pendant l'occupation. Un long déclin, très marqué dans les années 70, fait que les quantités produites par les producteurs de l'association Pomme de terre de Pertuis oscillent aujourd'hui entre 500 et 600 tonnes.

Depuis 2007, les producteurs, encouragés par les animations de la confrérie et soutenus par le Parc du Luberon, la Communauté du Pays d'Aix et le GDA Sud Luberon, ont fondé une association pour promouvoir ce produit identitaire, de bonne notoriété, et le protéger contre les utilisations

abusives de la dénomination Pomme de terre de Pertuis.

SUR UN « MARCHÉ DE QUALITÉ »

L'association des producteurs de Pomme de terre de Pertuis, née officiellement en juillet 2008, a pour objectif « la défense et la promotion de la production de la Pomme de terre de Pertuis ». Dans ce but, l'association a d'abord situé l'aire de production « traditionnelle » dans la vallée de la Durance et appartenant aux cantons de Pertuis et Cadenet (Vaucluse), Peyrolles et Lambesc (Bouches-du-Rhône). Un travail a été mené sur le plan technique avec le Cnipt (Centre national interprofessionnel de la pomme de terre), Arvalis, et la chambre d'Agriculture pour trouver de nouvelles variétés adaptées au terroir, plus précoces et plus résistantes au taupin, avec l'engagement à respecter le cahier des charges du



Un produit identitaire et de bonne notoriété voilà ce qui a poussé les maraîchers du Pertuis à lancer la marque « Pommes de terre du Pertuis »

Cnipt. Concernant la commercialisation, le positionnement du produit sur un « marché de qualité » a abouti au dépôt d'une marque figurative à l'Inpi, matérialisée par la vente en filets portant la marque « Pomme de terre de Pertuis » ainsi que le nom du producteur.

Aussi, les onze producteurs de l'association ont jugé utile de passer à la vitesse supérieure en communiquant plus largement sur leur produit avec le lançant officiellement leur marque. ■ S.L.

« ÉGALITÉ, CONVIVIALITÉ, TUBERCULINITÉ »

La Confrérie de la pomme de terre de Pertuis a été créée en 2006 pour protéger et promouvoir une culture implantée depuis le XVIII^{ème} siècle et très présente jusqu'à la fin de la Seconde Guerre Mondiale. Sa devise : « Égalité, convivialité, tuberculinité ». Une route gourmande, des animations avec les restaurateurs locaux, des recettes originales et des soirées intitulées « patasteries » ont été mise en place.