

Des indications géographiques

pour valoriser les produits locaux



Darjeeling © B. Bridier, Cirad

Face à la globalisation des échanges, à la concurrence accrue sur les grands marchés d'exportation et à l'instabilité des prix, la valorisation de productions locales, réputées et très spécifiques, représente une voie à explorer. Elle répond aux demandes de consommateurs, du Nord mais aussi, de plus en plus, du Sud. Elle permet de sécuriser des débouchés et de se positionner sur des segments de marché plus rémunérateurs.



Miel d'Oku, Cameroun. © D. Chabrol, Cirad

La reconnaissance en 1994 des indications géographiques (IG) par l'Organisation mondiale du commerce a conduit de nombreux pays à mettre en place un cadre juridique pour protéger leurs produits traditionnels localisés qu'ils soient agricoles ou artisanaux.

En Europe, notamment en France et en Italie où elles ont une longue histoire, les IG et les appellations d'origine (AOC) ont permis à de nombreux produits d'être reconnus et valorisés pour leur spécificité. Elles ont favorisé le maintien d'activités, d'emploi dans des zones défavorisées.

À la différence d'autres démarches de qualité spécifique (Bio, Commerce équitable), les producteurs maîtrisent le contenu du cahier des charges. Contrairement aux marques, il n'est pas nécessaire d'aller en justice pour le faire respecter (du moins dans l'UE et de nombreux pays).

Mais à quelles conditions cette démarche est-elle adaptée aux situations des pays en développement et permet-elle de lutter contre la pauvreté rurale ? Comment assurer une réelle protection et une meilleure valorisation des produits ciblés ?

Répondre aux enjeux de développement rural et de lutte contre la pauvreté

Le Cirad est intervenu dans des situations et avec des partenaires divers et a ainsi rassemblé une riche expérience, qui est aussi l'objet de travaux de recherche et d'opérations de formation.

L'UMR Innovation poursuit une double démarche d'analyse et d'accompagnement des processus d'innovation, qui permet aux agricultures familiales de s'insérer dans les marchés agroalimentaires et contribue à de nouvelles relations entre alimentation et territoires.

Elle a participé à des projets de recherche, réalisé ou dirigé des thèses sur la diversité des IG dans le monde : Inde, Afrique occidentale, Brésil, Asie du Sud-Est...

Contact

Didier Chabrol
UMR Innovation
73 rue Jean-François Breton
34398 Montpellier Cedex 5
France

didier.chabrol@cirad.fr

Ces travaux montrent que l'outil juridique « indication géographique » n'est adapté qu'à certaines situations et que son usage au bénéfice du développement rural durable requiert certaines conditions.

Ainsi, certaines étapes sont cruciales dans la construction d'une IG :

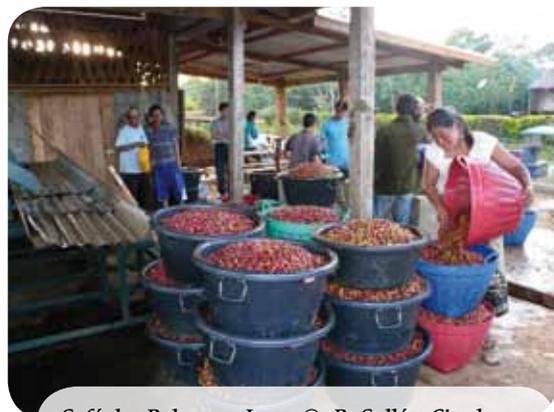
- réputation préalable du produit et prise de conscience de sa spécificité et de sa valeur par les producteurs ;
- identification et construction d'un dialogue entre les producteurs, aboutissant à la création d'une organisation représentative ;
- élaboration collective d'un cahier des charges, sous le contrôle de l'organisation, veillant à ne pas exclure les plus pauvres ou les moins bien dotés (appui technique, délais...) ;
- mise en œuvre d'un système de contrôle interne, validé par un contrôle externe, afin de créer et maintenir la confiance entre les producteurs.



Visite d'une coopérative produisant du pèlardon AOC dans les Cévennes.
© D. Chabrol, Cirad

Des formations adaptées

En partenariat avec l'équipe suisse REDD, l'UMR Innovation organise tous les ans une session de formation de deux semaines pour les responsables de l'enregistrement des IG des administrations chargées de la propriété intellectuelle, les responsables professionnels des filières concernées, les responsables et experts du développement rural (www.intergi.org). Cette formation aborde les aspects juridiques aussi bien qu'économiques, sociaux et d'organisation. Elle est fondée sur des méthodes interactives : les participants présentent leurs expériences et travaillent en groupe sur des études de cas. Ils visitent deux IG dans chaque session et bénéficient d'interventions d'experts européens et internationaux de haut niveau. Cette formation se tient en anglais et a reçu de hauts responsables de nombreux pays : Brésil, Indonésie, Inde, Pakistan, Chine, Vietnam... D'autres formations peuvent être organisées sur les mêmes bases, plus courtes ou pour des publics spécifiques (en particulier francophones).



Café des Bolovens, Laos. © B. Sallée, Cirad

L'appui aux projets

L'expertise du Cirad peut se décliner de différentes façons :

- accompagnement du café Kintamani à Bali (2005-2009) qui devient la première IG d'Indonésie ;
- maîtrise d'œuvre d'un projet pilote d'IG au Laos (2007-2010) : une loi est préparée, deux produits sont prêts à être enregistrés en IG ;
- assistance technique aux 16 pays membres de l'OAPI : formation, communication, enregistrement d'IG (miel d'Okou et poivre de Penja au Cameroun, café Ziama Macenta en Guinée) (2010-2013) ; projets en cours en Tunisie (grenade de Gabès, Deglet Nour tunisienne, huile d'olive de Tebousouk), au Kenya (café)...
- Formation, recherche, appui à projets (Brésil, Vietnam) ;
- Encadrement de thèses ou de masters.

Partenaires

- **Indonésie, Laos, Tunisie** : ministères concernés
- **Afrique** : OAPI, Organisation africaine de la propriété intellectuelle
- **Kenya** : Coffee Research Council
- **France** : ministère des Affaires étrangères, ministère de l'Agriculture; AFD, Agence française de développement ; FFEM, Fonds français pour l'environnement mondial ; INAO, Institut national de l'origine et de la qualité
- **Suisse** : REDD, Sharing knowledge for ethical and tasty food

En savoir plus

A télécharger sur Internet :

Cirad, 2012. Perspective N°17.

Indications géographiques de produits agricoles et artisanaux : fonder la protection sur la force du lien à l'origine

FAO, 2009. Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité. 191 p.

AFD, FFEM, 2010. Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures. 104 p.

CTA – Origin, 2011. Manuel pratique sur les IG pour les pays ACP. 67 p.