

Terroir, qualité des produits et développement local : avant-propos

Dollé V., Tekelioglu Y.

in

Tekelioglu Y. (ed.), Ilbert H. (ed.), Tozanli S. (ed.).
Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable
des pays méditerranéens

Montpellier : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 89

2009

pages 5-7

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=801075>

To cite this article / Pour citer cet article

Dollé V., Tekelioglu Y. **Terroir, qualité des produits et développement local : avant-propos.** In :
Tekelioglu Y. (ed.), Ilbert H. (ed.), Tozanli S. (ed.). *Les produits de terroir, les indications géographiques
et le développement local durable des pays méditerranéens.* Montpellier : CIHEAM, 2009. p. 5-7 (Options
Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 89)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Avant-propos

Terroir, qualité des produits et développement local

Etape de réflexion collective dans un parcours complexe, ce séminaire d'Antalya est un maillon indispensable de la réflexion qui fait suite aux travaux de la Conférence Internationale de Parme organisée par l'EFSA et le CIHEAM en 2007 sur « qualité et sécurité alimentaires ». Les échanges de ces journées et les réflexions proposées dans ce numéro d'options méditerranéennes prolongent les travaux de recherche sur « les produits méditerranéens et leurs conditions d'émergence, d'efficacité et leurs modes de gouvernance », conduits par le CIHEAM-IAMM en étroite collaboration avec l'Université Akdeniz dans le cadre du programme Femise de l'Union Européenne.

Les signes de qualité et d'origine constituent « **des biens de confiance** » : le signalement des produits par les indications géographiques **constitue un instrument** qui rassure le consommateur par son effet qualitatif. Cet instrument utile à la protection et à la promotion des produits des pays méditerranéens est également un outil de développement des coopérations nord-sud. Tous les secteurs de production élaborent des produits de terroir, dont la diversité s'explique par différents facteurs : leur ancrage dans différentes sociétés locales, leur distribution géographique et les échelles de production pouvant passer d'une production domestique à une véritable production industrielle.

La construction d'un terroir est la résultante d'interactions complexes entre des facteurs naturels et humains. Sa profondeur historique délimite son antériorité définie par des registres de justification variables selon les pays. La relation d'un produit à un territoire doit se démontrer et s'argumenter : les traces écrites ou orales sont donc précieuses. De nombreuses sources documentaires témoignent de l'ancrage historique des produits. En Turquie, par exemple, grâce à l'Edit de Bursa qui date du début du XVIème siècle, il a été possible de recenser et qualifier les produits selon leurs lieux d'origine et de fixer un prix lié à la qualité.

Les indications géographiques en Turquie contribueront à un développement local durable grâce à la création de cahiers des charges précis. La Turquie a adopté un système de classification des indications géographiques similaire à celui de l'Union Européenne. De nombreux produits sont d'ores et déjà enregistrés ; on en dénombre 64 dont 42 AOP et 22 IGP. Depuis juin 2008, le Maroc a adopté une législation sur les signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) et la première Indication Géographique a été reconnue en avril 2009 pour l'un des produits emblématiques du Maroc, l'arganier.

Les entreprises par ailleurs mobilisent les ressources du terroir, par des réseaux verticaux ou horizontaux et constituent un capital relationnel qui devient un véritable levier économique. La valorisation foncière par exemple : dans le Sud de la France, le prix estimé de l'hectare de l'olivier est de 30,000€ en zone AOC et de 17 000€ hors de la zone labellisée. La valeur estimée d'un hectare de vigne de Champagne varie entre 600 000 à 900 000 Euros l'hectare.

La création de valeur économique concerne, outre le produit, l'ensemble du territoire, à travers le tourisme, la restauration elle impacte positivement le développement d'infrastructures logistiques. L'organisation de l'espace euro-méditerranéen autour des produits de qualité et des

terroirs pourrait jouer un rôle clef dans la concurrence internationale en améliorant la compétitivité de produits typiquement méditerranéens face aux producteurs extérieurs comme, par exemple d'huile d'olive ou de vin en provenance d'Australie ou du Chili.

Cependant, plusieurs phénomènes menacent ce patrimoine méditerranéen et son potentiel de développement. On observe une perte des savoir-faire et une diminution de la culture technique suite à l'urbanisation croissante de la population entraînant une perte de la transmission orale. Par ailleurs, les produits du terroir ont du mal à coexister avec l'application des règlements sanitaires, notamment ceux de l'Union Européenne comme le « *paquet hygiène européen* ». Ce règlement, même s'il inclut des dérogations pour les pratiques traditionnelles, implique des démarches complexes et contraignantes. La mise en œuvre de ces normes contribuent à faire disparaître les petits artisans et les petites structures peu aptes à répondre aux exigences croissantes de la normalisation de leurs pratiques. Les filières industrielles ou certains gouvernements utilisent, quant à eux, l'image du terroir pour conforter leur positionnement sur le marché. Enfin, certaines zones défavorisées ne bénéficient pas de structures interprofessionnelles. Cette absence d'organisation rend difficile la création de filières de produits de qualité.

Un consensus au niveau local est nécessaire pour que les agriculteurs et les petites entreprises agroalimentaires s'organisent et réactivent des savoir-faire traditionnels. Des réseaux de proximité ou de vente par Internet constituent des modes de relations susceptibles de favoriser la renaissance de produits que l'on croyait disparus. Pour ces marchés de niche, les indications géographiques représentent alors un enjeu stratégique de développement local et durable.

La démarche doit être volontaire et collective, organisée par un groupement de professionnels. Partant de la base, le cahier des charges devient le support d'un engagement collectif que l'ensemble des acteurs s'engagent à respecter. Le rôle des pouvoirs publics est décisif pour certifier les coopérations à l'intérieur comme à l'extérieur de la filière (législation etc.) et pour promouvoir les produits du terroir. Plusieurs échelles de gouvernance sont à prendre en compte dans la création et la bonne gestion de ces indications géographiques et impliquent une articulation efficace entre l'organisation de la filière et celle du territoire.

La valorisation du terroir suppose une organisation sociale et économique ainsi qu'un positionnement par rapport aux grandes entreprises industrielles et la grande distribution. Les choix de mise en marché, les analyses du comportement des consommateurs, comme les dispositifs de protection impliquent des modes de gouvernance coordonnés. Les analyses globales du marché mondial et des politiques, comme les témoignages et les études de cas des différents pays du pourtour méditerranéen présentées lors de ce séminaire attestent de la véritable dynamique en cours.

La remise en cause du modèle agro-industriel (crises alimentaires et recherche de sécurité sanitaire accrue ou d'alternatives liées aux préoccupations environnementales et éthiques) doivent susciter une réflexion sur la cohérence entre des objectifs de qualité et des objectifs de développement durable. Une dynamique intégrant les impératifs économiques, environnementaux et sociaux pourrait mobiliser les pays du Sud de la Méditerranée. Comment fédérer les terroirs Méditerranéens en favorisant des échanges entre modes d'existence et de culture spécifiques ? Un label méditerranéen peut-il y concourir, comme le suggère la Déclaration d'Antalya sur laquelle a débouché ce séminaire ?

D'autres rendez-vous sont nécessaires pour évaluer les tendances et les choix en termes de signalisation de la qualité des produits du terroir : la responsabilité sociale, économique et environnementale de ceux qui valorisent les terroirs agronomiques est ainsi sollicitée. Le séminaire international la « Haute Ecole des Terroirs en Méditerranée » sur la signalisation des terroirs, organisée par l'IAM de Montpellier en juillet 2009 répond à cette préoccupation de la défense des terroirs en Méditerranée.

Les journées d'échanges de ce séminaire ont été fructueuses, la déclaration d'Antalya concrétise leurs principaux résultats. Nous remercions vivement pour leur concours volontaire et inestimable, le Ministère de la Culture et du Tourisme de la Turquie en la personne du ministre, Monsieur Ertuğrul GÜNAY, les Services Culturels de l'Ambassade de France et de l'Ambassade d'Italie à Ankara, la présidence de l'Université Akdeniz et le CIHEAM.

Vincent Dollé
Directeur
CIHEAM-IAMM

Yavuz Tekelioğlu
Directeur du CREM
Université Akdeniz