

Demain la Terre affiche le durable à l'international

L'association crée un réseau international de producteurs et transformateurs de fruits et légumes engagés dans une démarche d'agriculture responsable.

« **D**emain la Terre est une association loi 1901 de producteurs et transformateurs de fruits et légumes, rassemblés autour d'un projet commun de développement durable. Elle fédère des entreprises qui veulent penser, expérimenter et développer une production d'avenir, une troisième voie avec la production biologique et la production conventionnelle/raisonnée. C'est sur cette vision partagée que l'association s'est dotée, en 2010, d'une

charte pour apporter aux consommateurs les preuves crédibles de son engagement, axé sur trois priorités : la santé, la qualité et le respect des hommes et de l'environnement », explique Marc De Nale, son directeur général. Désireuse de développer et de faire rayonner son concept, l'association a entrepris de l'exporter. Cela a commencé, dès 2011, par la certification de productions d'entreprises françaises adhérentes, implantées à l'étranger (Espagne, Maroc, Portugal, Chili). Puis, Demain la Terre a choisi de dupliquer sa démarche sur de nouveaux territoires, tant du point de vue technique que commercial. C'est ainsi qu'ont adhéré en 2019 l'Union maraîchère de Genève (50 000 t de fruits et légumes) puis Canneberges Quebec Inc. (5 000 t de canneberges

REPÈRES

- 21 entreprises adhérentes.
- Plus de 400 producteurs engagés.
- 200 000 t de fruits et légumes, soit 6 000 ha concernés.
- 320 M€ de chiffre d'affaires cumulé.



L'adhésion des entreprises suisse et canadienne a permis une augmentation du nombre d'adhérents de 20 % et du budget de l'association de 6 %.

fraîches), en 2020. « Cela a nécessité d'adapter notre démarche et son référentiel, notamment à la réglementation en vigueur dans les pays de production mais sans baisser notre niveau d'exigence », commente Marc De Nale. Demain la Terre a également décliné dans différentes langues sa marque (Tomorrow the Earth) et sa démarche avec ses arguments explicatifs, afin d'être la mieux comprise possible par les acteurs et consommateurs locaux. Un appui commercial aux nouveaux adhérents a été assuré. « Plusieurs objectifs sont ainsi poursuivis : éta-

blir un réseau international de partage de bonnes pratiques, obtenir un retour sur investissement pour les entreprises à l'origine de la démarche (hausse du budget de l'association de 6 %), créer un réseau international d'entre-aide commerciale dans les différents pays (import/export, complément de gamme et/ou de calendrier, mise en avant conjointe...), » commente Marc De Nale en précisant avoir des demandes d'adhésion en cours d'Espagne et du Chili ainsi que des manifestations d'intérêt du Maroc et d'Australie.