COMMISSION NATIONALE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

MEILLEURE COMPREHENSION DES **FONDEMENTS** SUR LESQUELS DOIVENT REPOSER LES **DIFFERENTS SIQO** - NOTION DE **QUALITE** (QUALITE GENERIQUE, QUALITE SPECIFIQUE, QUALITE SOCIETALE,….)

MEMBRES NOMMES PAR LES INSTANCES	
Emmanuel CHAMPON (Président)	CNAOP
Bernard ANGELRAS	CNAOC
Philippe BRISEBARRE	CNAOC
Marie-Madeleine CAILLET	CAC
François CASABIANCA	CNAOP
Emmanuel CAZES	CNAOC
Laurent CHIRON	CNIGP-LR-STG
René GRANGE	CNIGP-LR-STG
Florent HAXAIRE	CNAOP
Hervé JUIN	CNIGP-LR-STG
Olivier MERRIEN	CNIGP viti, cidres
Damien ONORRE	CNIGP viti, cidres
Rémi RICHARD	CNAB
Jean-Pierre VAN RUYSKENSVELDE	CNIGP viti, cidres
CO-ANIMATEUR	
Philippe VISSAC	ACTA
EXPERTS ASSOCIEES	
Eric TESSON	CNAOC
Sébastien BRETON	CNAOL
Caroline GALLARD	SYLAPORC
Bethsabée GLEIZER	CTIFL
Delphine LEGOFF	FédéLIS
Marine LEVADOUX	CIPA
Juliette PROTINO	SYNALAF
Valérie PIEPRZOWNIK	DGPE
AGENT INAO (EXPERT ASSOCIE)	
Jacques GAUTIER	

Animateur : Philippe DOUMENC – Inspecteur national

Introduction 3
A - Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) 3
A.1 – Pratique traditionnelle et qualité spécifique 3
A.2 – Exemples de démonstration du caractère traditionnel et de la qualité spécifique 4
B – Label Rouge (LR) 5
B.1 – Qualité supérieure et caractéristiques certifiées communicantes 5
B.2 – Obligation de moyens et obligation de résultats 6
C – Indication Géographique Protégée (IGP) 8
C.1 – Production existante, en interaction avec le territoire d'origine par sa réputation, une qualité ou d'autres caractéristiques 8
C.2 – Réputation, obligation de moyens, qualité déterminée et obligation de résultats 8
D – Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)/Appellation d'Origine Protégée (AOP) 11
D.1 – Fondements de l'AOC/AOP - Production existante, notoriété établie, lien de causalité entre le produit et le milieu géographique 12
D.2 - Milieu géographique et concept de terroir 12
D.3 - Obligations de résultats – Typicité liée au terroir 13
E – Agriculture biologique (AB) 16
E.1 - Définition de l'AB 16
E.2 – Une démarche individuelle et des exigences uniquement sur les pratiques de production 16
E.3 – Des fondements de l'AB qui répondent à des attentes sociétales : biodiversité, préservation des ressources naturelles, assurance d'un niveau élevé de bien-être animal et développement durable 16
E.4 – Uniquement une obligation de moyens, pas d'obligation de résultats sur le produit, le milieu naturel ou sur le plan nutritionnel 17
F - indications géographiques relatives aux boissons spiritueuses (IG Boissons spiritueuses) 19
F.1 – Définition des IG Boissons spiritueuses (IG BS) 19
F.2 – Fondements des IG BS 19
G - Tableau synthétique 21
H – Une proposition de modèle de gouvernance - « *Quelles valeurs apportées par les Indications Géographiques* ? » (François Casabianca - INRA Sciences pour l'Action et le Développement - lrde Corte) 24
G.1 – Considérants 24
G.2 – Le système de valeur des IG) 24
G.3- Une proposition multidimensionnelle 25
G.4 - Une proposition de modèle de gouvernance 26
G.5 – Les IG dans leur système de valeurs 26
G.6 - Des points à renforcer 27
G.7 – Une série d'arbitrages 27
G.8 – Conclusions 28

INTRODUCTION

Le Conseil Permanent a sollicité la commission nationale scientifique et technique pour qu'elle lui apporte quelques éclairages sur une meilleure compréhension des fondements[1] sur lesquels doivent reposer les différents SIQO, en intégrant les notions de qualité générique, qualité spécifique, qualité sociétale,….
La commission nationale a examiné ce sujet aux cours des réunions du 19 octobre 2016, 4 juillet 2017 et 6 décembre 2017.
Elle soumet son analyse et le bilan de ses réflexions au Conseil Permanent, en décrivant chaque signe, en proposant un tableau de synthèse et en présentant une réflexion sur un modèle de gouvernance.

A - SPECIALITE TRADITIONNELLE GARANTIE (STG)

La STG est un signe de qualité européen qui a été créé en 1992 uniquement pour des produits ou denrées alimentaires.

Spécialité traditionnelle garantie (STG)	Art. 18 du règlement (UE) n° 1151/2012 = *1. Sert à désigner un « produit ou une denrée alimentaire spécifique :* *a) qui résulte d'un mode de production, d'une transformation ou d'une composition correspondant à une pratique traditionnelle pour ce produit ou cette denrée alimentaire; ou* *b) qui est produit à partir de matières premières ou d'ingrédients qui sont ceux traditionnellement utilisés.* *2. Pour être enregistrée en tant que spécialité traditionnelle garantie, une dénomination:* *a) a été traditionnellement utilisée en référence au **produit spécifique**; ou* *b) identifie le **caractère traditionnel** du produit ou **ses spécificités**.*

A.1 – Pratique traditionnelle et qualité spécifique

Une STG s'appuie sur la reconnaissance d'un produit issu d'un mode de production, de transformation ou d'une composition lié à une **pratique traditionnelle** ou élaboré à partir de matières premières ou d'ingrédients qui sont ceux **traditionnellement utilisés**, et sur la reconnaissance de la **qualité spécifique** du produit liée à la tradition.
La persistance d'éléments « traditionnels » dans la composition ou le mode de production actuel de la STG est essentielle.

La définition de la notion de « *traditionnel* » est quant à elle définie à l'article 3, paragraphe 4 du R(CE) n° 1151/2012 comme étant « *l'utilisation sur le marché intérieur pendant une période permettant une transmission entre générations a été prouvée; cette période doit être d'au moins 30 ans.* ».
Par ailleurs, une STG :

- ne présente pas (ou plus) de lien avec son origine géographique ; en conséquence la production peut être réalisée sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne, voire

[1] Fondement = Base, élément essentiel sur lequel s'appuie tout le reste ; principes sur lesquels se fonde un système (*Glossaire de la commission nationale scientifique et technique*)

dans un pays-tiers ;
- est élaborée en respectant des conditions de productions, fixées dans un cahier des charges homologué par les pouvoirs publics nationaux et enregistré au niveau européen ;
- est issue d'une démarche collective.

Outre son caractère traditionnel, une STG s'appuie sur la reconnaissance de la **qualité spécifique** des produits.

Il convient donc de démontrer :
- le **caractère traditionnel** du mode de production, de transformation, ou des matières premières/ingrédients utilisés,….**sur une période d'au moins 30 ans** ; ce point justifie l'enregistrement de la STG ;
- la **qualité spécifique** du produit, telle que définie au paragraphe 5 de l'article 3, du R(CE) n°1151/2012 à savoir « /…/ *les propriétés de production caractéristiques qui permettent de distinguer clairement un produit d'autres produits similaires de la même catégorie* » ; ceci nécessite de décrire le produit, avec indication des principales **caractéristiques** physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques, démontrant sa spécificité.

A.2 – Exemples de démonstration du caractère traditionnel et de la qualité spécifique

A titre d'exemple, caractère traditionnel et qualité spécifique par rapport à un produit standard sont bien démontrées dans le cahier des charges de la STG « **Moules de Bouchot** », seule STG reconnue suite à une proposition française.
Le mode de production traditionnel sur bouchot avec des espèces particulières, dans les estrans, en zone d'exondation fréquente, sur des lignes de pieux verticaux répartis de manières parallèles les unes aux autres, et perpendiculaires à la côte, et un élevage de 6 mois à 24 mois, permet notamment :
- l'obtention de muscles adducteurs forts, afin de maintenir la coquille fermée pendant toute la période d'exondation ;
- l'obtention d'une coquille plus résistante et plus solide au moment de la récolte ;
- un taux de remplissage de chair élevé, avec une homogénéité des lots de moule pour ce critère (supérieur ou égal à 100 – indice de condition de Lawrence et Scott) ;
- l'absence de corps étrangers (crabes, grains de sable), et présentent une coquille propre (ni algue, vase ou sable), car au moment de la pose d'une corde ou d'un boudin sur le pieu, une hauteur minimale de 30 centimètres est respectée entre le sol et le niveau inférieur de la corde ou du boudin ;
- une couleur de la chair cuite crème à jaune orangé plus ou moins prononcée ;
- une chair onctueuse, soyeuse, non farineuse ;
- l'absence, par le mode d'élevage de goûts ou d'odeurs désagréables tels que la vase.

Par contre, la STG « Bœuf de tradition élevé à l'herbe » (European Suckler Beef Group) s'appuyant sur un élevage extensif traditionnel de *Bos taurus*, vaches, génisses, et bœufs avec une proportion minimale de 50% de races à viande, de veaux au pis sevrés après 4 mois, puis nourris à l'herbe et au fourrage [pâturage en été et un régime à base de fourrages en hiver (ensilage d'herbe)], et un abattage des animaux âgés de plus de 20 mois, n'a pas été enregistrée car la Commission européenne a jugé qu'il n'existait pas de qualité spécifique pour pouvoir reconnaître une STG. Si la production était spécifique par rapport à une production d'un pays tiers, ce mode de production (ou schéma de vie) correspondait à un mode de production standard ou générique au niveau européen

B – LABEL ROUGE (LR)

Le LR est un signe national sans équivalent au niveau européen. Il est également ouvert aux produits qui ne sont pas issus du territoire français.
Les produits qui peuvent bénéficier d'un LR sont les denrées alimentaires et les produits agricoles non alimentaires et non transformés.
Une denrée ou un produit autre qu'un produit vitivinicole ou une boisson spiritueuse, peut cumuler un LR, avec une IGP ou une STG, mais pas avec une Appellation d'Origine (AOC/AOP).

Label Rouge (LR)	Article L. 641-1 du code rural et de la pêche maritime : *« Peuvent bénéficier d'un label rouge les denrées alimentaires et les produits agricoles non alimentaires et non transformés.* *Le label rouge atteste que ces denrées et produits possèdent des* ***caractéristiques spécifiques*** *établissant un* ***niveau de qualité supérieure****, résultant notamment de leurs* ***conditions particulières de production ou de fabrication*** *et conformes à un cahier des charges, qui les* ***distinguent des denrées et produits similaires habituellement commercialisés*** *»*

B.1 – Qualité supérieure et caractéristiques certifiées communicantes

Un LR s'appuie sur des **conditions de production ou de fabrication particulières**.
Il identifie des produits qui ont un **niveau de qualité supérieur à celui d'autres produits similaires** habituellement commercialisés.
Par ailleurs, le LR :

- n'a pas de lien avec une provenance ou une aire géographique, et ne dispose pas d'une aire géographique, sauf si le LR est obligatoirement associé avec une IGP ;
- est issu d'une **démarche collective**.

De surcroît, une des particularités du LR est l'obligation d'inscrire dans le cahier des charges plusieurs « ***caractéristiques certifiées communicantes*** »qui figureront obligatoirement sur l'étiquette (*provenance ou qualité de la matière première, recette ou technique d'élaboration,* …..), et qui sont retenues pour leur **impact sur la qualité supérieure** du LR, comme par exemple :

- LR « Coquille Saint-Jacques entière et fraîche » (LA 11/02) :
  - *C1 : « Coquilles coraillées à plus de 80% et rendement en noix minimum de 1 kg de noix coraillées pour 6,5 kg de coquilles » ;*
  - *C2 : « Coquille sélectionnée et nettoyée à bord des bateaux de pêche » ;*
  - *C3 : « Coquille vendue au client final le lendemain de la vente en criée » ;*
  - *C4 : « Traçabilité du bateau à l'étal ».*

- LR « Viande bovine de race Salers » (LA 08/04) :
  - *C1 : « Viande bovine issue de race Salers » ;*
  - *C2 : « Alimentation 100% végétale, minérale et vitamines comprenant au moins 6 mois de pâturage par an » ;*
  - *C3 : « Maturation minimale de 12 jours pour les pièces à griller et à rôtir conservées sur os sauf hampe, filet et onglet » ou « Maturation minimale de 13 jours pour les viandes présentées en sous vide ».*

- LR « Poulet Jaune Fermier Elevé en Liberté » (LA 01/65) :
  - *C1 : « Fermier – élevé en liberté » ;*
  - *C2 « Durée d'élevage : 81 jours minimum » ;*
  - *C3 : « Alimenté avec 100% de végétaux, minéraux et vitamines, dont 80% minimum de céréales ».*

B.2 – Obligation de moyens et obligation de résultats

Le LR est donc fondé :
- sur une **obligation de moyens** permettant au produit de disposer de caractéristiques spécifiques (*qualité spécifique*) ;
- une **obligation de résultats**, laquelle se traduit par l'obligation de confirmer que le produit présente les caractéristiques spécifiques qui le distinguent des denrées et produits similaires habituellement commercialisés.

a) - **L'obligation de moyens** est définie par des conditions particulières de production ou de fabrication fixées dans le cahier des charges.

b) - **L'obligation de résultats** est vérifiée par la réalisation régulière d'analyses sensorielles et de tests organoleptiques qui comparent le produit sous LR avec un produit courant de comparaison : Evaluation et Suivi de la Qualité Supérieure (ESQS). Sous la responsabilité de l'ODG, et sous la surveillance de l'organisme de contrôle agréé, le dossier d'ESQS est approuvé par l'INAO.
La qualité supérieure est appréciée notamment par des tests hédoniques (J'aime/J'aime pas), permettant de vérifier la préférence du produit par le consommateur par rapport à un produit standard comparable.
Pour certains produits, cette évaluation et suivi de la qualité supérieure peut poser problème par « absence » du produit courant de comparaison.

ESQS (Evaluation et Suivi de la Qualité Supérieure)	Evaluation initiale puis suivi périodique de la qualité supérieure du produit prétendant ou présenté sous label rouge, par comparaison avec un produit courant ; cette évaluation doit permettre d'identifier les **caractéristiques spécifiques** du produit label rouge qui le distinguent des denrées et produits similaires habituellement commercialisés et de valider que le produit label rouge est **significativement plus apprécié que le produit courant de comparaison** par la cible des consommateurs ou utilisateurs du produit label rouge. Le dossier « *Evaluation et suivi de la qualité supérieure* » doit : - décrire le produit label rouge ainsi que le produit courant auquel il se compare ; - présenter la grille de caractérisation listant les critères et descripteurs retenus permettant de caractériser le produit label rouge dans l'objectif d'évaluer sa qualité supérieure ; - déterminer le mode d'évaluation dont découleront les modalités d'évaluation et de suivi de la qualité supérieure du produit label rouge ; - définir les modalités d'interprétation et de suivi des résultats. *(Guide du demandeur label rouge – Contenu type du dossier d'ESQS d'un produit Label rouge)*

L'obligation de résultats (caractéristiques et qualité supérieure) vise à satisfaire des besoins implicites ou explicites, et éventuellement des besoins latents du consommateur.

Le besoin explicite est clairement identifié par le consommateur, qui recherche juste une assistance pour sélectionner le produit (qualité supérieure).
Le besoin implicite est une évidence pour le consommateur, mais il ne l'exprime pas.
Le besoin latent, quant à lui est un besoin non exprimé par le consommateur et il n'en a pas conscience. Rester en permanence dans la démarche de l'amélioration en continu de son produit permet alors de **devancer les besoins latents du consommateur**.

Dans ces conditions, **l'obligation de qualité supérieure** pourrait éventuellement évoluer vers **une approche plus globale** :
- en veillant à **« actualiser » le produit courant**, notamment si le produit LR devient le produit courant ; l'article 24 du décret du 12 mars 1996 le précisait :
*« **Art. 24** - Lorsque la qualité des produits courants de même nature s'améliore, celle qui est requise pour conserver le bénéfice du label doit, s'il y a lieu, être également relevée. Les décision d'homologation déjà prises sont réexaminées et modifiées en tant que de besoin, après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires et après que les organismes concernés ont été mise à même de présenter leurs observations. »*
- **en intégrant la notion de qualité sociétale**, laquelle est liée aux nouvelles attentes sociétales qui, dans l'esprit du consommateur, sont connectées à la qualité alimentaire (Respect environnement, recyclage des boues de station d'épuration, culture OGM, usage des antibiotiques, biodiversité, modifications du climat, bilan énergétique, gestion de l'eau, commerce équitable, bien-être animal, ….) ;
- **en « actualisant »**, si nécessaire, **les obligations de moyens** ; ainsi, **les mesures de protection du milieu naturel ou les mesures environnementales**, même si elles sont difficiles à lier directement à l'obligation de qualité supérieure, sont des obligations de moyens pertinentes pour **répondre aux besoins implicites et latents du consommateur**.

C – INDICATION GEOGRAPHIQUE PROTEGEE (IGP)

L'Indication géographique protégée (IGP) identifie un produit agricole, ou une denrée alimentaire, dont **une qualité déterminée (*ou une qualité*),** ou **la réputation** ou **une autre propriété *(ou d'autres caractéristiques particulières)*** peut être attribuée essentiellement à son **origine géographique.**

Indication géographique protégée	1 - Art. 5 § 2 du règlement (UE) n° **1151/2012** : « *on entend par «indication géographique» une dénomination qui identifie un produit :* *a) comme étant originaire d'un lieu déterminé, d'une région ou d'un pays ;* *b) dont **une qualité déterminée**, **la réputation** ou une **autre propriété** peut être attribuée essentiellement à son origine géographique ; et* *c) dont **au moins une des étapes** de production a lieu **dans l'aire géographique délimitée**. »* 2 - Article 93, point 1 b), du règlement (UE) n°**1308/2013** : « *on entend par « indication géographique », une indication renvoyant à une région, à un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels et dûment justifiés, à un pays, qui sert à désigner un produit visé à l'article 92, paragraphe 1, satisfaisant aux exigences suivantes:* *i) il possède **une qualité**, **une réputation** ou **d'autres caractéristiques particulières** attribuables à cette origine géographique;* *ii) il est produit à partir de raisins dont au moins 85 % proviennent exclusivement de la zone géographique considérée;* *iii) sa production est limitée à la zone géographique considérée; ainsi que* *iv) il est obtenu à partir de variétés de vigne de l'espèce Vitis vinifera ou issues d'un croisement entre ladite espèce et d'autres espèces du genre Vitis »*

C.1 – Production existante, en interaction avec le territoire d'origine par sa réputation, une qualité ou d'autres caractéristiques

Le produit sous IGP :
- est reconnu à partir d'une **production existante**, qui est consacrée par le signe ;
- est originaire (notion **d'origine**) d'un lieu (territoire) déterminé (aire géographique déterminé) où doit se dérouler **au moins une des étapes** de la production et/ou transformation et/ou élaboration ;
- sous-entend une **interaction causale** entre le territoire d'origine, la réputation ou une qualité déterminée ou une autre propriété (caractéristique particulière) du produit ;
- est élaboré en respectant des conditions de productions, fixées dans un cahier des charges homologué par les pouvoirs publics nationaux et enregistré au niveau européen ;
- est issu, en général, d'une **démarche collective**.

C.2 – Réputation, obligation de moyens, qualité déterminée et obligation de résultats

L'IGP est donc fondée :
- sur une **production existante** ;
- sur une **obligation de moyens** ;
- sur une **obligation de résultats**, laquelle se traduit par l'obligation pour le produit de disposer d'une **réputation** ou d'une **qualité déterminée** ou **d'une autre propriété** (caractéristique particulière) en lien avec le territoire d'origine.

C.2.1 – <u>Obligation de résultats</u>

a) - La **réputation**[2] (*à ne pas confondre avec la notoriété : « connu d'un grand nombre de personnes »*) exprime le fait que le produit dispose d'une **image (qualité, caractères reconnaissables)** au sein d'une population (qui ne va pas forcément l'acheter). Elle peut être le résultat d'un historique de consommation et de traditions.
La réputation est généralement associée à un **niveau d'excellence** ; une « réputation » peut se perdre (« mauvaise réputation »).
La réputation peut permettre une valorisation du produit reposant sur une qualité ~~supérieure~~ spécifique, l'excellence, la tradition d'un produit, ….
Cette réputation doit être bien explicitée et être clairement rattachée à l'origine géographique. Dans la pratique, il est très difficile de démontrer la réputation seule, elle est souvent associée à la qualité ou une autre caractéristique particulière du produit.

b) - **La qualité déterminée tout comme la caractéristique particulière (autre propriété) nécessite d'être bien identifiée**, **notamment dans le cahier des charges**. On peut supposer, en lien avec l'obligation de réputation, que la qualité déterminée se rapproche d'une **notion de qualité attendue par le consommateur** (ne pas être déceptif), même s'il est possible de s'appuyer sur **une caractéristique particulière**.
Identifiant le produit, la qualité déterminée ou la caractéristique particulière peut être confirmée (obligatoire pour les vins bénéficiant d'une IGP, optionnelle pour les autres produits) par une **appréciation du produit** par examen analytique (documentaire) et examen organoleptique (ou tests appropriés relevant du domaine sensoriel) : **Confirmation de l'acceptabilité du produit au sein de l'IGP**.

C.2.2 – <u>Obligation de moyens</u>

a) - **L'obligation de moyens** est définie par des conditions particulières de production et/ou d'élaboration fixées dans le cahier des charges.
Une des étapes de la production, au moins, a lieu au sein de l'aire (ou zone) géographique délimitée.
Pour les IGP viticoles notamment, 85 % des raisins, a minima, proviennent exclusivement de la zone géographique et la production (au sens transformation) est réalisée au sein de la zone géographique et, éventuellement, d'une zone de proximité immédiate. La ***zone de proximité immédiate*** doit donc, elle aussi, être définie ***en lien avec la réputation***, ou **la *qualité déterminée*** ou la ***caractéristique particulière*** attribuée au produit.

b) - Mais, comme pour un produit sous LR, **l'obligation de résultats** (caractéristiques et qualité supérieure) doit aussi viser à satisfaire des **besoins implicites ou explicites**, et éventuellement des **besoins latents** du consommateur.

---

[2] Réputation = Le terme « réputation » exprime le fait qu'un produit dispose d'une image (qualité, caractères reconnaissables) au sein d'une population (qui ne va pas forcément l'acheter). Elle est le résultat d'un historique de consommation et de traditions.
Généralement associée à un niveau d'excellence, une « réputation » peut être perdue ; on parle alors de « mauvaise réputation »
Dans le cas des produits sous SIQO la réputation est un facteur qui peut apporter un supplément de prix basé sur une qualité supérieure, l'excellence, la tradition d'un produit qui a fait ses preuves. Une telle réputation nécessite souvent l'utilisation d'instruments juridiques pour protéger le nom du produit.
(Glossaire commission nationale scientifique et technique)

La qualité déterminée ou caractéristique particulière peut être alors identifiée dans une approche globale, en lien avec le territoire d'origine :

- **en intégrant la notion de qualité sociétale**, laquelle est liée aux nouvelles attentes sociétales qui, dans l'esprit du consommateur, sont connectées à la qualité alimentaire ;
- en **« actualisant », si nécessaire, les obligations de moyens** ; ainsi, **les mesures de protection du milieu naturel ou les mesures environnementales**, même si elles sont difficiles à lier directement à l'obligation de caractéristiques particulières ou de qualité supérieure, sont des obligations de moyens pertinentes pour répondre aux besoins implicites et latents du consommateur.

D – APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE (AOC)/APPELLATION D'ORIGINE PROTEGEE (AOP)

A l'exception des produits forestiers, non couverts par la réglementation européenne, **tous les produits** agricoles, ou alimentaires ou produits de la mer, bruts ou transformés bénéficiant d'une **AOC** doivent être **enregistrés en AOP.**
L'AOC/AOP identifie un produit dont la **qualité** ou les **caractéristiques** (**typicité**) sont dues **essentiellement ou exclusivement au milieu géographique** (facteurs naturels et facteurs humains), avec une exigence supplémentaire de **notoriété** dûment établie pour l'AOC.
Le « *milieu géographique* » ainsi défini donne une place importante aux **savoirs** des acteurs locaux et aux **interactions** entre le milieu naturel et les pratiques humaines.

Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)

Art. L.641-5 du code rural et de la pêche maritime :
Dénomination dont peuvent bénéficier « *les produits agricoles, **forestiers** ou alimentaires et les produits de la mer, bruts ou transformés, qui remplissent les conditions fixées par les dispositions de l'article L.115-1 (NR : recodifié 431-1) du code de la consommation, possèdent une **notoriété** dûment établie et dont la production est soumise à des procédures comportant une habilitation des opérateurs, un contrôle des conditions de production et un contrôle des produits.* »
Art. L.431-1 du code de la consommation :
Constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains.

Appellation d'origine protégée (AOP)

1 – Produits agricoles ou denrée alimentaire :

Article 5 du règlement (UE) N° **1151/2012** :
*On entend par «appellation d'origine» une dénomination qui identifie un produit (**produit agricole ou denrée alimentaire**) :*
a) comme étant originaire d'un lieu déterminé, d'une région, ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays ;
*b) dont **la qualité ou les caractéristiques** sont **dues essentiellement ou exclusivement au milieu géographique** comprenant les facteurs naturels et humains ; et*
*c) dont **toutes les étapes de production ont lieu dans l'aire géographique délimitée.***

---

2 - Vins

Article 93, point 1 a), du règlement (UE) N°**1308/2013** :
On entend par « appellation d'origine », le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels et dûment justifiés, d'un pays, qui sert à désigner un produit visé à l'article 92, paragraphe 1, satisfaisant aux exigences suivantes :
*i) **sa qualité et ses caractéristiques** sont **dues essentiellement ou exclusivement à un milieu géographique particulier** et aux **facteurs naturels et humains** qui lui sont inhérents ;*
*ii) il est élaboré exclusivement à partir de **raisins provenant de la zone géographique considérée** ;*
*iii) sa **production est limitée à la zone géographique** considérée; ainsi que*
iv) il est obtenu exclusivement à partir de variétés de vigne de l'espèce Vitis vinifera.

D.1 – Fondements de l'AOC/AOP - Production existante, notoriété établie, lien de causalité entre le produit et le milieu géographique

Le produit sous AOC/AOP :
- est reconnu à partir d'une **production existante**, qui est consacrée par le signe ;
- doit disposer, **contrairement aux autres signes**, d'une **notoriété** dûment établie (*reconnaissance en AOC*) ;
- est originaire (notion d'origine) d'un **lieu déterminé** (milieu géographique particulier) où doivent se dérouler **toutes les étapes** de la production et/ou transformation et/ou élaboration ;
- sous-entend **un fort lien de causalité entre le produit et le milieu dont il est originaire** (notion d'origine à distinguer de provenance);
- est élaboré en respectant des conditions de productions, fixées dans un cahier des charges homologué par les pouvoirs publics et enregistré au niveau européen ;
- est issu, en général, d'une **démarche collective**.

L'AOP est donc fondée :
- sur une **production existante** ;
- sur une **obligation de moyens** ;
- une **obligation de résultats**, laquelle se traduit notamment par l'obligation de disposer d'une **notoriété** et d'une **qualité** déterminée ou de **caractéristiques particulières** qui sont induites par le **milieu géographique**.
-

D.2 - Milieu géographique et concept de terroir

L'obligation de moyens est définie par des conditions particulières de production et/ou d'élaboration fixées dans le cahier des charges lesquelles doivent garantir le maintien du **lien du produit avec le milieu géographique**.
Ainsi, **la première étape** sera de **définir le produit**, ses **caractéristiques** ainsi que les éventuelles **ressources biologiques** nécessaires à sa production, puis le milieu géographique.

Le milieu géographique (aire géographique délimitée) est un élément déterminant du concept d'AOP.
Il est donc **fondamental** de bien **délimiter cette *aire géographique*** qui correspond au **« *terroir* »** (*terme fréquemment utilisé pour évoquer le seul milieu naturel, alors que sa définition est bien plus complète*) à l'intérieur duquel la notoriété, la qualité ou les caractéristiques peuvent être garanties, sans oublier d'intégrer dans les critères de définition les **facteurs biologiques et microbiologiques** essentiels pour des produits transformés.
Cette étape doit être justifiée par des arguments pertinents : facteurs physiques, savoir-faire, histoire, diversité biologique.

Définition du terroir

- **Terroir vitivinicole** tel que défini et voté à l'**OIV** (Organisation internationale de la vigne et du vin) par l'assemblée générale à Tbilissi, le 25 juin 2010 :
« *Le terroir vitivinicole est un concept qui se réfère à un **espace** sur lequel se développe un **savoir collectif** des interactions entre un **milieu physique et biologique** identifiable et les pratiques vitivinicoles appliquées, qui confèrent des caractéristiques distinctives aux produits originaires de cet espace.*
Le terroir inclut des caractéristiques spécifiques du sol, de la topographie, du climat, du paysage et de la biodiversité. »

- **Définition du « terroir »** par la **commission culturelle de l'INAO** du 7 juillet 2005 à partir de la définition proposée par le **groupe INRA-INAO terroir-typicité** :
« *Un terroir est (1) un **espace géographique délimité**, (2) où une **communauté humaine**, (3) a construit au cours de l'histoire un **savoir collectif de production**, (4) fondé sur un système d'interactions entre un **milieu physique et biologique**, et un ensemble de **facteurs humains** (5). Dans un terroir d'AOC, les itinéraires socio-techniques mis en jeu, (6) révèlent une originalité, (7) confèrent une **typicité,**(8) et engendrent une **notoriété**, (9) pour le produit qui en est originaire.* »

Pour les AOP relevant du règlement **R(UE) n° 1151/2012**, toutes les étapes de la production doivent être réalisées au sein de l'aire géographique délimitée.
Pour les AOP viticoles relevant du règlement **R(UE) n°1308/2013**, toutes les étapes de la production sont réalisées au sein de la zone géographique délimitée, et éventuellement, par dérogation, pour les étapes de la production relatives à la vinification, l'élaboration, l'élevage et éventuellement le conditionnement (donc, hors récolte des raisins), au sein d'une ***zone de proximité immédiate***. Cette dernière doit donc, elle aussi, être définie ***en lien avec le terroir de l'appellation***.

D.3 - Obligations de résultats – Typicité liée au terroir

L'obligation de résultats se traduit par une **notoriété dûment établie** et une **qualité et des caractéristiques** qui **nécessitent d'être identifiées**, notamment dans le cahier des charges.

D.3.1 - La **notoriété dûment établie** (*à ne pas confondre avec la réputation, vue précédemment pour les IGP*) est **un des fondements essentiels** sur lequel repose la reconnaissance en AOC préalablement à l'AOP.
Elle exprime le caractère de ce qui est notoire, connu d'un grand nombre de personnes (notoriété d'un produit dans le public, *renommée publique*).
Le produit doit donc jouir d'une notoriété au **niveau local, national ou international**, qui doit être liée à **l'histoire du produit dans l'aire géographique délimitée**.
La notoriété se mesure facilement au niveau de marchés ciblés par enquêtes et questionnements. Le *taux de notoriété* peut alors être calculé en pourcentage de population ayant cité le produit dans une catégorie donnée.
Le taux de *notoriété spontanée* est le pourcentage des personnes interrogées qui citent spontanément le nom d'un produit (« *Citez un fromage en AOC?* »). La première réponse (si la personne interrogée en cite plusieurs) constitue le *top of mind* (sommet de l'esprit).
Le *taux de notoriété assistée ou suggérée* est le pourcentage des personnes interrogées qui affirment connaître le produit à la mention de celui-ci (A la question « *Connaissez-vous X ?* », 95 % des personnes interrogées ont répondu « *Oui* ».)
La *notoriété* d'un produit peut varier en fonction de son image et de sa *réputation.*
Elle peut également se construire à travers des actions de communication (publicité, marketing, « *faire remonter* » le nom du produit sur une page google, ….)**.**

D.3.2 - Classiquement « *la qualité* » est interprétée comme **l'absence de défauts** (de fraude et de falsification).
On pourrait avancer également, en lien avec l'obligation de notoriété, que la notion de qualité doit se rapprocher d'une notion de qualité attendue par le consommateur.
Cette notion de **qualité générique** [3](*qui repose principalement sur la sécurité sanitaire et sur*

[3] Qualité générique = repose sur la sécurité sanitaire et sur le niveau nutritionnel des denrées offertes sur un marché de masse au consommateur (certification d'entreprise, normalisation, assurance qualité, …).

le niveau nutritionnel) est bien entendue sous-entendue pour une AOC/AOP.
Mais, pour une AOC/AOP, *la qualité est liée à la zone géographique* et correspond alors à une notion de **qualité spécifique**.
Elle correspond à un niveau supplémentaire de qualité et se distingue de la seule qualité générique par un caractère volontaire (identifier et raisonner collectivement des pratiques associées). Ceci oblige à débattre des innovations qui sont recevables et de celles qui ne le sont pas, voire à revenir éventuellement sur des choix techniques antérieurs.

Le produit doit ainsi posséder des **caractéristiques** qui peuvent être liées à sa composition, ses méthodes de production et d'élaboration (savoir-faire spécifique rattaché à la zone géographique)….**qui garantissent une différenciation du produit**. Ces caractéristiques peuvent également renvoyer à des **attentes sociétales** (préservation de l'environnement), une valorisation du milieu naturel qui possède des ressources particulières, une valorisation du patrimoine, mais également à un respect de pratiques traditionnelles.
L'histoire des AOC montre la diversité des possibilités de prise en compte des savoirs et pratiques locaux (*de l'obligation d'utilisation de semences fermières sélectionnées sur l'exploitation, à la conduite du verger haute-tige dans les vergers cidricoles, à la production traditionnelle de fromages au lait cru, ou aux usages d'élaboration sous voile de levures des vins bénéficiant de la mention « vin jaune », ….*).

Pour un produit en AOC/AOP, qualité spécifique et caractéristiques liées à des facteurs naturels et humains se traduisent par l'obligation de disposer d'une **typicité liée au terroir**.

La **typicité** (liée au terroir) d'un produit issu de l'agriculture :
1 – est la **propriété d'appartenance à un type**, appartenance basée sur des savoirs [de reconnaissance] et construite sur les spécificités du type,
2 – exprime une **propriété de distinction** de sa catégorie par rapport aux produits similaires ou comparables, [propriété de distinction] qui fonde **l'identité du type**.
3 – Elle comporte une **variété interne au type** et ne doit pas être confondue avec la conformité à une norme.
4 – Ces propriétés (d'appartenance et de distinction) sont décrites par un **ensemble de caractéristiques** de natures diverses (techniques, sociales, culturelles…) repérées et révisées par un groupe humain de référence.
5 – Ces propriétés reposent sur des **savoirs distribués** parmi de nombreux acteurs incluant les producteurs de matière première, les transformateurs, les acteurs de la réglementation, les consommateurs – connaisseurs :

5.1 - tout d'abord un **savoir – établir**, qui assure la genèse de la typicité, construit l'identité du type et assume des révisions périodiques ;
5.2 - puis un **savoir – produire**, par lequel s'exprime la capacité des opérateurs [la technicité] à gérer des processus orientés par l'obtention de produits typiques ;
5.2 - ensuite un **savoir – évaluer**, qui est mobilisé au travers d'épreuves conçues et paramétrées pour assurer un jugement de la typicité (**examens sensoriels**) ;
5.4 - enfin un **savoir – apprécier**, qui suppose l'acquisition de compétences par des consommateurs finaux partageant avec le groupe humain de référence la familiarité avec le produit typique.

Groupe INRA-INAO terroir et typicité – Proposition de définition d'un produit issu de l'agriculture - Version 07 – 6 décembre 2004 – Rédacteurs : Yolande NOEL et Bertil SYLVANDER

Il est important de noter que le **consommateur local** est familiarisé avec le produit. Aussi, privilégier le consommateur extérieur à la zone géographique par rapport au consommateur local peut faire perdre à l'AOC/AOP sa base locale et **peut lui faire perdre au produit sa typicité**.

Néanmoins, comme pour les autres signes, **l'obligation de résultats** doit aussi viser à satisfaire des **besoins implicites ou explicites**, et éventuellement des **besoins latents** du consommateur :
- **en intégrant la notion de qualité sociétale**, laquelle est liée aux nouvelles attentes sociétales qui, dans l'esprit du consommateur, sont connectées à la qualité alimentaire ;
- en **« actualisant », si nécessaire, les obligations de moyens** ; ainsi, **les mesures de protection du milieu naturel ou les mesures environnementales**, même si elles sont difficiles à lier directement à l'obligation de caractéristiques particulières ou de qualité supérieure, pourraient être des obligations de moyens pertinentes pour répondre aux besoins implicites et latents du consommateur.

E – AGRICULTURE BIOLOGIQUE (AB)

E.1 - Définition de l'AB

Seuls relèvent du mode de production biologique les **produits agricoles**, y compris les **produits de l'aquaculture :** produits agricoles vivants ou non transformés, produits agricoles transformés destinés à l'alimentation humaine, aliments pour animaux, matériel de reproduction végétative et semences utilisés aux fins de culture, levures destinées à l'alimentation humaine ou animale.
Les produits de la chasse et de la pêche d'animaux sauvages n'en relèvent pas.
Le considérant n°1 du R(CE) n°834/2007 apporte une définition précise du mode de production biologique en le présentant comme *un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie* :
- des pratiques environnementales ;
- un haut degré de biodiversité ;
- la préservation des ressources naturelles ;
- l'application de normes élevées en matière de bien-être animal ;
- et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels.

E.2 – Une démarche individuelle et des exigences uniquement sur les pratiques de production

Si la certification biologique s'inscrit dans un cadre réglementaire, la démarche reste une **démarche individuelle et volontaire** pour chaque opérateur.

Les dispositions en vigueur ne portent que sur **les pratiques de production** et ont pour objectif de garantir aux consommateurs que tous les produits identifiés par le logotype « AB » ou le logotype européen répondent strictement à un même mode de production.
Elles n'exigent donc pas de qualité particulière ou de caractéristiques particulières pour le produit ou ne fixent pas de critères techniques sur le produit, et les spécifications ne portent pas sur le produit en tant que tel.

E.3 – Des fondements de l'AB qui répondent à des attentes sociétales : biodiversité, préservation des ressources naturelles, assurance d'un niveau élevé de bien-être animal et développement durable

Les fondements et les objectifs du mode de production biologique sont clairement visés à l'article 3 du R(CE) n°834/2007 :
- une agriculture limitant strictement les produits chimiques de synthèse, sans OGM, qui « *respecte les systèmes et cycles naturels et maintient et améliore la santé du sol, de l'eau, des végétaux et des animaux, ainsi que l'équilibre entre ceux-ci » ;*
- l'utilisation des ressources, avec l'emploi limité d'additifs et d'auxiliaires technologiques, et en faisant « *une utilisation responsable de l'énergie et des ressources naturelles, telles que l'eau, les sols, la matière organique et l'air » ;*
- le souci du bien être animal en respectant *« des normes élevées en matière de bien-être animal »* et en répondant « *aux besoins comportementaux propres à chaque espèce animale » ;*
- une agriculture qui favorise la biodiversité et qui « *contribue à atteindre un niveau élevé de*

biodiversité » ;
- *« un système de gestion durable pour l'agriculture »* qui répond à des **attentes sociétales** en visant « *à produire une grande variété de denrées alimentaires et autres produits agricoles qui répondent à la demande des consommateurs concernant des biens produits par l'utilisation de procédés qui ne nuisent pas à l'environnement, à la santé humaine, à la santé des végétaux ou à la santé et au bien-être des animaux ».*

E.4 – Uniquement une obligation de moyens, pas d'obligation de résultats sur le produit, le milieu naturel ou sur le plan nutritionnel

Le produit élaboré sous le mode de production biologique ne requiert pas de notoriété ou réputation établie, de lien de causalité avec un lieu déterminé nécessitant la mise en évidence d'une qualité déterminée ou de caractéristiques particulières induites par le milieu géographique.

Contrairement aux autres signes, il n'y a **pas d'obligation de résultat sur le produit**, qui garantisse une qualité particulière ou organoleptique du produit et une différenciation de celui-ci, mais uniquement une **obligation de moyens** définies par des règles communes de production pour tous les opérateurs.
Il n'y a **pas non plus d'obligation de résultats (mesurables) sur le milieu naturel** en l'absence d'expertise écologique.
Enfin, **ne faut-il pas aller également jusqu'à une obligation de résultats sur le plan nutritionnel** avec des engagements vérifiables et contrôlables ?

Il est néanmoins possible d'admettre que les opérateurs, en réhabilitant des variétés ou races anciennes ou un mode de production extensif développent des **stratégies de qualité (supérieure ou spécifique)** avec des résultats organoleptiques sur les produits.

Il est également intéressant de noter que **l'obligation de résultat** sur le produit peut être induite par une **association** de la certification biologique avec les autres SIQO ou autres démarches.

L'obligation de moyen, quant à elle, est fixée au **titre III** du règlement européen **R(CE) n°834/2007** qui évoque :
- les **règles générales** de production comme l'i*nterdiction d'utilisation des OGM ou le rayonnement ionisant* ;
- les règles relatives à la **production agricole** : *production végétale, algues marines, production animale, production d'animaux d'aquaculture, produits et substances utilisés et critères pour leur autorisation, règles de conversion pour les exploitations qui commencent une activité de production biologique* ;
- les règles relatives à la **production d'aliments transformés pour animaux** ;
- les règles relatives à la **production de denrées alimentaires transformées** : *règles générales, règles générales relatives à la production de levures biologiques et critères d'utilisation de certains produits et substances dans la transformation ;*
- la **flexibilité**, à savoir la possibilité de prévoir des dérogations aux règles de production établies

Le **titre IV** du même règlement fixe, quant à lui, des dispositions relatives à l'étiquetage et notamment les règles d'utilisation de termes faisant référence à la production biologique, les indications obligatoires, les règles d'utilisation des **logotypes** de production biologique ainsi que les possibilités d'exigences particulières en matière d'étiquetage.

Bien que la règlementation européenne couvre plus de 95% de la production, certaines productions ne font pas l'objet d'une harmonisation européenne et sont encadrées uniquement par des cahiers des charges nationaux, à l'initiative des autorités compétentes de chaque État membre.

F - INDICATIONS GEOGRAPHIQUES RELATIVES AUX BOISSONS SPIRITUEUSES (IG BOISSONS SPIRITUEUSES)

F.1 – Définition des IG Boissons spiritueuses (IG BS)

> Article 15 du R(CE) n°110/2008
> L'indication géographique est une *« indication qui identifie une boisson spiritueuse comme étant originaire du territoire d'un pays, d'une région ou d'une localité située sur ce territoire, lorsqu'une **qualité**, **réputation** ou **autre caractéristique** déterminée de la boisson spiritueuse peut être attribuée **essentiellement à cette origine géographique** ».*

Le règlement R(CE) n°110/2008 ne considère pas, contrairement au R(UE) n°1151-2012 (produits agricoles et denrées alimentaires), le système européen des Indications Géographiques (IG ou IGP/AOP) comme exclusif.
Il ne définit ni des IGP, ni des AOP, mais **uniquement des Indications Géographiques (IG)** telles que définies par les **Accords sur les Droits de la Propriété Intellectuelle touchant au Commerce** (ADPIC) de l'Organisation Mondiale du Commerce *(indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un pays, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique*).
En conséquence, une telle catégorie est assez large pour y intégrer un cadre national comme l'AOC. Ainsi, **AOC et IG françaises peuvent être enregistrées au titre d'IG au niveau européen**.

F.2 – Fondements des IG BS

Le produit sous IG :
- est reconnu à partir d'une **production existante** ;
- est originaire (notion **d'origine**) d'un lieu (territoire) déterminé où doivent se dérouler **des** étapes de la production et/ou transformation et/ou élaboration ;
- sous-entend une **interaction causale** entre le territoire d'origine, sa réputation ou une qualité déterminée ou une autre propriété (caractéristique particulière) ;
- est élaboré en respectant des conditions de productions, fixées dans un cahier des charges homologué par les pouvoirs publics français et enregistré au niveau européen ;
- est issu, en général, d'une **démarche collective**.

Ces obligations se rapprochent de celles requises pour **une IGP**.
En associant *« peut »* et *« essentiellement »* la réglementation européenne a sans doute requis une définition moins exigeante du lien à l'origine que celle qui prévaut pour l'AOP, en privilégiant les techniques d'élaboration et notamment les méthodes traditionnelles, tout en prenant en considération l'innovation technologique lorsqu'elle permet d'améliorer la qualité, sans que cela ait d'incidence sur le caractère traditionnel de la boisson spiritueuse concernée.
Cette définition laisse une grande liberté d'interprétation ou peut poser question :
- une qualité peut s'entendre comme une qualité spécifique, ou une qualité attendue par le consommateur, ou une qualité générique, … ;
- l'origine géographique n'est pas précisément définie, avec l'absence d'obligations sur la provenance de la matière première, voire du lieu d'élaboration, ou de transformation, et peut être très large (*Scotch Whisky, Brandy français/Brandy de France, ….) ;*

- dans quel cadre géographique peut être appréhendée la réputation si l'origine géographique est vaste et peu définie ?
- la caractéristique déterminée doit-elle permettre de **garantir une différenciation du produit** ou **renvoyer à des attentes sociétales** ?

G - TABLEAU SYNTHETIQUE

	DEFINITION	LIEN AVEC ORIGINE GEOGRAPHIQUE	AIRE GEOGRAPHIQUE
STG	- **Produits à caractère traditionnel ;** - Reconnaissance **qualité spécifique** des produits.	Ne présentent **pas (ou plus) de lien avec leur origine géographique**	**Pas d'aire géographique**, (territoire européen)
LR	- **Qualité supérieure** (tests hédoniques), avec **obligation de résultats** (ESQS) ; - **Caractéristiques certifiées communicantes** (au moins 2) citées sur l'étiquette (*provenance ou qualité de la matière I^{ère}, recette ou technique d'élaboration,* …..), retenues pour leur impact sur la qualité supérieure du LR	Pas de lien strict avec origine géographique (provenance ?) (sauf si couplé avec IGP)	- Pas d'aire géographique, sauf si couplé avec IGP ; - Signe 100% français sans équivalent au niveau européen ; il est également ouvert aux produits qui ne sont pas issus du territoire français.
IGP	Identifié par une **qualité, ou** sa **réputation**, **ou autre propriété,** avec **obligation de résultats**	**Une qualité** déterminée, **ou** la **réputation ou** une **autre propriété** peut être **attribuée essentiellement à son origine géographique**	- Originaire d'un lieu déterminé => **aire géographique =>** production et/ou transformation et/ou élaboration dans l'aire ; - Interaction causale aire géographique/une qualité déterminée, **ou** la réputation **ou** une autre propriété
AOC/ AOP	Identifié par **notoriété, qualité** ou **caractéristiques** (**typicité**), avec **obligation de résultats**	**Qualité** ou **caractéristiques** (**typicité**) dues **essentiellement ou exclusivement au milieu géographique** (facteurs naturels et humains)	- Originaire d'un lieu déterminé => **aire géographique => toutes les étapes de production** ont lieu dans aire géographique (**terroir**) ; - Interaction causale aire géographique/la qualité ou caractéristiques du produit
AB	- Système global de gestion agricole et de production alimentaire qui n'**exige pas de qualité particulière ou de caractéristiques particulières pour le produit** ou ne fixent pas de critères techniques sur le produit ; - les dispositions en vigueur ne portent que sur **les pratiques de production**	Pas de lien avec une origine géographique	**Pas d'aire géographique**
IG BS	Identifié par une **qualité, ou** sa **réputation**, **ou autre propriété,** avec **obligation de résultats**	**Une qualité** déterminée, **ou** la **réputation ou** une **autre propriété** peut être **attribuée essentiellement à son origine géographique**	- Originaire d'un lieu déterminé => **aire géographique** (pouvant être très large) => **des** étapes de la production et/ou transformation et/ou élaboration dans l'aire ; absence d'obligations sur provenance de la matière *I^{ère}*; - Interaction causale aire géographique/une qualité déterminée, **ou** la réputation **ou** une autre propriété

	DEMARCHE INITIALE	OBLIGATION DE MOYENS ET DE RESULTATS
STG	En général, **démarche collective**	**Conditions de productions**, dans un cahier des charges (garantir caractère traditionnel et qualité spécifique) => **obligation de moyens et de résultats** (qualité spécifique)
LR	**Démarche collective (ODG)**	**Conditions de productions**, dans un cahier des charges (garantir caractéristiques spécifiques) => **obligation de moyens et de résultats** (ESQS)
IGP	En général, **démarche collective (ODG)**	**Conditions de productions**, dans un cahier des charges (garantir maintien du lien produit/milieu géographique) => **obligation de moyens et de résultats**
AOC/ AOP	En général, **démarche collective (ODG)**	**Conditions de productions**, dans un cahier des charges (garantir maintien du lien produit/milieu géographique) => **obligation de moyens et de résultats**
AB	Démarche **individuelle** et volontaire de chaque opérateur	P**ratiques de production** dans **réglementation UE**, complétée, pour quelques domaines spécifiques, par des **cahiers des charges nationaux** ayant une portée réglementaire => **pas d'obligation de résultat sur le produit**, mais uniquement **obligation de moyens** (garantir mode de production) Eventuellement **obligation de résultat** sur le produit induite par **couplage** avec autre SIQO ou autres démarche.
IG BS	En général, **démarche collective (ODG)**	**Conditions de productions**, dans un cahier des charges (garantir maintien du lien produit/milieu géographique) => **obligation de moyens et de résultats**

	FONDEMENTS ESSENTIELS
STG	- **Identifier et démontrer le caractère traditionnel** du mode de production, de transformation, ….**sur une période d'au moins 30 ans ;** - **Définir et démontrer la qualité** liée à la **tradition** (qualité spécifique)
LR	- **Pas d'obligation de réputation ou notoriété établie ;** - **Identifier les caractéristiques certifiées communicantes** retenues pour leur impact sur la qualité supérieure du LR ; - **Définir le niveau de qualité supérieure** qui peut être abordée dans une **approche globale** : o veiller à **actualiser le produit courant**, notamment si le produit LR devient le produit courant ; o intégrer la notion **de qualité sociétale**, (Respect environnement, culture OGM, biodiversité, gestion de l'eau, bien-être animal, ….) ; o **actualiser**, si nécessaire, **les obligations de moyens** (**MAE** sont des obligations de moyens pertinentes pour répondre aux besoins implicites et latents du consommateur).
IGP	- Reconnu à partir d'une **production existante** ; - **Bien expliciter la réputation (***au sens reconnaissance par le public associée à un élément de caractérisation du produit*) ; **ou** - **Identifier une qualité** en lien avec le milieu géographique (facteurs naturels et/ou humains = savoir faire) = qualité supérieure ou s'appuyer sur une caractéristique particulière ; **ou** - **Identifier autre propriété** ou **caractéristique particulière,** en lien avec le milieu géographique ; - **Confirmation de l'acceptabilité du produit** au sein de l'IGP par examen analytique et tests sensoriels : - Qualité déterminée ou caractéristique particulière pourraient être identifiées dans une **approche globale**, en lien avec le territoire de provenance : o en intégrant la notion de **qualité sociétale** ; o en **actualisant »,** si nécessaire, **les obligations de moyens** ; (**MAE**/Besoins implicites et latents du consommateur)
AOC/ AOP	- Reconnu à partir d'une **production existante** ; - **Bien expliciter la notoriété dûment établie**, **fondement essentiel** sur lequel repose la reconnaissance en AOC/AOP ; - **Identifier la qualité spécifique** = qualité liée à la zone géographique (qualité supérieure sous-entendue au sens absence de défaut) ; - Première étape = **définir le produit**, ses **caractéristiques** ainsi que les éventuelles **ressources biologiques** nécessaires à sa production ; - Définir alors le **milieu géographique** (aire géographique délimité), **élément déterminant du concept d'AOP,** en s'appuyant sur la **définition de « terroir » =** aire dans laquelle notoriété, qualité ou caractéristiques sont garanties (Intégrer dans les critères de définition les **facteurs biologiques et microbiologiques** essentiels pour des produits transformés) ; - Intégrer la notion de **qualité sociétale** ; - Actualiser**,** si nécessaire, **les obligations de moyens** (**MAE**/Besoins implicites et latents du consommateur).
AB	- **Pas d'obligation de réputation ou notoriété établie ;** - **Pas de lien de causalité** (qualité déterminée ou caractéristiques particulières) **avec un lieu déterminé** ; - Respect de la biodiversité, préservation des ressources naturelles, assurance d'un niveau élevé de bien-être animal et développement durable ; - Système de production qui répond à des **attentes sociétales** (protection environnement et du bien-être animal, agriculture sans produits chimiques de synthèse, ni OGM, garantie de la naturalité et de l'authenticité, etc……)
IG BS	- Reconnu à partir d'une **production existante**, - Possibilité de reconnaître une AOC ou une IG au niveau national peuvent être enregistrées au titre d'IG au niveau européen => les fondements sont fonctions de la catégorie d'indication géographique sollicitée = idem IGP ou idem AOC ;

H – UNE PROPOSITION DE MODELE DE GOUVERNANCE - « *QUELLES VALEURS APPORTEES PAR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES* ? » (FRANÇOIS CASABIANCA - INRA SCIENCES POUR L'ACTION ET LE DEVELOPPEMENT - LRDE CORTE)

Le diaporama (***Document joint en annexe 1***) propose une approche conceptuelle à partir d'observations empiriques avec comme corpus **17 considérants** (choisis parmi 65) **du R(UE) 1151/2012** (*relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires*) pour analyser les « valeurs » apportées par les IG. ***(Diapo 2 et diapo3)***
A partir de cette approche, et après avoir regroupé en 8 « dimensions » (économique, technique, patrimoniale, environnementale, etc…) les « valeurs » (contributions) potentielles recensées, un modèle de gouvernance, autour de l'ODG (agissant comme clé de voûte), et adaptable à chaque SIQO, est proposé.

G.1 – Considérants

A partir des considérants, qui apportent les justifications du normatif, il est facile de retrouver des « **valeurs** » pouvant être apportées par les IG comme, par exemple : ***(Diapo 4 à 12)***
- ~~*un avantage concurrentiel*~~ une *différenciation concurrentielle créatrice de valeur* pour les producteurs ;
- la préservation des *traditions* mais en tenant compte de *l'évolution des nouvelles méthodes* ;
- *caractéristiques spécifiques* identifiables *(liées à l'origine géographique)* ;
- *identifier* correctement les produits ;
- *cohésion* sociale et territoriale ;
- *crédibilité* des produits aux yeux des consommateurs ;
- *paysage* de la zone de production ;
- *bien-être* des animaux d'élevage ;
- définition de « *traditionnel* » = dont l'utilisation sur le marché intérieur pendant une période permettant une transmission entre générations a été prouvée; cette période doit être d'au moins 30 ans ;
- *valeur-ajoutée* des IG et *confiance* du consommateur ;
- *suivi, conformité, vérifications* à tous les stades ;
- *Autorités compétentes ;*
- *Impartialité* et *efficacité ;*
- réservation des *dénominations (et de mentions)*
- rôle des *groupements* dans la procédure d'*enregistrement* et des *modifications des cahiers des charges ;*
- nom d'une *variété végétale* ou d'une *race animale ;*
- ……

G.2 – Le système de valeur des IG*)*

Tous les mots-clés détectés avec les considérants sont alors regroupés (pas de façon exhaustive) afin de passer en revue les principaux systèmes de valeur (valeur de l'IG au sens contribution de l'IG) : ***(Diapo 13)***

1. Citoyens et consommateurs
2. Culture et gastronomie
3. Spécificités et diversité
4. Crédibilité et confiance
5. Loyauté et garanties
6. Compétitivité et concurrence
7. Economie rurale et gouvernance territoriale
8. Rôles multiples *(charnières)* des groupements *de producteurs (groupement de producteur = ODG). Le groupement de producteur ou ODG crée un collectif avec une responsabilité interne et externe ; en ce sens, l'ODG devient un interlocuteur crédible*
9. Ressources naturelles et paysages
10. Traditions préservées et évolutions des techniques
11. Droits des producteurs des pays tiers *(Il s'agit là de la réponse de l'UE aux autres pays avec un système ouvert qui comporte des droits mais également des devoirs)*

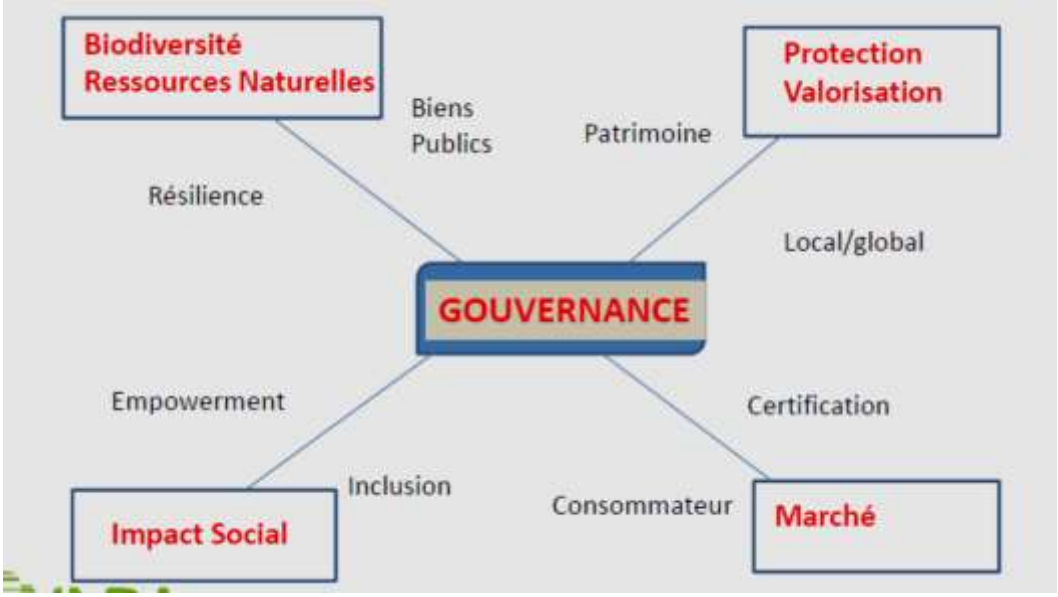
L'IG est un système dans lequel des concurrents deviennent des associés.

G.3- Une proposition multidimensionnelle

L'IG est définie comme un système multidimensionnel ou Systèmes Agro-alimentaires Localisés (SYAL) au sens d'une « *organisation de production associée de par ses caractéristiques et son fonctionnement à un territoire spécifique ; le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leurs savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations, se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée* ».
A partir des valeurs (contributions) précédemment définies, un 2ème regroupement conduit à définir 8 dimensions : ***(Diapo 14)***

1. Dimensions économiques **(D1) ;**
2. Dimensions culturelles et patrimoniales (juridiques) **(D2) ;**
3. Dimensions organisationnelles **(D3**) ;
4. Dimensions territoriales *(dialogue avec autres partenaires du territoire/réputation du nom*) **(D4) ;**
5. Dimensions environnementales **(D5) ;**
6. Dimensions techniques **(D6) ;**
7. Dimensions de spécificité *[la défense de la spécificité conduit à donner un avenir à travers des spécificités (lait cru)]* **(D7) ;**
8. Dimensions éthiques *[traditions partagées = faire connaitre (semaine du goût)]* et esthétiques *(paysage, élégance du produit = emmaillotage de la Volaille de Bresse)* **(D8).**

G.4 - Une proposition de modèle de gouvernance



Les dimensions précédemment définis interagissent, avec comme point central la « ***Gouvernance*** » ; chaque lien avec la gouvernance doit être imaginé comme un « *tenseur* » (ou « *ressort* »). ***(Diapo 15)***

1. **Gouvernance⇔marché** = 1er tenseur qui s'appuie sur les dimensions D7 (*Dimensions de spécificité*)/D1 (*Dimensions économiques*) ; certification = confirmer/confiance ;
2. **Gouvernance⇔protection valorisation** = 2ème tenseur qui s'appuie sur les dimensions D2 (*Dimensions culturelles et patrimoniales*) /D4 (*Dimensions territoriales*)/D6 (*Dimensions techniques*) (Exemple : **lait cru/gerle**) ; la dimension « *Patrimoine* » permet de définir les « *ayants droit* » et par conséquent « *ceux qui n'ont pas droit* » ;
3. **Gouvernance⇔Biodiversité** = 3ème tenseur qui s'appuie sur la dimension D5 (*Dimension environnementale*) ; la « Résilience » correspond à la dimension D6 (*Technique*) ou « *Capacité à produire* » ;
4. **Gouvernance⇔impact social** = 4ème tenseur qui s'appuie sur la dimension D8 (*Ethique*) et sur la dimension D4 (*Dimension territoriale*) : l'*empowerment* pouvant s'entendre comme l'autonomie d'un groupe (acteurs du territoire) pour agir sur l'évolution (économique, sociale, politique, écologique,…) du territoire.

Ainsi, une IG, dépendante du marché et qui nécessite une conquête de parts de marché peut mettre en danger les 3 autres tenseurs.
En conséquence, il est possible d'imaginer qu'il peut exister plusieurs styles de gouvernance et que **chaque ODG va pouvoir construire son propre équilibre dans le système de tensions**.

G.5 – Les IG dans leur système de valeurs

(Diapo 16)

1. L'ODG comme clé de voûte « *Compétence et détermination* » (considérant 1) = ***L'ODG est l'acteur de la gouvernance territoriale*** ;

2. Une économie de l'offre *qui n'est pas un marché de l'offre = cette économie à vocation à satisfaire* ***des attentes plus que des préférences*** *;*
3. L'esprit des traditions (Les spécificités/Terroir et typicité) et la capacité à innover (Le rythme et l'ampleur des révisions) = renforcer les règles de production en évitant d'exclure des opérateurs pour lesquels l'IG ne serait plus accessible ? Introduire des innovations tout en assurant la préservation de la biodiversité et des facteurs humains ? Préserver les équilibres du territoire en évitant une trop grande tendance à la spécialisation en cas de succès de l'IG ?

G.6 - Des points à renforcer

(Diapo 17)

1. Environnement = Paysages ? / Agro-écologie ?
2. Biodiversité = Le lait cru ? / Les races et variétés locales ?
3. Les signes et leur sens = AOP vs IGP ? Couplage des signes (AOP/AB, IGP/AB, LR/AB, ..) = ajouter des obligations de moyens pour apporter des garanties supplémentaires sur la dimension territoriale ?
4. Accessibilité / exclusion = Le haut de gamme ?

G.7 – Une série d'arbitrages

(Diapo 18)

L'objectif de la « Gouvernance » est de faire tenir ensemble des choses qui peuvent s'exclure et le « *Mode de gouvernance* » correspond à un arbitrage entre tenseurs pour définir au mieux IGP/AOP (hors poids de l'histoire).
Une « *Bonne gouvernance* » est celle qui assure le meilleur équilibre possible entre tenseurs.
La question qui se pose alors est de savoir quel « Modèle ou mode de gouvernance » permet de définir une AOP vs une IGP ?
Le « *Niveau d'exigences* » quant à lui s'inscrit dans le cahier des charges de l'IG.

Le « panier de biens » peut être défini comme un ensemble conjoint de biens territorialisés (*avec éventuellement un produit leader*) *[Maud Hirczak, Mehdi Moalla, Amédée Mollard, Bernard Pecqueur, Mbolatiana Rambonilaza et Dominique Vollet (mars 2005)]*. Cet ensemble de construit autour d'une « *rente territoriale* » ou de plusieurs « rentes territoriales ».
Le territoire est associé à des « produits paniers » (Huile d'Olive de Nyons qui a entrainé, par son ancrage dans le territoire la valorisation d'autres produits comme les vins sous IGP ou la lavande sous AOP, ….).

La structuration du « Marché » fait que le bien qui bénéficie d'une IG n'est pas substituable, démontrant ainsi son efficacité.
Le « *consommateur local* » joue un rôle important ; il est familiarité avec produit ; si le marché privilégie le consommateur extérieur par rapport au consommateur local, l'IG peut perdre sa base culturelle locale et alors sa « *typicité* ».
Quant à l'exclusivité de l'usage du nom (droit de propriété), elle doit être particulièrement justifiée (justification du « monopole »).

G.8 – Conclusions

(Diapo 19)

Le système de valeurs des AOP/IGP met en évidence qu'une série d'acteurs doivent pouvoir y positionner leurs propres motivations et attentes, avec plusieurs questions à traiter pour chacun d'entre eux.

Les décideurs locaux, nationaux, européens, à travers l'examen des considérants, conviennent bien qu'il **ne s'agit pas seulement d'un droit de propriété** (protéger une dénomination sur le marché) mais bien aussi d'un **outil de développement territorial** = en quoi une IG peut-elle aider au développement d'un territoire ?

Les **producteurs sont naturellement les premiers concernés**, dans leur capacité à construire des accords équilibrés entre eux. Une IG constitue, dans sa création et dans sa gestion, un enjeu de démocratie locale :

- les choix techniques et organisationnels sont-ils partagés ?
- Y a-t-il des producteurs exclus (toute certification, pour être efficace, est conduite à exclure) et comment sont prises les décisions ?
- Quelle est la répartition des valeurs produites et est-elle équitable ?
- Comment sont gérées les ressources mobilisées ou engendrées par l'IG ?

Les **distributeurs** font partie des acteurs clés pour faire vivre un produit sous IG :

- selon les orientations retenues par les producteurs, quel est le marché pertinent pour l'IG et comment positionner le produit entre banalisation et élitisme ?
- Est-ce que les valeurs culturelles et environnementales font partie des attributs du produit sous IG ?

Les **consommateurs locaux** sont, de fait, engagés dans la culture alimentaire dont fait partie le produit sous IG : les pratiques alimentaires locales permettent-elles de **cultiver les spécificités** (qui justifient la protection du nom) et de les **transmettre** aux **générations futures** et aux **consommateurs extérieurs** à la zone et à cette culture ?

Mais derrière les consommateurs, se cachent les citoyens présents sur le territoire, et plus largement les **acteurs du territoire** qui ne sont pas dans le secteur de l'IG :

- l'IG est-elle inscrite dans un patrimoine collectif et partagé ?
- les acteurs de l'IG sont-ils capables de dialoguer avec les autres acteurs du territoire
- les orientations prises par les différents secteurs co-présents sur le territoire sont-elles compatibles entre elles et forment-elles un tout cohérent au sein du territoire ?

Enfin, les **chercheurs**, les **enseignants**, les **techniciens** qui produisent des connaissances, les diffusent et accompagnent les acteurs dans leurs enjeux de gestion font bien partie des acteurs concernés directement par les valeurs d'une IG :

- en quoi les valeurs de l'IG rejoignent leurs propres valeurs (progrès, innovation et tradition) ,
- ont-ils une réflexion axiologique [Axiologie = système de valeurs (expliciter et classer les valeurs)] ?

Le document en ***annexe 2*** propose une synthèse sur une seule diapositive.