

Les produits sous indications géographiques. Avantages et inconvénients pour les producteurs ; le rôle des institutions régionales et locales

Scudeller A.

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 67-71

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

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=801081>

To cite this article / Pour citer cet article

Scudeller A. **Les produits sous indications géographiques. Avantages et inconvénients pour les producteurs ; le rôle des institutions régionales et locales.** 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. 67-71 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 89)



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

Les produits sous indications géographiques. Avantages et inconvénients pour les producteurs ; le rôle des institutions régionales et locales

Alessandra Scudeller

Service qualification des productions agroalimentaires – Région Veneto
Université de Padova

Résumé. Les indications géographiques sont des labels collectifs institutionnels, c'est-à-dire des biens publics des territoires, qui sont stratégiques pour les politiques du développement rural. Les administrations régionales et locales doivent savoir jouer un rôle de guide pour les producteurs avec des actions diversifiées allant de la formation sur le terrain, la coordination entre administrations jusqu'à la promotion sur le marché.

Mots- clés. Indication géographique - Développement rural - Institution régionale.

Products with geographical indications. Advantages and disadvantages for producers; the role of regional and local institutions

Abstract. *The geographical indications are collective labels and a public good of a territory that are strategic for rural development policies. Regional and local administrations have to play a guide role for producers, developing various actions starting from extension activities on the field, collaborations among administrations and market promotion.*

Key words. *Geographical indication - Rural development - Regional institution*

Dans l'histoire de la Communauté européenne, un de ses principaux objectifs a été l'institution du Marché Unique entre les pays membres. Cela s'est traduit entre autres par l'interdiction des mesures de restrictions quantitatives à l'importation et des mesures ayant un effet équivalent. Ces mesures visaient à limiter les protections des marchés nationaux. Par exemple, l'Italie pour défendre les producteurs nationaux de blés durs et de pasta de la concurrence étrangère, mais aussi pour défendre la qualité des produits pour les consommateurs, avait cherché à bloquer l'importation des spaghettis de blé tendre. Pour la même raison, l'Allemagne avait bloqué l'importation des bières qui n'étaient pas produites avec le malt d'orge.

Lorsque l'Allemagne a cherché à empêcher l'importation de la liqueur française « Cassis de Dijon » pour motif de non conformité à la législation allemande, un arrêt de la Cour de Justice Européenne du 20 février 1979 a stipulé qu' un « produit légalement produit et commercialisé dans un État Membre, doit pouvoir circuler aussi dans les autres États Membres ». Par cette décision le *principe du marché unique* a été sauvé, mais les producteurs ont pu copier et imiter les produits les plus réputés et plus recherchés par les consommateurs sans garantir les caractéristiques de la qualité originelle. Cette concurrence déloyale ne décourage pas seulement les producteurs, mais induit également le consommateur en erreur.

La Commission européenne a alors compris la nécessité de protéger les consommateurs et les producteurs contre l'usurpation, l'imitation et toute autre fausse indication de provenance des produits agroalimentaires. Il s'est agi de sauver les richesses et les diversités alimentaires typiques, en particulier celles des pays du Sud, comme la France, l'Italie et l'Espagne, qui avaient développé des normes de protection des produits liés aux territoires afin de les qualifier sur les marchés. Différencier la production agricole et agroalimentaire et donner au consommateur des informations claires sur l'origine et les caractéristiques spécifiques des

Options méditerranéennes, A n°89, 2009 - *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*

produits devient un objectif politique de l'Union Européenne. La Communauté européenne a créé en 1992 un système de protection et de valorisation des produits agroalimentaires par le règlement n° 2081 (aujourd'hui règlement CE no 510/2006¹) relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires liées au terroir. Le règlement prévoit trois niveaux de protection :

- l'*Appellation d'Origine Protégée AOP* (ou *Dénomination d'origine Protégée DOP*) pour les produits dont la qualité typique dépend strictement des caractéristiques géographiques de la zone de production, transformation et élaboration.
- l'*Indication Géographique Protégée (IGP)* pour le quel le lien avec le terroir demeure à un des stades au moins de la production, de la transformation ou de l'élaboration et le produit peut jouir d'une grande réputation.
- Le *Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)* pour mettre en valeur la composition traditionnelle d'un produit ou son mode de production traditionnel.

Aujourd'hui plus de 800 produits sous indications géographiques sont diffusés dans tous les pays membres de l'Union Européenne même dans les pays anglo-saxons qui ont toujours favorisé la protection par les marques privées. Des différences juridiques majeures séparent les marques et les indications d'origine : une marque appartient à un producteur ou une entreprise qui détient un droit de propriété intellectuelle privé. Les appellations d'origine et les indications géographiques sont des signes publics dont le titre de propriété intellectuelle est inaliénable et collectif. Ils désignent un nom d'un lieu réputé donnant des caractéristiques particulières à un produit.

Pour cette raison les appellations d'origine sont considérées comme des biens publics. Ils sont des labels institutionnels ou des signes officiels de qualité. Les Institutions publiques, qu'il s'agisse de la Communauté européenne, des Etats membres, des administrations régionales et locales, ont la possibilité d'intervenir à différents niveaux et entreprennent des actions diversifiées, pour développer les produits de qualité géographique liés aux terroirs.

Le développement du système des indications géographiques est avantageux pour les territoires, les collectivités, les consommateurs et les producteurs. Ces atouts ne s'arrêtent pas seulement à la défense communautaire du nom du produit contre les imitations et les fausses indications. La standardisation de la qualité des produits à des niveaux élevés une meilleure visibilité du produit. Les consommateurs sont informés et ont leur liberté de choix ; cette qualification produit garantit une plus value aux producteurs. Ces marchés de niche ont un potentiel de croissance plus élevé que ceux la grande distribution de masse ; enfin, ces marchés différenciés offre la possibilité d'obtenir des financements publics pour les investissements dans les entreprises ainsi que des soutiens pour la certification, les contrôles et la promotion des produits.

Les avantages des indications géographiques sont clairs pour tous les acteurs du système agroalimentaire. Pour cette raison, les appellations sont choisies par les producteurs, car elles sont considérées comme un outil de marketing et de différenciation. Les difficultés liées aux aspects techniques et au parcours administratif de notification et d'enregistrement des indications géographiques sont généralement sous estimées par les producteurs.

Aujourd'hui, le sentier pour obtenir une AOC-IGP est balisé par les administrations publiques. Si un produit présente les caractéristiques nécessaires pour répondre aux critères de constitution d'un dossier, il est possible d'instruire la demande d'enregistrement d'une indication géographique. C'est souvent une question de temps. Mais l'enregistrement de l'indication géographique n'est que la première pierre d'un édifice complexe. Avec l'enregistrement de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine, vient la mise en place des outils de gestion du système, puis l'organisation des producteurs. Ces derniers doivent maîtriser les

actions de protection du produit, envisager de nouvelles initiatives de marketing et de promotion des produits en s'adressant aux intermédiaires comme aux consommateurs pour construire les signes distinctifs par rapport aux produits banalisés.

Plusieurs points faibles nécessitent des soutiens institutionnels. Dans ce contexte, les administrations publiques, en particulier les collectivités régionales et locales, en raison de leur racinement au territoire, de leur connaissance de la situation productive et des acteurs des filières locales, peuvent jouer un rôle fondamental lié aux politiques de développement des territoires et des productions de qualité.

I – Rôle des Régions et des Institutions locales

1. Formation, motivation et organisation des producteurs

Le règlement communautaire prévoit que, dès le début, « seul un groupement est habilité à introduire une demande d'enregistrement » pour une indication géographique. Ce pré-requis oblige les producteurs à s'associer. La nécessité de se regrouper force les producteurs à construire un collectif, à en saisir les avantages et les inconvénients. L'organisation institutionnelle est indispensable : la formation, la transmission d'informations sur les normes, les procédures, le parcours technique ou l'évaluation des coûts/avantages, comme la mise en pratique des règles associatives, des techniques de marketing et de valorisation-promotion des produits constituent des éléments fondateurs de cette démarche.

La construction d'un guide régional et national pour aider les producteurs dans cette voie s'avère nécessaire.

A. Préparation au dépôt d'un dossier pour notifier une indication géographique

A ce stade, les difficultés se situent au niveau de la recherche de la documentation historique et scientifique. La profondeur historique du produit se mesure par rapport à la réputation et à la reconnaissance du nom du produit sur une période de temps assez longue. Quant à la preuve scientifique du lien à l'origine, elle s'explique par des caractéristiques qui supposent de nombreuses et précises descriptions du lien causal qui existe entre la zone géographique et les qualités ou les caractéristiques particulières du produit.

Le rôle des institutions ici, consiste à soutenir l'association des producteurs dans la recherche, la préparation et la mise au point de la documentation et en particulier à définir :

- l'analyse socio-économique des filières avec les données statistiques sur les tendances et l'organisation du marché ;
- l'individuation des caractéristiques typiques du produit ;
- la recherche des attestations historiques ;
- la définition des requis techniques et de la méthode de production ;
- la découverte des liaisons entre les caractéristiques géographiques et la qualité du produit ;
- la délimitation de la zone géographique et la préparation des cartes géographiques ;
- la mise en place du cahier de charges, de la documentation, du document unique qui doit être envoyé à la Commission.

B. Interrelations institutionnelles

Les administrations régionales jouent un rôle d'interface. D'un côté, au niveau local, elles interagissent avec les producteurs pour comprendre le terrain, les nécessités et les difficultés de la production. De l'autre côté, elles entretiennent un rapport privilégié avec les Ministères ou la Commission européenne. Ce rôle d'intermédiaire permet de fédérer les demandes et de répondre aux normes administratives, souvent peu compréhensibles. Une bonne collaboration entre les administrations régionales, nationales et communautaires est donc fondamentale pour être efficace et rapide en fournissant aux producteurs et aux consommateurs des réponses fiables et rapides.

C. Soutiens publics aux producteurs

Suite à l'enregistrement d'une indication géographique, les producteurs bénéficiant de l'appellation ont le droit d'utiliser le nom de l'indication géographique protégée à condition de se soumettre aux contrôles d'organismes tiers. Cette procédure de validation induit des coûts supplémentaires : frais d'adhésion aux systèmes de qualité, frais des visites d'inspection de l'organisme tiers ou coûts des analyses chimiques, de la certification, etc.

Engagée dans la politique de développement des produits d'appellation d'origine puisqu'ils contribuent à la qualité, la Commission Européenne autorise les administrations publiques à destiner, dans les plans régionaux de développement rural, des ressources publiques pour aider les producteurs à payer les coûts de la certification et de contrôle des productions de qualité.

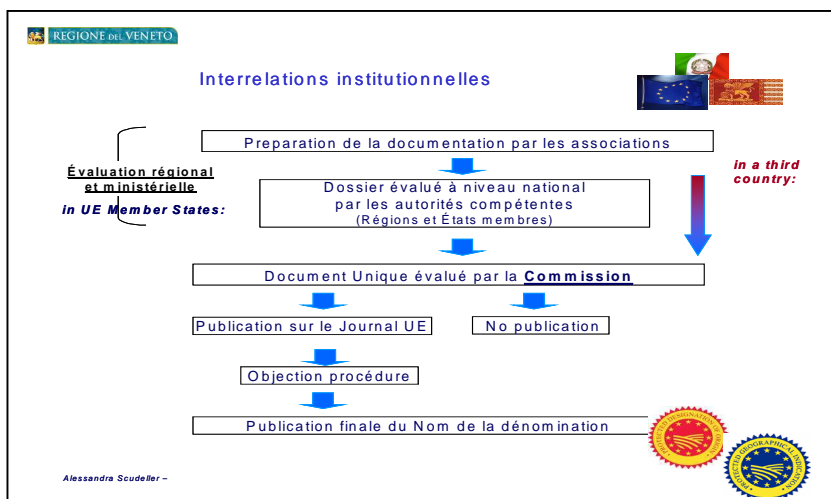
De surcroît, au niveau des politiques régionales de développement rural², les institutions peuvent définir des stratégies spécifiques pour favoriser les productions de qualité. Les produits sous appellations d'origine peuvent être ciblés comme prioritaires dans la répartition des financements publics destinés aux investissements des entreprises agricoles et agroalimentaires.

D. Activité de promotion et d'information

Grâce aux plans de développement rural, les Régions peuvent entreprendre des initiatives finalisées pour aider les associations de producteurs par des activités de promotion et de publicité. Les Régions et les institutions locales peuvent promouvoir et reconnaître officiellement les « Routes des vins et des produits typiques » et aussi développer des projets de promotion intégrée du territoire favorisant les synergies entre le tourisme, la gastronomie, les produits de qualité, l'art, l'histoire, la nature, l'ambiance.

Très important enfin est le rôle joué par les institutions publiques dans la diffusion d'informations fiables auprès des consommateurs. Les activités visant à développer le goût et la qualité sont importantes. Face à la globalisation et à la banalisation de la consommation internationale, la culture de la qualité, des diversités alimentaires typiques, des richesses agroalimentaire des territoires doit être transmise aux nouvelles générations.

Graphique 1. Interrelations institutionnelles



Notes

1. Règlement (CE) no 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.
2. Règlement (CE) no 1698/2005 du Conseil du 20 septembre 2005 concernant le soutien au développement rural par le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader).