

Développement des Indications Géographiques : *Apporter de la valeur aux producteurs, offrir des garanties aux consommateurs*

Focalisées cette année sur le développement des Indications Géographiques à travers le monde, les 17^{èmes} Assises de l'Origine étaient l'un des rendez-vous professionnels phares du Salon de l'Agriculture Aquitaine. Objectif: échanger sur ces outils indispensables à la valorisation et à la différenciation de produits ancrés historiquement et culturellement sur leur territoire. Présentes dans de nombreux pays et notamment sur le vieux continent, les « IG » se multiplient, au risque d'assister parfois à certaines dérives commerciales.



Organisée par la Chambre régionale d'Agriculture, Coop de France Aquitaine, soutenue par l'INAO et le Conseil régional, cette nouvelle édition avait choisi d'axer sa réflexion autour de : « Frontières de l'origine ou origine sans frontière? Concept culturel ou approche marketing ? ». Les débats se sont concentrés sur les différentes démarches entreprises à travers le monde, afin d'en comprendre le positionnement ainsi que l'impact, en abordant notamment les négociations de libre-échange en cours entre Union Européenne et États-Unis.

Valeurs culturelles contre visées commerciales

Le 12 mai, trois experts (de renom) avaient été conviés afin de livrer leur vision sur le fort développement que connaissent aujourd'hui les Indications Géographiques dans le monde. Celui-ci est-il le fruit d'une approche culturelle ou commerciale? Si de part sa longue histoire, l'Europe semble plus encline à développer ce type d'ancrage identitaire, qu'en est-il des pays du nouveau monde pour lesquels ce genre de démarche est moins consubstantiel à leur identité? Quels outils, quel accompagnement mettre en place pour mieux encadrer les « IG » naissantes? Autant de questions auxquelles les intervenants ont donné des éléments de réponse :

- **Monique Bagal**, juriste et experte en Indications Géographiques, s'est concentrée sur l'histoire des « IG » d'un point de vue juridique. Elle s'est attachée à présenter les deux conceptions qui s'affrontent depuis plusieurs décennies au sein de l'O.M.C. : celle des « amis des IG » opposée à celle des « septiques ». Les premiers, européens pour la plupart, défendent des « IG » basées sur des valeurs culturelles et encadrées juridiquement de façon très stricte. À l'inverse, les seconds, américains ou issus de pays émergents, ont une vision plus libérale et militent pour un assouplissement des règles. Sans compromis entre les deux parties, la spécialiste a estimé qu'il serait impossible d'établir un nouvel accord pour succéder à celui signé en 1996.
- **Charles Perraud**, ancien membre de l'INAO et consultant à « Comprendre les territoires », a évoqué tour à tour les projets auxquels il a participé en Asie, et plus particulièrement en Thaïlande. De cette expérience, il a dressé un double constat : si la demande en matière de construction d'« IG » ne cesse de croître, elle répond de moins en moins à la valorisation d'héritages culturels et de plus en plus à des objectifs commerciaux.



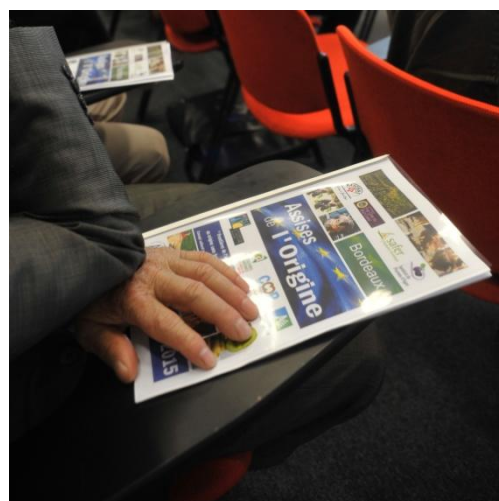
Désormais, nombre d'initiatives sont le fruit de politiques nationales (démarche descendante, souvent mal vécue par les producteurs à cause de cahiers des charges réalisés trop vite) ou de projets conduits par des acteurs dominants qui souhaitent s'accaparer un marché. L'expert a conclu son intervention en insistant sur l'importance d'adosser chaque nouvelle démarche d'Indication Géographique à des projets de filière où tous les acteurs sont impliqués.

- Le témoignage de **Frédéric Duart**, enseignant-chercheur à la faculté des sciences gastronomiques de l'Université de Mondragon (Espagne), s'est appuyé sur son expérience en Amérique du Sud, continent où, là encore, les projets se multiplient. Il a particulièrement insisté sur la nécessité pour une « IG » de disposer d'une identité forte et d'être pleinement soutenue par les acteurs locaux, deux conditions indispensables à sa pérennisation. Selon lui, créer une « IG » de façon artificielle conduit la plupart du temps à l'échec. À ce titre, il a cité l'exemple d'un café issu d'un pays où l'on n'en boit pas, un produit totalement étranger aux us et coutumes locaux... parfaite illustration d'une démarche uniquement marketing.

Ces trois témoignages ont été complétés par une intervention du Directeur de l'INAO, **Jean-Luc Dairien**. Revenant dans un premier temps sur l'impérieuse nécessité de protéger juridiquement les « IG », il a réaffirmé un certain nombre de points évoqués par les trois experts. Il a notamment souligné l'importance du temps, de la maturation d'un projet avant d'évoquer le besoin de trouver des compromis dans tous les dispositifs d'Indications Géographiques mis en œuvre.

Qualités des interventions, succès de fréquentation

Co-organisateur de ces rencontres professionnelles, **Bruno Millet**, directeur de la Chambre régionale d'Agriculture Aquitaine, a salué la qualité des interventions et la belle fréquentation de ce débat d'experts (plus d'une centaine d'auditeurs) : « Nous avons assisté à une édition de haute tenue avec un débat qui a permis de prendre du recul sur tout ce qui se passe autour des « IG », dans le monde, en Europe et chez nos homologues américains. Par ailleurs, ce rendez-vous a montré qu'il y a aujourd'hui un vrai intérêt – même s'il faut rester mesuré – pour le développement des « IG », solution qui, indéniablement, permet de ramener de la valeur aux producteurs ». Par ailleurs, il a retenu trois points fondamentaux : « Pour pouvoir exporter un produit avec une IG, il faut d'abord qu'il soit reconnu sur son propre territoire et soutenu par les acteurs locaux. De plus, les producteurs ont besoin que les « IG » soient valorisées par nos distributeurs et nos représentants à l'international. Enfin, il faut veiller à dissiper toute confusion qui pourrait naître de la multiplication des « IG ». L'Indication Géographique est avant tout faite pour localiser un produit sur son territoire, le rattacher à un patrimoine culturel précis. Elle doit permettre d'apporter des garanties aux consommateurs mais pas à n'importe quel prix ».



Rencontre avec une délégation haïtienne

À l'invitation d'agriculteurs et de responsables professionnels engagés dans l'AFDI Aquitaine, une délégation haïtienne a prit part à cette 17^{ème} édition des Assises de l'Origine. Ses membres, issus de trois réseaux partenaires d'organisations paysannes et de la chargée de mission AFDI basée en Haïti, ont pu témoigner des actions conduites autour de l'un des défis majeurs du pays : faire émerger des OP fortes, représentatives des producteurs locaux et pourvoyeuses de services, qu'ils soient économiques ou de défense des intérêts.

www.origine.coop

www.salon-agriculture.fr

