

# **Evaluation de la politique de la PAC concernant les appellations d'origine protégées (AOP) et les indications géographiques protégées (IGP)**

## **Résumé**

**La présente étude a été financée par la Commission européenne et réalisée par London Economics en association avec ADAS et Ecologic**

**Les conclusions, recommandations et opinions présentées dans ce rapport reflètent les opinions du consultant et pas nécessairement celles de la Commission européenne**



**Novembre 2008**

# Résumé

## **1. Introduction**

### **1.1 Les objectifs de l'évaluation**

La présente évaluation du système d'appellation d'origine protégée (AOP) et d'indication géographique protégée (IGP) fournit d'abord une description détaillée de la mise en œuvre et de l'usage du système d'AOP et IGP au cours de la période 1992-2006. Ensuite, l'étude évalue l'efficacité du système d'AOP et IGP.

### **1.2 Le système d'AOP et IGP**

Le règlement de l'UE sur les AOPs et IGP (Règlement 510/2006 et son prédécesseur, le Règlement 2081/92) protège au plan européen les dénominations de produits agricoles et denrées alimentaires qui ont un lien étroit avec leur aire géographique de production.

Essentiellement, le règlement vise à empêcher l'usage de dénominations enregistrées à moins que les produits aient été produits dans une certaine aire géographique et selon un cahier des charges.

Cette protection est aussi offerte aux dénominations de produits provenant de pays tiers (pays à l'extérieur de l'UE) si ces dénominations sont elles-mêmes protégées dans leur pays d'origine.

Pour bénéficier de la protection offerte par le système d'AOP et IGP, les producteurs européens doivent introduire une demande d'enregistrement volontaire auprès de leurs autorités nationales tandis que les demandes d'enregistrement provenant de producteurs à l'extérieur de l'UE peuvent être reçues par la Commission des autorités nationales des pays tiers ou directement des producteurs.

Ces demandes doivent inclure un cahier des charges comportant au moins les éléments suivants :

1. une description du produit;
2. la méthode d'obtention du produit;
3. l'aire géographique où il est produit.

En outre, les demandes doivent fournir une justification qu'une certaine caractéristique de qualité, réputation ou autre est liée à l'aire géographique de production.

Si la demande est reçue favorablement et la dénomination est enregistrée, tout producteur qui se conforme au cahier des charges et est contrôlé par un organisme de contrôle ou les autorités nationales peut utiliser la dénomination.

Dans le cas d'une AOP, un lien objectif et exclusif entre les caractéristiques du produit et son aire géographique d'origine doit exister. En outre, toutes les étapes du processus de production doivent avoir lieu dans l'aire géographique délimitée.

Pour un produit IGP, il n'est pas nécessaire que le lien avec l'aire géographique de production soit aussi 'essentiel ou exclusif' mais il doit être causal. En ce sens, il suffit que des caractéristiques ou la réputation du produit puissent être attribuées à cette origine géographique. En outre, il n'est pas nécessaire que toutes les étapes du processus de production aient lieu à l'intérieur de l'aire délimitée (en fait, il suffit qu'une seule étape de la production ait lieu dans l'aire délimitée).

Une fois qu'une dénomination est enregistrée, des autorités administratives dans les États membres veillent au respect du règlement d'AOP et IGP. Ces institutions protègent la dénomination et le droit exclusif d'usage de cette dénomination par les producteurs qui satisfont aux conditions du cahier des charges.

## ***2. La méthodologie d'évaluation***

### ***2.1 La méthodologie***

Selon le cahier des charges, l'étude doit fournir :

1. une description de a) l'évolution du système d'AOP et IGP au cours de la période d'évaluation, y compris le cadre réglementaire et le mécanisme de mise en œuvre; et b) l'utilisation du système au cours de la période d'évaluation, tout particulièrement le type de produits et la valeur / chiffre d'affaire réalisé(e) par les agriculteurs, les producteurs et les détaillants ; et,
2. évaluer l'efficacité du système.

Une restriction clé de l'évaluation du système est le fait, qu'en ce moment, les données sur la mise en oeuvre du système d'AOP et IGP et sur les produits AOP et PGI sont peu abondantes. Typiquement, les États membres ne font pas un suivi des aspects administratifs et statistique du système tels que la valeur ou le volume de production, les ventes et les prix de produits d'AOP ou IGP, etc.

Pour surmonter ce manque de données sur les dimensions économiques du système, la présente évaluation s'appuie dans une grande mesure sur une

série d'études de cas d'AOPs et IGP dans 10 États membres: Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, France, Grèce, Hongrie, Italie, Suède et Royaume Uni. Ces études de cas ont été réalisées par des experts nationaux ayant une expérience considérable de la problématique des AOPs et IGP dans leur État membre de résidence.

Le choix des États membres avait pour but de réaliser un équilibre entre États membres du nord et du sud tout en incluant des États membres scandinaves et un nouveau État membre.

Chaque étude de cas couvre deux produits AOP/IGP et deux produits comparables qui ne sont pas des produits AOP/IGP. Les seules exceptions sont les études de cas pour le Danemark et la Suède qui chacune ne couvre qu'un seul produit AOP/IGP.

Les produits AOP/IGP furent choisis de façon à ce que la distribution par type de produits (fromages, fruits, légumes et céréales en l'état ou transformés, huiles et matières grasses, poissons, mollusques, crustacés et produits dérivés, produits à base de viande, produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie ou biscuiterie, viandes et abats frais (VA), autres produits d'origine animale (œufs, miel, produits laitiers sauf beurre, etc) des produits couverts par les études de cas reflète généralement la distribution par type de produits de tous les produits AOP/IGP. La liste complète de produits couverte par les études de cas est présentée au Tableau 1.

<b>Tableau 1: Liste des produits AOP/IGP couverts par les études de cas</b>			
<b>Pays</b>	<b>Produit</b>	<b>Type*</b>	<b>Produit de comparaison</b>
<b>BE</b>	Fromage de Herve AOP	FR	Wynendale (marque)
	Jambon d'Ardenne IGP	PV	Jambon d'Aoste TM
<b>DE</b>	Lübecker Marzipan IGP	BP	Zentis
	Spreewälder Gurken IGP	FL	Kühne TM
<b>EL</b>	Feta AOP	FR	Fromage blanc qui peut être découpé en cubes provenant de la Grèce ou de l'extérieur
	Sitia Lasithi Kritis AOP	HM	Huile d'olive extra vierge qui n'est pas une AOP (produit avec marque)
<b>ES</b>	Jamón de Teruel AOP	BP	Jambon non certifié
	Turrón de Alicante/ Jijona IGP	BP	Nougat dur générique (pour T. de Alicante) et nougat mou générique (pour T. de Jijona)
<b>FR</b>	Riz de Camargue IGP	FL	Taureau Ailé TM
	Volaille de Bresse AOP	VA	Le Gaulois TM
<b>HU</b>	Szegedi Szalámi AOP	PV	Herz Teli.szalami (Hertz Salami) TM
	Szegedi Fűszerpaprika AOP <sup>1</sup>	A1	Chili-Trade Grounded Paprika TM
<b>IT</b>	Toscana IGP	HM	Huile d'olive extra-vierge provenant de Toscane ou de l'extérieur de la Toscane
	Mela Val di Non AOP	FL	Consortio la Trentina TM
<b>SE</b>	Svecia IGP	FR	Vasterbotten TM
<b>DK</b>	Esrom IGP	FR	Havarti (plusieurs marques)
<b>UK</b>	Jersey Royal Potatoes AOP	FL	Cornish Earlies (plusieurs marques)
	Whitstable Oysters IGP	PM	Lindisfarne Oysters (plusieurs marques)

Notes; (1) Szegedi Fűszerpaprika n'est pas encore un produit d'AOP mais devrait le devenir bientôt. Légendes: Fromages (FR); Fruits, légumes et céréales en l'état ou transformés (FL), Huiles et matières grasses (HM), Poissons, mollusques, crustacés et produits dérivés (PM), Produits à base de viande (PV), Produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie ou biscuiterie (BP), Viandes et abats frais (VA),. Autres produits de l'annexe du Traité (A1).

La première étape de l'évaluation consista en a) la définition des critères de jugement pour un certain nombre de questions d'évaluation pré-définies ; et b) l'identification d'indicateurs pour chacun des critères.

## 2.2 Les sources d'information

La deuxième étape vit la définition d'une stratégie de recherche pour la collecte des données nécessaires pour quantifier les différents critères. Les principales sources d'information pour les études de cas furent :

- a) des enquêtes auprès des producteurs de produits AOP/IGP et de produits comparables;
- b) des enquêtes auprès d'autres intervenants de la chaîne de valeur des AOPs/IGPs (fermiers, industrie agro-alimentaire, groupement de producteurs, négociants et détaillants);
- c) des enquêtes auprès des associations de consommateurs et des autorités publiques ; et,
- d) une enquête spéciale auprès d'un deuxième groupe de producteurs d'AOPs/IGPs et de produits comparables dont les produits ont rencontré des problèmes spécifiques suite à la mise en œuvre du système. Ces problèmes peuvent être reliés aux procédures de demande d'enregistrement et d'opposition, la règle concernant la coexistence, l'étiquetage de produits agro-alimentaires contenant des produits d'AOP/IGP, l'absence d'une liste de produits génériques, etc.

Le tableau 2 donne des informations plus détaillées sur le nombre d'entrevues qui ont été réalisées dans le cadre des études de cas.

<b>Tableau 2: Nombre d'entrevues dans les études de cas</b>	
<b>Nombre de participants aux enquêtes</b>	<b>Nombre</b>
Producteurs (fermiers ou producteurs agro-alimentaires) d'AOPs/IGPs et de produits comparable	77
Intervenants en amont (fermiers) ou aval (producteurs agro-alimentaire)	41
Groupements de producteurs	18
Producteurs dont les produits ont rencontré des problèmes spécifiques	22
Négociants et détaillants	23
Associations de consommateurs	10
Autorités publiques	19

En plus des enquêtes entreprises dans le cadre des études de cas, des fonctionnaires des autorités publiques responsables de la mise en œuvre du système dans les Etats membres ont été sondés sur la mise en œuvre du système et un sondage pan-européen de consommateurs impliquant 16.718 entrevues a été réalisé dans le cadre d'une enquête omnibus entreprise par une des principales sociétés d'études par enquêtes.

L'évaluation tient également compte des conclusions antérieures de la littérature sur les AOPs/IGPs et utilise toutes les données qui sont dans le domaine public.

### 2.3 Les limites de l'évaluation

Tel que déjà noté, la principale méthodologie de recherche utilisée pour l'évaluation sont des études de cas. Le nombre limité de cas ne nous permet pas de tirer des conclusions fermes pour l'ensemble de la population d'AOPs et IGPs. Cependant, des conclusions communes aux différents produits d'AOP et d'IGP couverts par la présente évaluation sont suggestives de conclusions qui probablement s'appliquent plus généralement à l'ensemble de la population des produits d'AOP et IGP.

Ceci étant dit, notre analyse de l'utilisation du système d'AOP et IGP et l'enquête auprès des consommateurs ne sont pas affectées par les mêmes restrictions en termes de représentativité car, par définition, elle couvre soit la population complète dans le cas de l'analyse de l'utilisation du système d'AOP et d'IGP soit un échantillon représentatif de la population dans le cas de l'enquête auprès des consommateurs.

### 2.4 Caractéristiques clés des produits d'AOP et IGP couverts par l'évaluation

Le système d'AOPs et d'IGPs couvre un large éventail de produits différents ayant des caractéristiques différentes. C'est pourquoi nous avons développé un système de classement utilisant six critères différents pour regrouper les produits d'AOP et IGP couverts par les études de cas et examiner plus tard dans l'évaluation s'il existe des différences au niveau de l'impact du système et la mesure dans laquelle les différents objectifs sont réalisés. Les six critères sont les suivants:

1. la longueur de la chaîne de distribution;
2. le degré de maturité du produit;
3. la localisation de la production (régions éloignées ou non-éloignées);
4. le niveau de concentration de la production;
5. le volume de production; et,
6. la présence ou non d'un groupement de producteurs dans la chaîne de valeur.

En tout, parmi les 18 produits d'AOP et IGP couverts dans les études de cas:

- 2 produits sont relativement *nouveaux* (Riz de Camargue et Whitstable Oysters) et les 16 autres produits sont *matures*;

- 5 produits sont produits à *petite échelle* (Fromage de Herve, Riz de Camargue, Szegedi Fűszerpaprika, Toscano et Jersey Royal Potatoes) et les 13 autres produits sont produits à *grande échelle*;
- 2 produits sont principalement commercialisés par *ventes directes* (Szegedi Fűszerpaprika et Whitstable Oysters) tandis que les 16 autres produits sont commercialisés via des *longues chaînes de distribution*;
- 7 produits sont produits dans des *régions éloignées* (Jambon d'Ardenne, Sitia Lasithi Kritis, Jamón de Teruel, Riz de Camargue, Volaille de Bresse, Szegedi Fűszerpaprika et Jersey Royal Potatoes) tandis que les 11 autres produits sont produits dans des *régions non-éloignées*;
- La production de 6 produits n'est *pas concentrée* (Feta, Riz de Camargue, Volaille de Bresse, Toscano, Mela Val di Non et Jersey Royal Potatoes) tandis que la production des autres 11 produits est *concentrée*, c'est-à-dire, moins de 5 producteurs comptent pour 50% et plus de la production totale;
- Finalement, seule une chaîne de valeur de produits d'AOP et IGP, celle du Feta, est caractérisée par *l'absence d'un groupement de producteurs*.

Ainsi, le produit typique dans les études de cas est un produit mature, à production concentrée, à grande échelle et localisée dans une région non-éloignée, et un groupement de producteurs est actif dans la chaîne de valeur du produit AOP ou IGP.

### **3. Les résultats de l'évaluation**

#### **3.1 Mise en œuvre du système**

Une mise en œuvre harmonisée du système d'AOP et IGP au sein de l'UE est un des résultats attendu du règlement 510/2006 (et son précurseur, le règlement 2081/92). Nous n'avons pas trouvé d'évidence suggérant que le cadre réglementaire pour les AOPs et IGP n'est pas clair en soi mais la mise en œuvre du règlement par les Etats membres n'est pas consistante.

En fait, une forte disparité est observée au niveau des institutions responsables pour la promotion et la gestion, le niveau de soutien et les conseils disponibles lors du processus de demande d'enregistrement, la période de temps prévue pour les objections au plan national, et le contrôle du respect du cahier des charges et la mise en œuvre du règlement.

Ceci suggère que la réalisation attendue d'une "harmonisation de la mise en œuvre du système à travers l'UE" n'est pas atteinte.

### **3.2. Usage du système**

Selon l'information disponible en Juin 2008, 779 dénominations avaient été enregistrées comme AOP ou IGP (446 AOPs et 333 IGP). Toutefois, il existe une forte disparité parmi les Etats membres en ce qui concerne le nombre de dénominations enregistrées.

La France et l'Italie ont un nombre de dénominations considérablement plus élevé que tout autre Etat membre. Ces deux Etats membres comptent pour plus de 40% du nombre total de dénominations enregistrées comme AOP ou IGP. Un deuxième groupe de pays, l'Allemagne, l'Espagne, la Grèce et le Portugal totalisent chacun entre 111 et 69 dénominations. Ces six pays comptent pour pratiquement 90% du nombre total de dénominations en ce moment.

Une analyse statistique des causes des différences marquées dans le nombre d'enregistrement d'AOPs et IGP montre, qu'outre la taille du secteur agricole, d'autres facteurs importants sont le niveau d'encouragement et de soutien donnés aux demandeurs d'enregistrement d'une dénomination comme AOP ou IGP, des différences au niveau de la culture alimentaire et la date d'accession à l'UE.

Il existe très peu de données sur la contribution des produits d'AOP et IGP au chiffre d'affaires total du secteur agro-alimentaire. L'information disponible pour quelques pays ayant un nombre élevé d'AOPs et IGP (Allemagne, France et Espagne) indique que la contribution des AOPs et IGP est petite mais néanmoins économiquement significative, comptant pour 1% à 5% du chiffre d'affaires du secteur agro-alimentaire.

### **3.3 L'utilisation de produits d'AOP/IGP comme ingrédients**

L'utilisation et l'étiquetage d'ingrédients dans des produits transformés ne semble pas causer de problèmes pour les producteurs et l'évidence de quelques études de cas (Parmigiano Reggiano, Turrón de Alicante/Jijona et White and Blue Stilton) suggère que l'industrie sait gérer cette question sur une base sur laquelle les producteurs et les industriels de l'agro-alimentaire sont d'accord.

Cette évaluation n'a pas trouvé de cas de jurisprudence au niveau européen sur un litige concernant des produits d'AOP et IGP utilisés comme ingrédients dans des produits transformés (et identifiés comme tels sur l'emballage de ces derniers).

Enfin, il y a seulement une évidence limitée sur le fait que l'étiquetage des produits ayant comme ingrédients des produits d'AOP et IGP peut être à l'origine de confusion chez les consommateurs dans certains cas, mais les données ne sont pas très complètes.

### ***3.4 Raisons pour participer au système d'AOP et IGP***

Les principales raisons avancées par les producteurs interrogés dans les études de cas pour participer au système sont des raisons économiques, telles que le marketing, préserver ou gagner des parts de marché pour assurer la viabilité des entreprises ou leur rentabilité grâce à la protection de l'usage des dénominations ou envoyer des signaux d'assurance de qualité aux consommateurs.

### ***3.5 Impact sur les prix et coûts des producteurs***

Le système d'AOP et IGP génère également des prix plus élevés pour la plupart des produits d'AOP / IGP couverts par les études de cas. Dans 14 des 18 cas, le prix d'un produit d'AOP ou IGP est plus élevé que le prix de son produit de comparaison. La prime au niveau du prix varie de 5% dans le cas de Sitia Lasithi Kritis, Jamón de Teruel (5% dans le cas des agriculteurs, 25% dans le cas des industriels), et Turrón de Alicante/Jijona à 300% dans le cas de la Volaille de Bresse.

Toutefois, la majorité des produits d'AOP et IGP sont plus coûteux à produire que leur produit de comparaison. Dans 10 cas, le coût de production d'un produit d'AOP ou IGP est plus élevé que le coût de production de comparaison et le coût additionnel varie de 3% (Turrón de Alicante/Jijona) à 150% (Volaille de Bresse). Et dans 8 cas, le coût est égal ou légèrement supérieur.

Ces coûts plus élevés reflètent des coûts de production plus élevés, les coûts de certification, et les coûts des groupements de producteurs.

En raison de ces coûts plus élevés, un prix plus élevé ne résulte pas nécessairement en une plus grande marge bénéficiaire. Toutefois, les éléments de preuve recueillis dans les études de cas montrent que les produits d'AOP et IGP sont généralement plus rentables que leur produits de comparaison.

Dans 12 cas, la marge est plus élevée que celle des produits de comparaison et varie de 2% (Turrón de Jijona Alicante) à 150% (Volaille de Bresse). Et, dans 4 cas, la marge d'un produit d'AOP ou IGP est la même que la marge de son produit de comparaison. Dans 2 cas, il n'y a pas d'information sur les marges.

### ***3.6 Les négociants et les détaillants et les produits d'AOP et IGP***

Pour la plupart des négociants et détaillants interrogés dans les études de cas, les produits d'AOP et IGP comptent pour une part très faible de l'ensemble de leurs activités et ils sont considérées comme ayant peu d'importance. Cela est particulièrement vrai pour les grands détaillants. Pour les petits magasins spécialisés et les commerçants qui se spécialisent dans la distribution de certains types de produits, les produits d'AOP et IGP sont plus importants.

Le plus grand avantage est l'amélioration de la réputation qui résulte d'une association avec des produits de haute qualité. Encore une fois, ceci est de plus grande importance pour les entreprises de petite taille ou spécialisées.

### ***3.7 Autres avantages des produits d'AOP ou IGP***

Globalement, une analyse statistique des réponses des participants aux études de cas sur l'effet de la vente de produits d'AOP ou IGP sur la rentabilité, la stabilité, la réputation et l'accès à de nouveaux marchés montre que les producteurs de produits d'AOP ou IGP situés dans des régions éloignées voient de plus grands avantages en termes de rentabilité et la réputation de leur entreprise.

En ce qui concerne les autres aspects du système, l'analyse suggère que les producteurs de produits d'AOP ou IGP produit sur une petite échelle voient un plus grand impact du système en termes de la stabilité de leur activité, alors que les producteurs de produits d'AOP ou IGP produits sur une grande échelle voient un plus grand impact du système en termes de la réputation de leur entreprise.

### ***3.8 Les consommateurs et les produits d'AOP et IGP***

En ce qui concerne les consommateurs, les principaux résultats de l'enquête auprès des consommateurs sur la sensibilisation aux symboles d'AOP et IGP et leur compréhension sont que le niveau de la reconnaissance des symboles AOP et IGP est faible dans l'UE27, et ce même dans les Etats membres avec un grand nombre de produits d'AOP et IGP. À travers l'UE27 seulement 8% des acheteurs ont reconnu un des symboles AOP ou IGP. Cela est conforme aux résultats précédents rapportés dans la littérature et qui concernent la reconnaissance des symboles d'AOP et IGP par les consommateurs.

De plus, il y a confusion quant à la signification des symboles d'AOP et IGP. Parmi ceux qui ont reconnu les symboles d'AOP et IGP, seulement 51% de ceux-ci ont correctement identifié le fait que le produit est produit dans une aire spécifique et seulement 42% ont correctement identifié le fait que les symboles signifient que la « garantie d'origine et la conformité avec le cahier des charges des produits » sont certifiés par un organe de contrôle. En outre, environ un tiers seulement a été en mesure d'identifier le fait que les symboles identifient des produits dont la production doit être réalisée selon un cahier des charges ou dont la qualité est liée à l'aire dans laquelle il est produit.

De plus, environ un quart des répondants croyaient à tort que les symboles d'AOP ou IGP font référence à des produits respectueux de l'environnement (une caractéristique des produits biologiques), ou selon une recette traditionnelle et des traits distinctifs (une caractéristique des produits à spécialité traditionnelle garantie (STG)).

Il convient de noter que l'usage des symboles d'AOP et IGP n'est pas encore obligatoire. C'est seulement après Mai 2009 que les mentions « appellation d'origine protégée » et « indication géographique protégée » ou les symboles de l'UE associés devront figurer sur l'étiquetage des produits originaires de l'UE et commercialisés sous une dénomination enregistrée.

Les associations de consommateurs dans un certain nombre d'États membres et la plupart des négociants et les détaillants ont indiqué que le système d'AOP et IGP peut fournir des informations utiles pour les consommateurs. Toutefois, il n'y a que peu de preuves que, jusqu'à présent, le système stimule la confiance des consommateurs dans les produits à dénomination enregistrée.

### ***3.9 Non-information sur l'origine des matières premières***

L'impact sur le consommateur de la non-information sur l'origine des matières premières dépend entièrement du fait si le consommateur estime que tous les ingrédients dans un IGP proviennent de la région nommée dans la dénomination de l'IGP ou est conscient que des ingrédients provenant de l'extérieur de la région peuvent être utilisés.

La non-information sur l'origine des matières premières utilisées dans les produits d'IGP n'est une préoccupation que seulement dans un petit nombre de pays. Aucun cas traité en cour de justice concernant des plaintes de consommateurs d'avoir été induits en erreur n'a été identifié. Toutefois, les associations de consommateurs en Italie et en Allemagne ont exprimé des préoccupations sur le fait que les consommateurs pourraient être induits en erreur si le fait que certains ingrédients d'un produit d'IGP fabriqué en dehors de l'aire de l'IGP n'est pas explicitement indiqué sur l'emballage du produit d'IGP.

### ***3. 10 Moyens alternatifs de protection de dénominations***

Les moyens de protection autres que les AOPs et IGP pouvant être utilisés par les producteurs sont des marques individuelles et collectives et les marques de certification. La principale différence entre les AOPs et IGP et ces alternatives est le fait que des conditions plus strictes (liées à des caractéristiques particulières d'une région) existent pour demander l'enregistrement d'une AOP ou IGP.

Les réponses des participants aux études de cas indiquent qu'en général, une marque n'est pas considérée comme étant aussi efficace que le système d'AOP et IGP pour protéger une dénomination. Les études de cas montrent aussi qu'une marque est souvent utilisée conjointement avec les indications ou symboles d'AOP ou IGP pour des raisons de commercialisation. A cet égard, une marque est considérée comme un moyen de segmenter le marché et d'établir une image de marque propre au producteur tandis que les

indications ou symboles d'AOP et IGP sont considérés comme envoyant un signal fort de qualité aux consommateurs ainsi que générant des évocations de "terroir". Globalement, les marques et les AOPs et IGP semblent être des compléments plutôt que des substituts.

### *3.11 Assurer des produits de qualité*

L'analyse montre que, dans la plupart des cas, les producteurs de produits d'AOP et IGP croient qu'ils sont de meilleure qualité, et citent notamment des caractéristiques de production et / ou de consommation comme facteurs de qualité. Les associations de consommateurs dans la plupart des pays couverts par les études de cas ont également noté que les produits d'AOP et IGP fournissent une bonne qualité pour leur prix.

### *3.12 Améliorer les revenus des agriculteurs*

Dans notre analyse, nous avons examiné dans quelle mesure les producteurs ayant enregistré des dénominations comme AOP et IGP ont gagné des parts de marché dans les marchés nationaux et internationaux et profité financièrement de la demande pour leur produits d'AOP et IGP.

L'expérience des producteurs concernant les parts de marché sur le marché intérieur et extérieur est très variée pour les différents produits pour lesquels de l'information quantitative ou qualitative est disponible. Dans certains cas, les marchés domestique et externe ont crû (par exemple, Toscano) et dans d'autres cela n'a pas été le cas (par exemple, Riz de Camargue).

Globalement, l'enregistrement et la protection d'une dénomination dans le cadre du système d'AOP et IGP ne garantit pas en soi que les parts de marché vont augmenter. Cette part de marché est susceptible de s'agrandir quand un certain nombre d'autres facteurs sont également présents, notamment:

- L'intention et l'effort (par exemple, une stratégie de marketing) d'augmenter les parts de marché
- Un intérêt de la part des consommateurs
- Une utilisation combinée d'une marque
- Des marchés de niche (ciblant un groupe restreint de consommateurs potentiels)
- Les moyens dont disposent les producteurs pour augmenter leur part de marché (marque collective, bonnes organisations collectives)

En ce qui concerne la répartition des bénéfices et des revenus le long de la chaîne d'approvisionnement des produits d'AOP et IGP, la principale

conclusion de notre étude des résultats des études de cas est que cette répartition varie selon le produit en question.

En bref, les réponses indiquent qu'en général, le système est perçu par les producteurs de produits d'AOP et IGP comme ayant des avantages importants pour les producteurs en termes de réputation. Mais, en moyenne, les réponses notent un plus faible impact sur leur rentabilité, bien que, dans le cas de quelques produits d'AOP et IGP, un impact significatif sur le profit est signalé par les producteurs.

Il s'est avéré impossible d'entreprendre une évaluation quantitative de l'impact du système d'AOP et IGP sur la rentabilité des produits d'AOP et IGP couverts par les études de cas. En raison de la sensibilité commerciale de l'information financière, la plupart des producteurs participant aux études de cas n'ont pas fourni de données sur leurs bénéfices.

Fait intéressant, le système est coté hautement pour un grand nombre d'indicateurs (à savoir, l'impact sur la rentabilité, la stabilité de l'entreprise, la réputation de l'entreprise, et l'accès à de nouveaux canaux de commercialisation) par certains producteurs (en particulier Jamón de Teruel et Jersey Royal Potatoes) et faiblement (moins d'un en moyenne) par les producteurs de Feta. Les producteurs de Toscano sont d'avis que le système est très positif en termes de réputation et de leur accès à de nouveaux canaux de commercialisation, mais pas en termes de rentabilité ou de stabilité de leur activité. Les réponses des producteurs d'autres produits sont plus mitigées.

### ***3.13 Prévention des effets affectant les opérations normales de marché de produits qui ne sont pas des AOPs et IGP, en particulier l'absence de la liste de génériques***

Si, en théorie, il est possible que la protection et les droits attribués aux dénominations de produits protégées en vertu du système d'AOP et IGP puissent affecter les opérations normales de marché des produits qui ne sont pas des produits d'AOP et IGP, l'absence de preuve donne à penser que cela n'a généralement pas été le cas. Cela étant dit, les producteurs d'un produit vendu sous une certaine dénomination qui ne peuvent plus l'utiliser suite à l'enregistrement de cette dénomination encourront des coûts de marketing et d'image de marque pour rétablir leur produit sur le marché.

Il est possible que l'incertitude sur le statut générique d'une dénomination (ou processus) puisse avoir un impact sur les investissements et les décisions de production des producteurs qui ne sont pas sûrs de la nature générique de la (des) dénomination(s) de leur produit(s).

Toutefois, la jurisprudence souligne clairement le fait que toute liste de dénominations génériques serait indicative seulement. Un juge national devra encore décider au cas par cas le caractère générique d'une désignation donnée s'il y a des litiges sur le caractère générique d'une telle désignation. De plus,

la validité d'une telle liste de dénominations génériques peut être contestée à tout moment en vertu de l'article 234 du Traité par un Etat membre ou toute personne légale ou physique directement et individuellement concernée. Par conséquent, l'existence d'une liste ne serait pas susceptible de réduire l'incertitude

### ***3.14 Assurer une plus grande diversité de produits***

Alors que le système d'AOP et IGP a contribué à préserver des produits dont la production aurait pu s'arrêter en l'absence du système, il n'a guère contribué à favoriser l'introduction de nouveaux produits et promouvoir des innovations dans l'industrie.

Selon les producteurs interrogés dans les études de cas, le système a eu peu d'impact global sur la diversification de la production. Une diversification par les producteurs n'est observée que dans un nombre limité de cas où ils ont été en mesure d'introduire de nouveaux produits à la suite d'une meilleure réputation due au système.

### ***3.15 L'augmentation ou le maintien des activités économiques dans les zones rurales***

De nombreux facteurs économiques, sociaux et environnementaux influent sur le développement du tissu économique des zones rurales. Parmi ces nombreux facteurs, le système d'AOP et IGP n'en est qu'un. Par conséquent, son influence est difficile à isoler des autres facteurs.

Dans la pratique, l'évidence limitée des études de cas donnent à penser qu'il existe un petit impact positif et variable parmi les produits d'AOP et IGP, une conclusion qui est cohérente avec le fait que le système n'est que l'un des nombreux, souvent plus importants, facteurs qui sont à la source du développement économique dans les zones rurales.

### ***3.16 Etablir des valeurs culturelles en milieu rural***

Il existe des liens étroits dans la majorité des études de cas entre le produit dont la dénomination est protégée par le système d'AOP et IGP et le patrimoine et la culture (en termes de tradition, événements, associations, etc.) de l'aire dans laquelle le produit d'AOP ou IGP est produit mais il est difficile de déterminer dans quelle mesure le système d'AOP et IGP est responsable de ces valeurs culturelles. Dans de nombreux cas, le lien entre le produit et la situation socio-culturelle de la région prédate l'introduction du système ou les activités socio-culturelles liées à un produit ne sont pas spécifiques au système d'AOP et IGP. Néanmoins, les études de cas donnent à penser que l'existence de produits d'AOP et IGP semble, à tout le moins, renforcer le patrimoine culturel et la valeur de la région de production du produit d'AOP ou IGP.

## 4 Recommandations

Les recommandations suivantes se basent sur les conclusions rapportées ci-dessus.

Le premier fait à noter est le manque de données administratives et statistiques sur le système d'AOP et IGP et les produits d'AOP et IGP. En raison de ceci, l'évaluation présente a dû se baser sur les conclusions d'un nombre limité d'études de cas plutôt que des données couvrant l'ensemble de la population des AOP et IGP.

Tandis que ceci réduit dans une certaine mesure la portée générale des conclusions de l'évaluation, cela signale aussi une lacune qui devrait être comblée afin de permettre un bon suivi du système et de sa mise en œuvre, et de construire une base solide d'évidence qui pourrait informer la politique future concernant les AOPs and IGP.

- **Recommandation 1: Augmenter la disponibilité de données administratives et statistiques concernant le système d'AOP et IGP.** Cette recommandation est adressée à la Commission européenne et aux Etats membres. L'absence de données complètes au niveau des Etats membres sur la gestion du système (telles que, par exemple, le nombre de contrôles, etc.) et de données statistiques sur les produits d'AOP et IGP (telles que le nombre de producteurs de produits d'AOP et IGP, la taille de la surface agricole consacrée à la production de produits d'AOP et IGP et leurs principales composantes (tel que le lait dans la production de fromage), la valeur et volume de la production, la valeur et le volume des ventes de produits d'AOP et IGP dans la marché domestique, dans d'autres Etats membres et à l'extérieur de l'UE) est une restriction sérieuse pour le suivi et l'évaluation du système au plan national et de l'UE.

La Commission européenne devrait considérer développer avec les Etats membres un système de collecte de données administratives et économiques sur les produits d'AOP et IGP afin d'être en mesure de faire un suivi de ce secteur et d'informer le développement de politique futur. C'est l'information au niveau du produit d'AOP ou IGP qui est d'intérêt et non celle au niveau du producteur individuel de produits d'AOP ou IGP. Toutefois, il sera nécessaire de faire la collecte des données au niveau du producteur et, par conséquent, ceci impliquera une collecte de données qui sont commercialement sensibles. C'est pourquoi les organismes nationaux responsables des statistiques agricoles sont les mieux placés pour entreprendre un tel exercice de collecte de données.

En juin 2008, 779 dénominations avaient été enregistrées comme AOP ou IGP (446 AOPs and 333 IGP). Toutefois, il existe une grande disparité dans le nombre de dénominations enregistrées parmi les Etats membres.

L'évidence rapportée dans ce rapport suggère qu'un haut niveau de promotion et d'appui tend à résulter en un plus grand nombre d'enregistrement de dénominations.

Dans la mesure où les producteurs de produits d'AOP et IGP bénéficient du système par rapport aux producteurs de produits similaires sans indications géographiques, il serait de valeur d'investir quelques ressources pour augmenter la prise de conscience du système et de ses bénéfices de la part des producteurs, tout particulièrement dans les Etats membres où le taux d'utilisation du système d'AOP et IGP apparaît plus bas que prévu sur la base de la taille de leur secteur agricole.

- **Recommandation 2: Promouvoir activement le système et un appui plus prononcé des demandeurs d'enregistrement.** Cette recommandation est adressée principalement aux Etats membres bien qu'il y ait aussi une certaine latitude pour la Commission européenne d'entreprendre de telles activités de promotion.

Les résultats de l'enquête pan-européenne auprès des consommateurs sur leur prise de conscience et compréhension des symboles d'AOP et IGP montrent que le niveau de reconnaissance et compréhension des symboles d'AOP et IGP est très faible dans l'EU27. Ceci suggère que l'effet attendu du système d'AOP et IGP «prise de conscience et connaissance des indications et symboles d'AOP et IGP par les consommateurs» n'est pas atteint.

- **Recommandation 3: entreprendre une campagne de communication active pour augmenter la connaissance des consommateurs du système d'AOP et IGP et des symboles d'AOP et IGP.** Cette recommandation est adressée à la fois aux Etats membres et la Commission européenne. Pour qu'une telle campagne soit le plus efficace dans la sensibilisation des consommateurs à travers l'UE et, donc, au profit de tous les producteurs de produits d'AOP et IGP, il serait préférable que cette campagne soit organisée simultanément, ou presque simultanément, dans tous les Etats membres. La campagne d'information pourrait être entreprise par les Etats membres ou la Commission européenne.

La non-information sur l'origine des matières premières dans le cas des produits d'IGP peut parfois créer de la confusion pour le consommateur sur la véritable origine des ingrédients utilisés dans certains produits d'IGP.

- **Recommandation 4: examiner le moyen d'accroître l'information sur les ingrédients de matières premières dans les produits d'IGP, par exemple, en fournissant au moins des informations détaillées sur l'origine des principaux ingrédients sur l'emballage du produit**

**d'IGP.** Cette recommandation est adressée à la Commission européenne. Cela permettrait de répondre aux préoccupations des consommateurs sur la traçabilité et l'origine des ingrédients et éliminer toute confusion potentielle quant à la provenance géographique des ingrédients dans le produit d'IGP. A l'heure actuelle, la question de l'absence d'informations sur la provenance des matières premières utilisées dans les produits d'IGP ne semble pas être une question très importante, en partie parce que la compréhension des consommateurs du système d'AOP et IGP est faible. Toutefois, si la sensibilisation des consommateurs et la reconnaissance des symboles d'AOP et IGP augmentent à l'avenir, le manque d'informations sur l'origine des matières premières utilisées dans les produits d'IGP pourrait devenir une question plus sensible.



**London Economics**

11-15 Betterton Street  
London WC2H 9BP  
Tel: +44 20 7866 8185  
Fax: +44 20 7866 8186  
Email: [info@londecon.co.uk](mailto:info@londecon.co.uk)

London | Brussels | Dublin | Paris | Budapest | Valletta