

# La Lettre du CERPAT

CEntre de Ressources sur les Produits Alimentaires de Terroir

N° 19 - Automne-Hiver 2005-2006

## EDITO

Pour l'équipe CERPAT, l'année 2005 s'est terminée sur deux excellentes nouvelles : l'arrivée de Jacqueline Brousse comme documentaliste à mi-temps ; la soutenance de la thèse de doctorat en sciences de gestion de Laurent Trognon.

C'est donc avec enthousiasme que nous débutons cette année 2006. Ceci nous a incité à vous proposer un nouveau format d'édition pour le n° 19 de la lettre du CERPAT. Précédemment vous receviez les lettres par courriel, au format pdf. Nous avons opté pour une diffusion au format html. L'allègement des fichiers réduira l'encombrement de vos serveurs, en outre, il facilite la création de liens avec d'autres sites web. Vos critiques et suggestions relatives à cette évolution nous seront très utiles. Par avance, nous vous en remercions.

Depuis notre dernière lettre, en octobre, l'actualité relative aux produits de terroir a été riche : négociation de l'OMC à Hong Kong ; publication d'une nouvelle loi d'orientation agricole ; proposition d'un nouveau règlement européen pour les AOP, IGP, STG. Vous trouverez de brefs résumés sur ces événements, ainsi que des liens d'accès en ligne aux textes essentiels.

Parmi les différentes informations choisies, nous vous invitons tout particulièrement à consulter les actes du colloque INRA-INAO « Produits agricoles et alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques » qui s'est déroulé à Paris en novembre 2005, ainsi que l'ouvrage de l'INAO « Le goût de l'origine » publié chez Hachette. Enfin, pour ceux qui souhaitent approfondir leur connaissance du concept de typicité et son utilisation par les petites entreprises agro-alimentaires vous devez prendre le temps de découvrir la thèse de Laurent Trognon.

A l'aube de 2006, nous vous souhaitons une année sereine.

Louis LAGRANGE

## SOMMAIRE

### ◆ EDITO

### ◆ EVENEMENTS

- Nouvelle Loi d'Orientation Agricole [->](#)
- OMC Hong Kong [->](#)
- Structures de contrôle des IGP et AOP [->](#)
- Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles [->](#)
- IGP, AOP, STG. Proposition de règlement du Conseil [->](#)
- Charte Européenne des Produits Agroalimentaires de Montagne de Qualité [->](#)
- Synthèse ateliers Colloque SFER [->](#)
- Rencontres Internationales Planète Terroirs [->](#)
- Conférence *Éthique ou profit ? Le terroir se met à table* [->](#)
- Notices techniques label rouge [->](#)
- Agreste Primeur : AOC, etc. [->](#)

### ◆ OUVRAGES

- Le goût de l'origine [->](#)
- Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France [->](#)
- Les fermentations au service des produits du terroir [->](#)

### ◆ TRAVAUX

- Stratégie de distinction par la construction de la typicité [->](#)
- Référentiel Label Rouge appliquée à l'Ail d'Auvergne [->](#)
- Marché & stratégie d'exportation pour le bagel [->](#)

### ◆ A SUIVRE...

### ◆ PUBLICATIONS

### ◆ SUR LE WEB

### ◆ BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE

Actes de colloques récents sur les SIQO

### ◆ CONTACTEZ-NOUS...

## EVENTEMENTS :

## ■ Nouvelle Loi d'Orientation Agricole (loi n°2006-11 du 5/01/2006)

Cette loi trace, pour l'agriculture et le secteur agroalimentaire français, de nouvelles perspectives, pour les 20 prochaines années. Elle contribue à consolider leur compétitivité et à favoriser leur adaptation dans un contexte renouvelé par la réforme de la Politique agricole commune et les négociations à l'Organisation Mondiale du Commerce.

Ses objectifs sont de : moderniser l'exploitation agricole, vers l'entreprise agricole ; conforter le revenu des agriculteurs et de la ferme France ; répondre aux attentes des citoyens et des consommateurs ; valoriser tous les territoires ; moderniser l'environnement institutionnel de l'agriculture. Promouvoir les produits de qualité est un objectif clé du volet « répondre aux attentes des citoyens et des consommateurs ». La loi clarifie, en effet, le système des signes de qualité en le restructurant autour de trois modes de valorisation (art.73).

- Le premier regroupe les signes d'identification liés à une qualité supérieure (label rouge), à l'origine (AOC, AOP et IGP), à la tradition (spécialité traditionnelle garantie : STG) ou à la qualité environnementale (mode de production en agriculture biologique). L'ensemble sera géré par l'Institut national de l'origine et de la qualité (Élargissement des missions de l'INAO). Par ailleurs, la Commission Nationale des Labels et Certifications est supprimée.
- Le deuxième concerne les mentions valorisantes (fermier, montagne, produits pays pour les DOM et vins de pays) qui feront l'objet d'un étiquetage particulier.
- Le troisième est la démarche de certification des produits (CCP) permettant d'identifier une ou plusieurs caractéristiques spécifiques du produit et de la reproduire tout au long de la chaîne de production et de transformation.

Des ordonnances à venir doivent préciser les modalités d'application de cette loi.

Résumé et texte intégral sur : [www.agriculture.gouv.fr/](http://www.agriculture.gouv.fr/)

[-> Sommaire](#)

## ■ OMC Hong Kong : Statu quo sur les IG, mais un calendrier de travail

Deux questions relatives aux IG sont débattues dans le cadre du mandat de Doha : l'établissement d'un registre multilatéral des IG pour les vins et les spiritueux ; extension de ce registre multilatéral à d'autres produits.

La 6ème conférence ministérielle n'ayant permis de déboucher sur un consensus, les négociations doivent se poursuivre et s'intensifier.

Pour suivre l'évolution des négociations : [http://www.wto.org/french/tratop\\_f/trips\\_f/gi\\_f.htm](http://www.wto.org/french/tratop_f/trips_f/gi_f.htm)

[-> Sommaire](#)

## ■ Structures de contrôle des IGP et AOP

La liste des [structures de contrôle](#) des produits bénéficiant d'une IGP ou d'une AOP a été publiée dans le JOUE du 13/12/2005 (N°2005/C 317/01).

[-> Sommaire](#)

## ■ Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : une piste pour les produits du terroir ?

Le 20 octobre 2005, la Conférence générale de l'UNESCO a approuvé la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Celles-ci peuvent désormais bénéficier d'aides et de subventions d'État, hors des règles régissant les échanges commerciaux au sein de l'OMC. Voir [unesdoc.unesco.org/](http://unesdoc.unesco.org/).

Cette convention « "Activités, biens et services culturels" renvoie aux activités, biens et services qui, dès lors qu'ils sont considérés du point de vue de leur qualité, de leur usage ou de leur finalité spécifiques, incarnent ou transmettent des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale qu'ils peuvent avoir ».

Cela invite à s'interroger : les produits alimentaires de terroir ne seraient-ils pas des biens culturels ? A ce titre, ne pourraient-ils bénéficier de la protection et de la promotion définies par cette convention ? Jusqu'à présent, leur protection passe par celle de leur indication géographique (IG), ce qui relève, au plan international, des accords de l'Organisation mondiale de la propriété Intellectuelle

(<http://www.wipo.int/portal/index.html.fr>), ADEPIC.

[-> Sommaire](#)

## ■ IGP, AOP, STG. Proposition de règlement du Conseil Européen

Des propositions tendant à clarifier et à rationaliser les règles régissant les IGP, les AOP et les Spécialités Traditionnelles Garanties ont été présentées le 23/12/2005.

Les [projets de règlements](#) assureront pleinement la compatibilité avec les conclusions d'un récent groupe spécial de l'OMC.

- Proposition relative à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires ([proposition AOP - IGP](#)).
- Proposition relative aux spécialités traditionnelles garanties ([proposition AOP - IGP](#)).

[-> Sommaire](#)

## ■ Charte Européenne des Produits Agroalimentaires de Montagne de Qualité

[Cette charte](#), lancée le 7 décembre 2005, a déjà été signée par 58 gouvernements, régions et organisations de 11 pays.

[-> Sommaire](#)

## ■ Produits agroalimentaires de montagne de qualité description, résultats et conclusions du projet d'Euromontana (2002-2004)

Publication dans le cadre du Congrès sur le futur des montagnes dans l'Union Européenne du XXIème siècle – Communauté de Travail des Pyrénées – Barcelone, 14 et 15 Septembre 2005. Voir :

[www.mountainproducts-europe.org/](http://www.mountainproducts-europe.org/)

[-> Sommaire](#)

## ■ Colloque SFER : « *Au nom de la qualité : quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demande(s) ?* »

La synthèse des ateliers est disponible sur [www.sfer.asso.fr/](http://www.sfer.asso.fr/)

[-> Sommaire](#)

## ■ Premières Rencontres Internationales Planète Terroirs

Organisées par l'association Terroirs & Cultures, avec le parrainage de l'UNESCO, ces rencontres visent à ouvrir de nouvelles pistes pour le développement durable.

Convaincus que les terroirs sont un maillon indispensable au maintien de la diversité, les membres de Terroirs & Cultures veulent que les terroirs et leurs produits prennent une part active à une mondialisation mieux équilibrée et plus équitable. Une déclaration et un programme d'actions devraient être adoptés lors de ces rencontres. [Texte présenté](#).

[-> Sommaire](#)

## ■ Mise à jour de notices techniques label rouge

Les notices techniques label rouge Gros bovins de boucherie, Viande de porc vendus à l'état frais ou surgelé et préparations dérivées sont téléchargeables sur <http://www.agriculture.gouv.fr/>

[-> Sommaire](#)

## ■ « *AOC, Label rouge et CCP pour 116 000 unités professionnelles En matière de qualité, l'AOC persiste et signe* », Agreste Primeur n° 169. En ligne sur [www.agreste.agriculture.gouv.fr/](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/)

[-> Sommaire](#)

## ■ Conférences de l'Université Saveurs & Savoirs, « *Éthique ou profit ? Le terroir se met à table* » (28 novembre au 1er décembre 2005)

Organisée par la Sopexa, l'association Terroirs & Cultures et l'Université PARIS IV–Sorbonne, l'Université Saveurs et Savoirs cherche à mettre en rapport les questions alimentaires avec l'ensemble des domaines du savoir, et à proposer au grand public une information complète et contrastée en matière de culture alimentaire : faire voir en particulier toute la diversité des terroirs et donc du patrimoine alimentaire mondial, et dégager les enjeux économiques, culturels et

politiques - de santé publique - liés à la protection des produits du terroir.  
Cette année, quatre conférences ont été données :

- Les produits de terroir : effet de mode ou piste de développement économique ?
- Produits de terroir et produits de masse : quelle coexistence dans la bataille du marché mondial ?
- Terroir et marketing : le terroir est-il (seulement) un argument de vente ?
- Redonner du sens aux terroirs : un enjeu économique et culturel

Comptes-rendus des conférences sur [www.e-sopexa.com/](http://www.e-sopexa.com/)

Présentation de L'Université Saveurs et Savoirs sur [www.paris4.sorbonne.fr](http://www.paris4.sorbonne.fr)

[-> Sommaire](#)

## ▣ OUVRAGES

### ■ Collectif, 2005. *Le goût de l'origine*. Hachette, 255 p.

Des appellations d'origine contrôlée, on connaît surtout les vins et les eaux-de-vie. Mais bien d'autres denrées alimentaires ont accédé à l'Appellation d'origine contrôlée ou à une Indication géographique protégée qui consacre leur notoriété et les protège de la contrefaçon : jambon de Bayonne, piment d'Espelette, crottin de Chavignol, noix de Grenoble, huile d'olive d'Aix-en-Provence, foie gras du Sud-Ouest, brie de Meaux, roquefort, bœuf Maine-Anjou, mirabelles de Lorraine, mâche nantaise, cidre de Normandie...

Authenticité, traçabilité, goût inimitable, autant d'atouts pour conquérir un public exigeant et gastronome. Ces produits ont une autre vertu moins connue, précieuse à l'heure de la mondialisation : ils résultent de terroirs et de savoir-faire non délocalisables. Le livre s'interroge tout d'abord sur la notion d'appellation d'origine contrôlée et son histoire, de l'Antiquité à nos jours. Sur sa modernité également: l'indication de l'origine est-elle une protection pour le consommateur tout autant que pour le producteur ? L'ouvrage décrit, région par région, les produits de France qui bénéficient d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique: vins, fromages, fruits et légumes, viandes. Un tour de France des produits d'origine illustré par de nombreuses photos.

[-> Sommaire](#)

### ■ Montel M-C. *et al.*, 2005. *Les fermentations au service des produits du terroir*. INRA Éditions, 312 p.

Cet ouvrage met en évidence que, loin de nous nuire, des microbes sont des amis et des gardiens de notre alimentation, de sa diversité, de ses goûts et de ses cultures.

Un panorama historique, géographique, ethnologique et socio-économique permet de situer ces questions dans la dynamique des civilisations et du maintien de leurs identités, des pratiques, des savoirs et des terroirs.

Les disciplines biologiques apportent, dans un second temps, leurs réflexions et résultats sur les fermentations qui permettent l'élaboration des produits de terroir et qui contribuent à leurs saveurs tout en garantissant leur sécurité sanitaire.

Se conjuguent ainsi des apports originaux de disciplines scientifiques variées et des expériences d'acteurs de terrain, qui peuvent dialoguer autour d'un même objet complexe et d'une problématique partagée, dans le cadre d'un partenariat entre l'INRA et l'INAO.

[-> Sommaire](#)

### ■ Bérard L. *et al.*, 2006. *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*, Éditions : Cirad, Iddri, IFB, Inra, Cemagref, Ifremer, p. 272

Avec la Convention sur la diversité biologique, qui a porté les communautés autochtones et locales sur le devant de la scène internationale, l'homme a retrouvé une place centrale dans les questions liées à l'environnement. Ces savoirs et savoir-faire liés à la nature, longtemps dépréciés, ont été réhabilités et sont devenus le centre d'actions de conservation et de valorisation de la biodiversité. Cet intérêt grandissant à toutes les échelles, du local à l'international, suscite une forte demande d'informations, d'études de cas, d'analyses. Les exemples habituellement mis en avant proviennent surtout du monde

anglo-saxon et latino-américain et se limitent aux questions liées à l'autochtonie.

En France, si ces dernières peinent encore à être prises en compte, des approches fondées sur les notions de patrimoine et de terroir ont été développées, qui permettent de mieux connaître, de conserver et de valoriser les savoirs naturalistes et la biodiversité qui leur est liée. Cet ouvrage présente des contributions originales sur l'expérience française, provenant de chercheurs de disciplines variées, de praticiens, d'hommes politiques.

Ouvrant une réflexion collective, synthétique et critique, il s'adresse aux négociateurs, mais aussi à tous ceux qui s'intéressent à l'autochtonie et aux savoirs locaux sur la nature. Avec l'objectif de nourrir les débats, notamment internationaux.

[-> Sommaire](#)

## ☐ SUR LE WEB

- ✓ Association terroirs et cultures [www.terroirsetcultures.asso.fr/](http://www.terroirsetcultures.asso.fr/)
- ✓ Articles sur les produits de terroir [www.revues.org/](http://www.revues.org/)
- ✓ L'Université du Vin [www.universite-du-vin.com/](http://www.universite-du-vin.com/)

[-> Sommaire](#)

## ☐ TRAVAUX

■ Trognon Laurent, 2005. *Contribution à l'étude des stratégies de la petite entreprise agro-alimentaire. Stratégie de distinction par la construction de la typicité*. Thèse en sciences de gestion, Montpellier, Université de Montpellier I, ENITA Clermont, 518 p.

**Résumé :** Cette thèse, de nature constructiviste, abductive et qualitative, s'inscrit dans le domaine du management stratégique. Elle s'est nourrie, aux plans théorique, méthodologique et empirique de notre participation depuis dix ans aux travaux de l'Unité de recherche « typicité des produits alimentaires » sur la petite entreprise agro-alimentaire (PEAA) et la qualité des produits de terroir. C'est l'observation de données empiriques inattendues qui a fait émerger sa question principale : comment la typicité de ses produits permet à la PEAA de se distinguer sur un marché différencié ?

Au plan théorique, l'Approche Fondée sur les Ressources a été utilisée et la notion de typicité a été examinée au regard de l'apport des sciences cognitives. La méthodologie combine une approche supply chain (SC) et l'élaboration d'études de cas. Les données ont été collectées lors d'entretiens semi-directifs de dirigeants d'entreprise des secteurs fromager, viande ou vinicole (40 PEAA du Massif central, 75 intermédiaires et clients finaux de leurs SC). Les quatre études de cas élaborées se composent chacune de plusieurs entreprises : la PEAA pivot du cas et plusieurs entreprises clientes (grossistes, transformateurs secondaires, GMS, détaillants spécialisés, restaurateurs).

La thèse défendue est que grâce à une combinaison singulière et idiosyncratique de ses ressources et compétences, alliée à des choix judicieux de supply chains, la PEAA contribue à la construction de la typicité du produit et, ce faisant, se distingue de ses concurrents. Ainsi, la construction de la typicité d'un produit alimentaire, que l'on admet généralement comme l'expression d'une stratégie de différenciation de filière, apparaît aussi comme moyen et résultante de stratégies de distinction de PEAA et de leurs SC.

**Mots clés :** petite entreprise agroalimentaire, stratégie de distinction, supply chain, typicalité, typicité.

[-> Sommaire](#)

■ Nerrière Marie, 2005, *Démarche d'élaboration des référentiels d'une demande de certification Label Rouge associée à une Indication Géographique Protégée appliquée à l'"Ail d'Auvergne"*. ENITAC, 40 p. + ann.

En 1996, afin de pérenniser la production de diversification de l'ail d'Auvergne, les opérateurs de la filière se sont réunis au sein de la Fédération de l'Ail d'Auvergne. Leur objectif était de développer le marché en démontrant la spécificité et les qualités du produit. Le succès de cette démarche n'est pas assuré car la motivation de certains opérateurs semble faible et le mode de financement doit être défini pour assurer indépendance et viabilité à cette Fédération.

[-> Sommaire](#)

- Graeff Myriam, 2005, *Recherche de marché & stratégie d'exportation pour le bagel en France et en Allemagne*. ENITAC, 40 p. + ann.

Le bagel est un pain traditionnel originaire des pays de l'est. Devenu très populaire dans les pays anglo-saxons, il fait parti aujourd'hui de la catégorie des Morning goods. Le marché anglais est actuellement en pleine croissance, cependant face à la concurrence des MDD, la recherche de débouchés à l'international est une direction clé pour une entreprise telle que Mr Bagels. Menée dans le cadre du développement de l'export de cette entreprise, cette étude a pour but de rechercher des marchés en France et en Allemagne afin de mettre en place l'exportation de bagels dans ces pays.

[-> Sommaire](#)

## □ A SUIVRE

### ✓ PRODDIG : Promotion du Développement Durable par les Indications Géographiques

Ce projet vise à produire des connaissances scientifiques sur les conditions à partir desquelles les IG peuvent contribuer à une perspective de développement durable. Voir sur [www.inra.fr/](http://www.inra.fr/)

### ✓ 2ème Séminaire du Réseau Scientifique - Professionnel Méditerranéen Élevage :

Les Productions de l'Élevage Méditerranéen : Défis et atouts. Saragosse, 18–20 mai 2006. Voir sur [www.iamz.ciheam.org/](http://www.iamz.ciheam.org/)

[-> Sommaire](#)

## □ PUBLICATIONS

✓ Giraud G., Tregear A., 2005. *Attitudes, perception et comportement des consommateurs envers les produits alimentaires avec indication d'origine en Europe*. Colloque INRA/INAO « Produits agricoles et alimentaires d'origine ».

✓ Michelin Y., 2005. *Les modèles paysagers, une mise en débat pour une politique de qualité, l'exemple de l'AOC St Nectaire*, Colloque Paysage et valeurs : de la représentation à la simulation, Limoges, 24-26/11/2005.

✓ Lagrange L. et al., 2005. *Signes d'identification de la qualité et de l'origine : la place des produits AOC et IGP*. Colloque INRA/INAO « Produits agricoles et alimentaires d'origine ».

✓ Trognon L., 2005. *Contribution à l'étude des stratégies de la petite entreprise agro-alimentaire. Stratégie de distinction par la construction de la typicité*. Thèse en sciences de gestion, Montpellier, Université de Montpellier I, ENITA Clermont, 518 p.

[-> Sommaire](#)

## □ BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE : Actes de colloques récents sur les SIQO

- *Actes du Colloque SFER-ENITA « Au nom de la qualité : quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demande(s) ? »* 5-6/10/05, Clermont : Editions Enita, 558 p.

En six chapitres, ils traitent et débattent des questions suivantes : Quelles sont les préférences et les dispositions à payer la qualité des consommateurs ? Quelles méthodes pour les analyser ? ; Quelle valeur les consommateurs accordent-ils au territoire et aux méthodes de production ? ; Quelles sont les attentes sociétales émergentes ? Faut-il distinguer consommateurs et citoyens ? ; Où en sont les politiques publiques en matière de qualité (information, sécurité, santé, contrôle, traçabilité, responsabilité, signes officiels de qualité et d'origine,...) ? ; Quelles sont aujourd'hui les stratégies de qualité privées, professionnelles et interprofessionnelles (stratégies compétitives des firmes, des filières et des territoires, normes, marques ... ) ? ; Quelles sont les différences de perception et de définition de la qualité au niveau international ? Dans quelles directions s'orientent les négociations internationales en la matière

(réglementation, reconnaissance des indications géographiques, stratégies des pays ou groupes de pays,...) ? Cet ouvrage reprend l'ensemble des 49 communications discutées dans les ateliers, ainsi que les 20 posters présentés.

[-> Sommaire](#)

■ **Actes du Colloque international de restitution des travaux de recherche sur les Indications et Appellations d'Origine Géographiques**, 17 et 18 novembre 2005 : « Produits agricoles et alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques ». INRA/INAO, Éditions INRA.

Depuis plus d'une décennie, l'INRA et l'INAO se sont associés pour concevoir et réaliser un programme de recherche sur les Indications Géographiques Protégées. Ces recherches, menées dans les secteurs des produits laitiers, carnés et des vins, mobilisent de nombreuses disciplines afin de mieux qualifier les produits d'origine et d'assurer leur développement. Au cours de ce colloque se sont déroulées quatre sessions pour aborder les aspects suivants : la construction technique et sociale des appellations d'origine contrôlée (AOC) et indications géographiques protégées (IGP) - les AOC-IGP, leurs filières et leurs marchés - reconnaissance internationale des indications géographiques - les AOC-IGP et les territoires.

[-> Sommaire](#)

■ **Actes du Colloque Franco-Suisse : Gestion de la marque et des labels de qualité et/ou d'origine**. 24/11/05, 78 p.

Bio-Le Bourgeon, Max Havelaar, AOC, IGP, M-Engagement, Coop Naturaplan, Garantie Suisse, produits du terroir.... La liste pourrait être encore bien plus longue. En effet, le marché suisse des produits alimentaires est submergé par des dizaines de labels et appellations de toutes sortes concernant la qualité, l'origine et l'éthique de ces produits. En les examinant de plus près, on constate que ces dénominations peuvent émaner tant de producteurs individuels que d'associations de ces derniers, de la volonté de grands distributeurs ou encore d'une initiative régionale ou fédérale.

[-> Sommaire](#)

**CONTACTEZ-NOUS**

**Equipe du CERPAT**

Jacqueline Brousse (documentaliste) ; Martine Sebki (secrétaire)  
Louis Lagrange (responsable) ; Laurent Trognon (animateur)  
ENITA Clermont-Fd - BP 35 - 63370 LEMPDES  
Tel. : 04.73.98.70.10 - Fax 04.73.98.13.90  
Site web : [www.enitac.fr/cerpat](http://www.enitac.fr/cerpat)  
e-mail : [cerpat\(a\)enitac.fr](mailto:cerpat(a)enitac.fr)

-----

**La lettre du CERPAT**

Tirage : 20 exemplaires + diffusion électronique (800 abonnés)  
[Téléchargement et Abonnement](#)

ISSN : 0999-8446

La Lettre du Cerpat est une publication de l'[ENITA de Clermont-Fd](#)

[-> Sommaire](#)