

Les IG comme instrument de développement durable

Leçons d'expériences (SinerGI, FAO)

Didier CHABROL

Chercheur, UMR Innovation, CIRAD, Montpellier

Assistant technique OAPI, Yaoundé



Atelier ONCC-CTA-OriGIn
Yaoundé, 28-30 septembre 2010

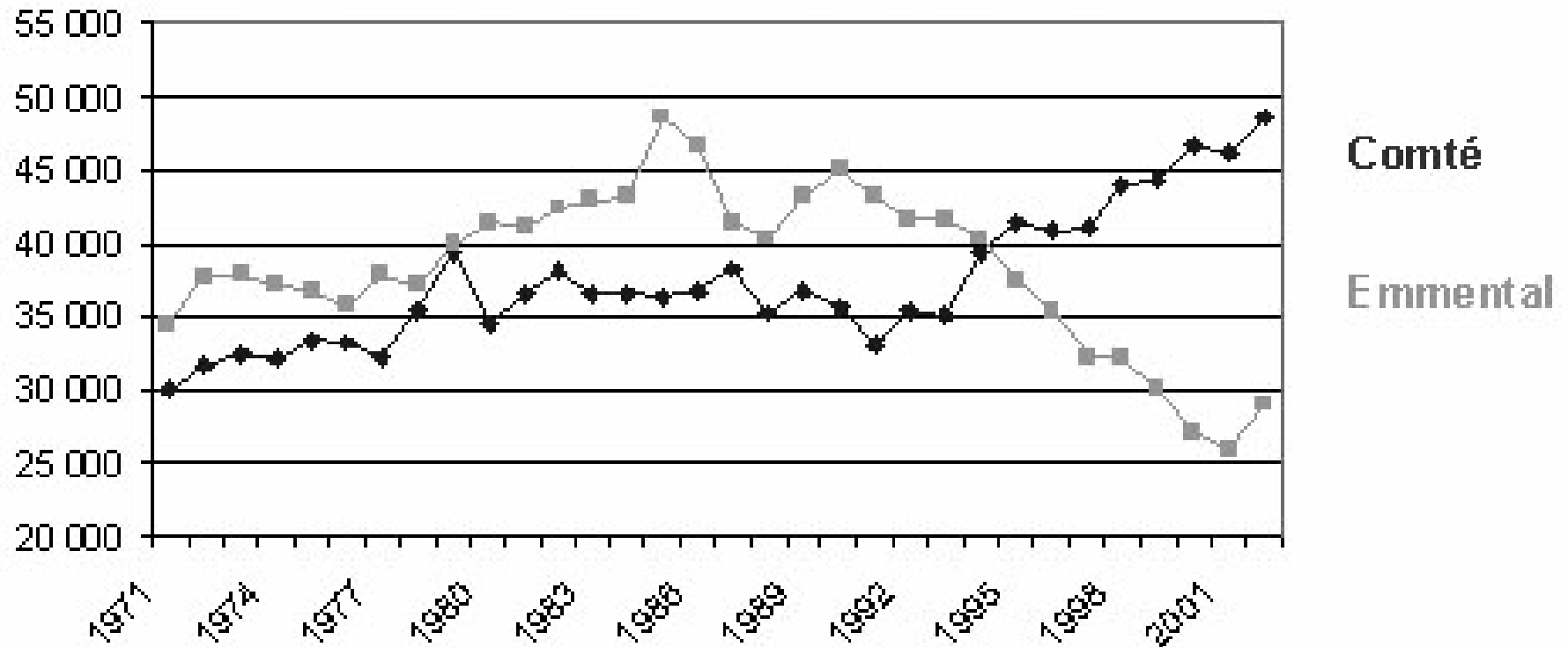
Didier CHABROL,
UMR Innovation

Le développement durable

- Trois piliers:
 - Efficacité économique
 - Justice sociale
 - (Prudence écologique)

Comment les IG peuvent y contribuer?

Une région, deux fromages



Une région, deux fromages

- Le **Comté**, AOC
 - CdC rigoureux
 - De 38 à 50000t
 - Prix du lait : +14 %
 - Territoire difficile
 - Préserve l'emploi
 - Respecte l'environnement
- **L'Emmental**, générique
 - De 50 à 30000t
 - Délocalisation
 - Industrialisation
 - Standardisation
 - Moins d'emplois

Produits conventionnels / différenciés

Produits conventionnels, standardisés, « commodifiés » :

- Pression sur les prix
- Concurrence forte
- Marché important
- Valeur ajoutée à l'aval

décommodification :

- Prix supérieurs
- Concurrence modérée
- Contrôle par l'amont

**= Produits différenciés
MAIS...**

- Marché limité
- Mise en place longue

Qualité générique / spécifique

Qualité générique

- Niveau minimum de qualité et de sûreté,
- Approche réglementaire publique
- Standards (critères communs et peu nombreux)

Qualité spécifique

- Caractéristiques particulières (origine, composition, méthode de production...)
- Stratégie volontariste, prix plus élevé
- Contrôle/certification volontaires (privés?)

D'après FAO, 2004



Atelier ONCC-CTA-OriGIn
Yaoundé, 28-30 septembre 2010

Didier CHABROL,
UMR Innovation

Les types de qualité spécifique

- Environnement
 - Agriculture biologique
 - Rainforest alliance
 - Bird friendly
- Origine et tradition
 - IG et autres (montagne, fermier, etc.)
- Equité
 - Commerce équitable
- GAP « good agricultural practices »
- Nutrition ou santé

Qui définit la qualité?

L'aval de la filière

- Agriculture biologique
- Rainforest alliance
- Bird friendly
- Commerce équitable
- GAP

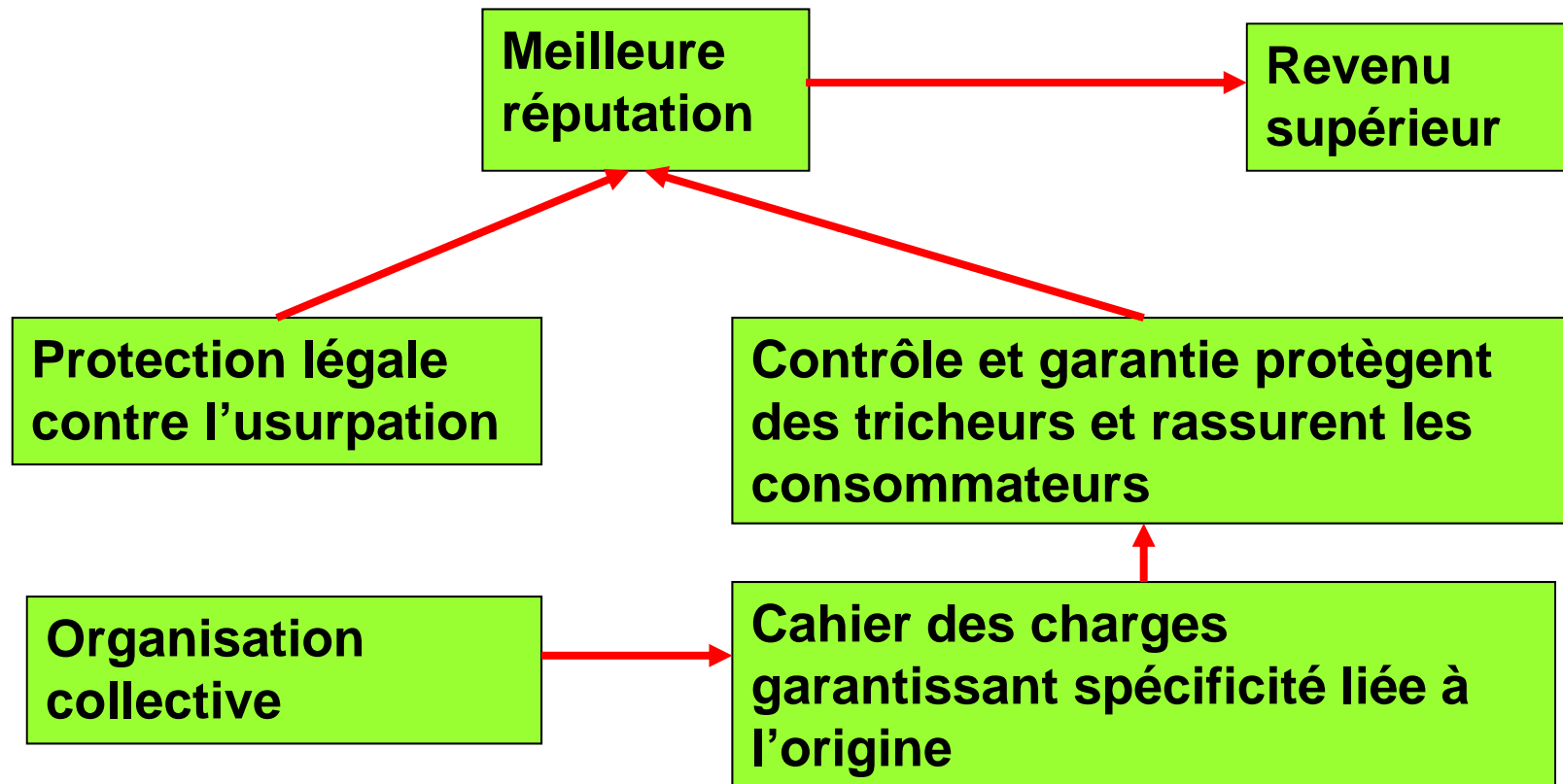
L'amont de la filière:

L'Indication géographique

- **Sous le contrôle des locaux,**
- **Adaptables aux conditions locales,**
- **Différenciant les produits...**

EN THEORIE...

Les conditions du succès du marketing de l'origine



L'origine n'est pas la provenance

- Provenance = vient de tel endroit (définition administrative)
- Origine =
 - Vient d'une zone homogène et cohérente
 - Respecte un cahier des charges
 - Correspond à une tradition +/- ancienne
- → du vin fait à Bordeaux n'est pas forcément du bordeaux !

Le cercle vertueux de la qualité liée à l'origine

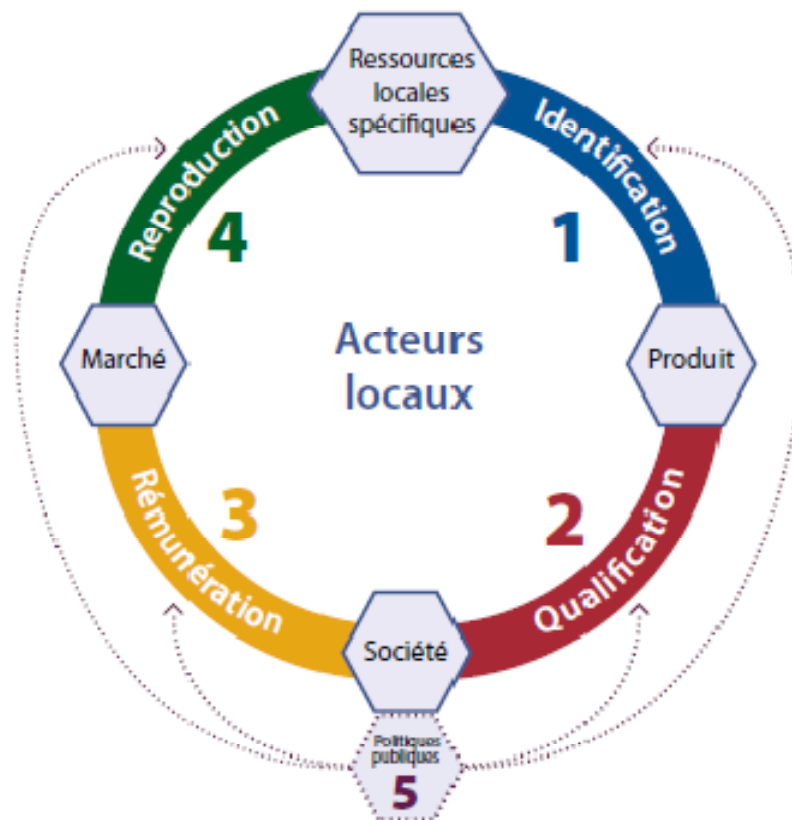
1 *Prise de conscience et évaluation du potentiel du produit à l'échelle locale*

2 *Mise en place de règles présidant à la création de valeur et à la préservation des ressources locales*

3 *Rémunération du produit en lien avec sa commercialisation et la gestion du système local*

4 *Reproduction des ressources locales renforçant la durabilité du système*

5 *Les politiques publiques fournissent le cadre + une éventuelle assistance*



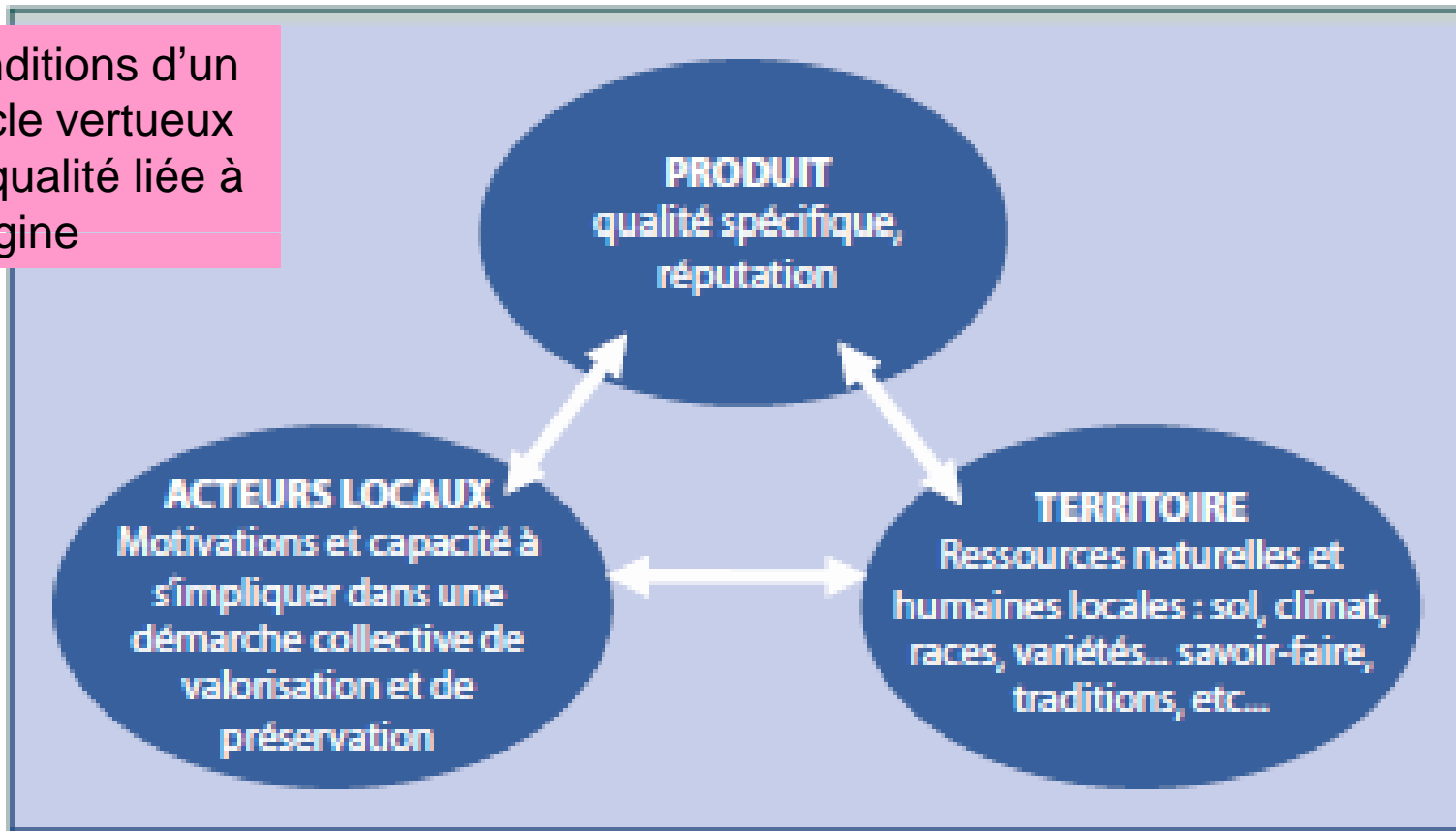
L'identification du produit et des ressources

- *L'identification précise du produit de terroir et des ressources locales nécessaires à sa production.*
 - *repose sur la prise de conscience par les producteurs locaux du potentiel associé aux ressources locales spécifiques.*

L'identification

Liens produit, acteurs, territoire

Conditions d'un
cercle vertueux
de qualité liée à
l'origine



La qualification

- *description précise, faisant l'unanimité au sein des producteurs, des caractéristiques du territoire, du processus de production et des attributs de qualité du produit. (...)*
- *que les producteurs locaux définissent le cahier des charges (CdC) contenant les critères et les exigences permettant d'atteindre cette qualité spécifique.*

La qualification

Le cahier des charges (1)

- **Description du produit** (dans perspective évaluation).
- **Ingrédients et matières premières** (obligatoires, exclues...).
- **Définition du processus de production** : dans toutes les phases (jusqu'à l'emballage final). Interdiction explicite de certaines méthodes.
- **Démonstration de la qualité spécifique liée à l'origine** : lien entre la qualité spécifique et les ressources de la zone géographique (naturelles et humaines).
- **Définition de la zone de production** : distinction zone de production / zone de transformation et conditionnement.
- **Nom(s) du produit et règles d'étiquetage** : Liste des noms du produit IG.
- **Plan de contrôle - système de vérification**

La qualification

Le cahier des charges (2)

- **Le CdC est toujours « sur mesure » : pas comme le « Bio » ou « l'équitable », ou GlobalGAP.**
- **Règles ni complexes ni nombreuses, mais sur éléments qui donnent au produit originalité, typicité.**
- **« qualité spécifique » n'est pas « qualité supérieure »**
- **Il doit être élaboré par (ou avec) les producteurs.**
- **La médiation est très importante, car chaque règle entraîne des exclusions.**
- **Le cahier des charges peut évoluer.**

La qualification

Le système de garantie (ex: café Bali)

- **En fonction du CdC, définition d'un plan de contrôle et de sanctions.**
- **Auto-évaluation par chaque producteur.**
- **Contrôle (annuel) par les groupements de producteurs.**
- **Contrôle par l'organisme gérant l'IG.**
- **Contrôles organoleptiques par groupe de producteurs formés.**
- **Vérification externe par experts ministère.**

La rémunération

- Sans rémunération, pas de durabilité!
- Couvrir coût de production svt + élevé et coût du contrôle
- Un atout: la réputation, à promouvoir et préserver collectivement
- Stratégie collective, éventt structure coll. de promotion / commercialisation

L'organisation de gestion de l'IG

- La nécessité d'une organisation de gestion de l'IG (différente OP filière) pour:
 - Gérer un système de contrôle et faciliter la résolution des conflits;
 - Renforcer la qualité, gérer directement certaines activités (emballage...)
 - Élaborer des stratégies commerciales collectives.
 - Représenter le système IG auprès des autorités;
 - Fournir un forum de discussion...

Les rôles des producteurs

- Prise de conscience du potentiel du produit
- Décrire conditions du produit
- Définir CdC
- Participer système garantie
- Gérer / participer à organisation de gestion de l'IG
- Stratégie collective
- Participer durabilité ressources
- Faire évoluer CdC

IG et producteurs

- Les producteurs et les acteurs locaux, par leurs traditions et leurs compétences, sont à la racine des produits d'origine
- L'implication des producteurs et plus généralement des acteurs du territoire, est une condition du succès et de la durabilité des IG

Quel appui aux producteurs?

- Cadres juridiques et administratifs : enregistrement, sanctions...
- Appuis techniques par administrations, ONG, etc.
- Renforcement des capacités : échanges, visites d'études, jumelages, formation.

Types d'appui éventuels

- a- Sensibilisation des producteurs, renforcement des structures
- b- Appui à la stratégie marketing et actions de promotion
- c- Appui à la préparation du cahier des charges (méthode)
- d- Appui à la définition de l'aire géographique
- e- Appui à l'élaboration des modalités de contrôle
- f- Montage du dossier d'IG

Le développement local durable
n'est pas garanti par
la reconnaissance en IG,
mais une option stratégique
pour la démarche IG
peut y contribuer
à certaines conditions.



http://www.foodquality-origin.org/guide/index_fr.html

<http://www.afd.fr/jahia/Jahia/home/publications/Savoirs-Communs>

Merci de votre attention!

chabrol@cirad.fr



Atelier ONCC-CTA-OriGIn
Yaoundé, 28-30 septembre 2010

Didier CHABROL,
UMR Innovation