

FICHES EXERCICE

FORMATION SUR LES PRODUITS DE QUALITÉ LIÉE À L'ORIGINE

OUTILS POUR UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE
VERS DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DURABLES



FICHES EXERCICE

Formation sur les produits de qualité liée à l'origine

Outil pour une démarche participative vers des indications géographiques durables

Cet outil de formation a été conçu conjointement par la FAO et REDD

«Sharing knowledge for ethical and tasty food».

Les fiches contenu sont extraites du guide

«Territoires, produits et acteurs locaux, des liens de qualité».

Auteurs et éditeurs:

Peter Damary

Emilie Vandecandelaere

Auteurs associés et autres contributeurs:

Dominique Barjolle

Corinne Couillerot

Astrid Gerz

Delphine Marie-Vivien

Anna Perret

Florence Tartanac

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés déterminées ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO, aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement les vues ou les politiques de la FAO.

E-ISBN 978-92-5-208040-4 (PDF)

© FAO, 2014

La FAO encourage l'utilisation, la reproduction et la diffusion des informations figurant dans ce produit d'information. Sauf indication contraire, le contenu peut être copié, téléchargé et imprimé aux fins d'étude privée, de recherches ou d'enseignement, ainsi que pour utilisation dans des produits ou services non commerciaux, sous réserve que la FAO soit correctement mentionnée comme source et comme titulaire du droit d'auteur et à condition qu'il ne soit sous-entendu en aucune manière que la FAO approuverait les opinions, produits ou services des utilisateurs.

Toute demande relative aux droits de traduction ou d'adaptation, à la revente ou à d'autres droits d'utilisation commerciale doit être présentée au moyen du formulaire en ligne disponible à www.fao.org/contact-us/licence-request ou adressée par courriel à copyright@fao.org.

Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site web de la FAO (www.fao.org/publications) et peuvent être achetés par courriel adressé à publications-sales@fao.org.

Contenu

REMERCIEMENTS	v
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS	vi
FICHES EXERCICE	1
E 2.A - PLACER LES MOTS LIÉS AUX IG	2
Diagramme logique	2
E 2.B - DIFFÉRENCIER LES IG PARMİ D'AUTRES NORMES ET LABELS	3
Questions	3
E 3.A - JEU DE RÔLE: NÉGOCIER LE CAHIER DES CHARGES	4
Scénario général	4
Cartes des groupes	7
Points à négocier	12
E 3.B Thème 1 - SYSTÈME DE GARANTIE	13
Table ronde sur les points clés	13
E 3.B Thème 2 - SYSTÈME DE GARANTIE	14
Développer un plan de contrôle	14
E 4.A Op. a - JEU DE RÔLE: STRUCTURER UNE ORGANISATION IG	16
Scénario général	16
Cartes de rôle	17
Informations supplémentaires pour l'animateur rural	21
Points à négocier	22
E 4.A Op. b - ANALYSER L'ORGANISATION IG	23
Analyse de votre filière	23
E 4.B Op. a - MARKETING DES PRODUITS IG	24
Analyse du marketing d'IG réputées	24
E 4.B Op. b - MARKETING DES PRODUITS IG	25
Analyse du marketing lié à votre filière	25
E 5.B - ÉTUDE DE CAS: PROMOTION DE PRODUITS IG AVEC UNE STRATEGIE TERRITORIALE ÉTENDUE	27
L'exemple du thé de Boseong en Corée du Sud	27
E 6.A Thème 1 - LES DIFFÉRENTS RÉGİMES DE PROTECTION	30
Questions	30
E 6.A Thème 2 - JEU DE RÔLE: ÉVALUATION D'UNE DEMANDE D'ENREGİSTREMENT POUR LA DRANAS	31
Scénario général	31
Cahier des charges (exemple fictif des bananes Dranas)	33
Résumé de la demande d'enregistrement pour les Dranas AOP	36
Oppositions	37
E 6.B POLITIQUES PUBLIQUES POUR LES IG	38
World Café	38

Remerciements

Cet outil de formation vise à faciliter la conception et la mise en œuvre de formations sur la qualité liée à l'origine et les indications géographiques, à partir du guide pratique «Territoires, Produits et Acteurs locaux, des liens de qualité» réalisé par la FAO et le réseau SinerGI en 2009.

L'élaboration de ce document a bénéficié de la collaboration entre la FAO et le REDD "Sharing knowledge for ethical and tasty food", une organisation spécialisée dans la formation pour le développement rural et les produits de qualité liée à l'origine. Site Internet: <http://redd.pro/fr>

Au sein de la FAO, le présent outil résulte de la coordination entre l'Unité de la Sécurité Sanitaire et du Codex et de la Division des infrastructures rurales et des agro-industries, qui soutiennent le développement de dispositifs et de filières de qualité spécifiques pour contribuer au développement durable.

La FAO remercie le REDD pour sa contribution à l'élaboration de cet outil de formation, en particulier Peter Damary, Dominique Barjolle, Corinne Couillerot, Astrid Gerz, Delphine Marie-Vivien, Anna Perret.

Tous les collègues de la FAO ayant participé à son élaboration sont aussi chaleureusement remerciés, en particulier Emilie Vandecandelaere et Florence Tartanac. Sont aussi remerciés pour leurs précieux commentaires Carlos da Silva, Eva Galvez Nogales, Larissa D'Aquilio.

La FAO remercie le Ministère français de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt pour son appui au programme Qualité & Origine au travers du fonds spécial d'appui à la qualité spécifique (2007-2013), qui a rendu possible la publication de cet outil de formation.



Programme de la FAO sur la qualité liée à l'origine

Certains produits agricoles et alimentaires se différencient par des caractéristiques, une qualité ou une réputation essentiellement dues à leur origine (lieu de production et/ou de transformation). Du fait de leur qualité liée à l'origine et aux ressources naturelles et culturelles locales, ces produits représentent un patrimoine alimentaire. Leur valorisation, notamment au travers d'une indication géographique, permet de contribuer au développement économique et rural et à la préservation de la diversité biologique, culturelle et alimentaire. De telles démarches de valorisation sont relativement récentes et font l'objet de demandes d'appui et de lignes directrices. C'est pourquoi la FAO a lancé en 2007 un programme sur la qualité spécifique liée à l'origine, afin d'appuyer le développement de démarches durables dans ce domaine.

Site Internet: www.foodquality-origin.org



Liste des sigles et abréviations

ADPIC	Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
A0	Appellation d'Origine
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée (terme utilisé en Suisse et en France)
AOP	Appellation d'Origine Protégée (terme utilisé dans l'UE)
B2B	«Business to Business», ou ensemble des relations commerciales entre les entreprises
B2C	«Business to Consumer transactions» ou les relations commerciales entre entreprises et consommateurs ou particuliers
C	Fiche contenu
°C	Degré centigrade
CO2	Dioxyde de carbone
CdC	Cahier des charges
CD	Compact Disk
CTA	Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale
CNRS	Centre National de Recherche scientifique (France)
DPI	Droits de propriété intellectuelle
E	Fiche exercice
F	Fiche formateur
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture,
IFOAM	Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique
IG	Indication Géographique
IGP	Indication Géographique Protégée,
INAO	Institut National de l'Origine et de la Qualité – institut Français chargé de la mise en œuvre de la politique française relative aux produits sous signes officiels d'identification de l'origine et de la qualité
ISO	Organisation internationale de normalisation
ITC	International Trade Center
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
ONG	Organisation non gouvernementale
OriGIn	Organization for an International Geographical Indications Network
PI	Propriété intellectuelle
PME	Petites et moyennes entreprises
REDD	Organisation spécialisée dans la formation pour le développement rural et les produits de qualité liée à l'origine
SINER-GI	Projet de l'UE de recherche internationale sur les indications géographiques
UE	Union européenne

Fiches exercice

Chaque module de formation s'appuie sur la combinaison de fiche(s) "formateur aux fiches "contenu" et "exercice" correspondantes.

Ce livret contient les fiches «exercices» et rassemblent tout le matériel nécessaire aux participants pour mener les activités participatives, c'est-à-dire les questions auxquelles ils doivent répondre, les analyses ou les différents éléments les jeux de rôle (scénario, cartes de rôle, points à négocier...).

Ce matériel, qui peut être adapté par le formateur (sans pour autant omettre d'indiquer la source), pourra être mis à disposition des participants suivant les besoins.

Bonne pratique !

Diagramme logique



© FAO/Rocco Rorandelli

- Produit
- Nom géographique (ou traditionnel)
- Réputation
- Histoire, tradition
- Spécificité
- Typicité
- Terroir
- Ressources locales
- Savoir-faire de production
- Règles de production
- Aire géographique délimitée
- Cadre institutionnel et légal
- Protection légale
- Droit exclusif d'utilisation du nom
- Reconnaissance officielle
- Contrôle et certification
- Autorités nationales
- Autorités régionales
- ONG
- Chaîne de valeur
- Producteurs
- Transformateurs
- Organisation collective des utilisateurs
- Distributeurs
- Passager clandestin (Free rider)
- Usurpateur
- Durabilité
- Acheteurs/consommateurs
- Marketing
- Confiance

DIFFÉRENCIER LES IG PARMİ D'AUTRES NORMES ET LABELS

E 2.B

Questions

1. Placer différentes normes et labels dans le tableau ci-dessous et expliquer pourquoi tel placement.

Critères de différenciation qualitative	Norme privée B2B	Label privé (norme privée B2C)	Label garanti par l'État
Respectueux de l'environnement et des ressources naturelles			
Respectueux du bien-être animal			
Commerce équitable			
Commerce de proximité			
Qualité supérieure			
Respect des normes religieuses/éthiques/individuelles			
Origine géographique			
Autres			
Sécurité en termes d'hygiène			

2. Une fois que les labels sont placés dans le tableau, répondre aux questions suivantes:

- Le label répond-il à un cahier des charges?
- Qui décide du cahier des charges?
- Qui contrôle et certifie ce label?
- Sous quelles formes juridiques est-ce que le label est protégé (marque privée, collective ou de certification, protection spécifique garantie par l'État, etc.)
- Sont-ils business-to-business (B2B) ou business-to-consumer (B2C)?
- Quels sont les marchés pour ce label?

Scénario général

Situation actuelle

Dans les provinces de Tilburn et Tulcum, les producteurs ont développé au fil des générations un produit spécifique à partir d'une variété rare de bananes rouges (*Musa Acuminata Rutilus*) en suivant des techniques de séchage particulières.

Ces bananes rouges séchées, traditionnellement appelées «Dranas» par les petits producteurs, sont bien présentes sur le marché local et sont de plus en plus exportées vers d'autres régions du pays, notamment vers la capitale.

Mais récemment, on a pu observer que certaines bananes sèches étaient conditionnées et vendues dans la capitale comme des bananes rouges séchées de Tilburn, alors qu'elles ne provenaient pas de Tilburn, qu'elles étaient beaucoup plus grosses que la variété pure originale et que leur couleur rouge était obtenue artificiellement. Ces fausses bananes rouges séchées étaient vendues environ à moitié prix.

On a également pu constater que la qualité des bananes rouges séchées diminue, même sur le marché local, et qu'elle varie sensiblement en termes de taux d'humidité, d'acidité et de sucre, mais également que certains de ces produits vendus sont abîmés à cause des attaques provoquées par les insectes.

Description du produit

Les bananes rouges séchées ont la forme de tranches de bananes épluchées de 0,3 à 0,6 cm d'épaisseur, de 1,5 à 2,5 cm de largeur et de 7,5 à 15 cm de longueur (elles deviennent de plus en plus longues). Elles sont partiellement séchées (20 à 25 pour cent d'humidité), et sont rouges sur les bords et de couleur crème en leur centre.

Leur goût est marqué et légèrement sucré. Leur texture est molle et élastique.

Elles sont vendues soit au poids sur le marché, soit en paquet de six ou douze unités, voire plus.

Description du processus de fabrication

Les bananes rouges utilisées sont des petites bananes légèrement courbées qui mesurent entre 8 et 12 cm de long, et dont le diamètre est de 2 à 3,5 cm. Elles appartiennent à la variété *Musa Acuminata Rutilus*, issues du croisement entre la banane plantain traditionnelle et la banane plus populaire, jaune et sucrée. Récemment, de nouvelles variétés hybrides ont été créées, à partir de la *Musa Acuminata Rutilus* et peuvent produire des bananes de la même couleur et plus longues, atteignant 17 cm.

La peau est toujours rouge foncé (voir illustration), tandis que l'intérieur est rouge en surface et blanc à l'intérieur.

Les bananiers sont relativement petits (2 mètres au maximum) et peuvent pousser isolément en petits groupes parmi d'autres arbres, ou en plantations avec une distance d'au moins 2 mètres entre chaque arbre.

Les bananes sont cueillies lorsqu'elles sont mûres et préparées immédiatement après. Leur maturité au moment de la cueillette a une forte incidence sur la qualité du produit final.

La qualité est déterminée par le temps qui sépare la récolte du séchage. La qualité des bananes diminue rapidement si elles ne sont pas séchées dans les 48 heures qui suivent leur cueillette.

Une fois cueillies, elles sont pelées, contrôlées pour vérifier si elles ne sont pas abîmées, puis coupées et séchées.

Elles étaient traditionnellement séchées au soleil, mais actuellement le séchage s'effectue de plus en plus à l'aide de systèmes de chauffage contrôlé.

Elles sont séchées jusqu'à ce que leur teneur en humidité atteigne 20 à 25 pour cent.

Une fois séchées, ces bananes peuvent être emballées ou non.

Les acteurs de la filière

- Les petits producteurs fermiers qui transforment leur production en séchant leurs propres bananes (la plupart possèdent de petites ou moyennes exploitations agricoles mixtes).
- Les grandes exploitations agricoles, basées à Tulcum, qui se spécialisent dans la production des bananes (bananes jaunes et rouges).
- Les intermédiaires qui achètent les bananes séchées en vrac, les transportent et les vendent sur les marchés de la capitale et dans d'autres villes, ainsi qu'aux transformateurs-conditionneurs plus importants ou sur les sites touristiques du pays.
- Les transformateurs-conditionneurs de Tulcum et Tilburn qui achètent les bananes rouges auprès des producteurs pour les sécher et les emballer. Ils peuvent aussi sécher les bananes jaunes.
- Un grand industriel agroalimentaire, basé en dehors des provinces de Tulcum et Tilburn, qui achète les bananes rouges auprès des producteurs de Tilburn et Tulcum, les sèche et les vend sous la marque «Bananes de Tilburn», enregistrée il y a quatre ans. Ces «Bananes de Tilburn» sont un produit haut de gamme.
- De grandes unités de plantation et de transformation, en dehors de Tilburn et de Tulcum, qui ont récemment planté une variété hybride de bananes rouges, les séchent et les vendent dans les principales villes et régions touristiques du pays.

Zone de production

La variété *Musa Acuminata Rutilus* est endémique dans les provinces de Tilburn (qui produit environ 30 pour cent de la production totale) et de Tulcum (qui en produit 70 pour cent).

Les habitants ont mis au point au fil des années un savoir-faire spécifique pour le séchage de ces bananes de variété locale.

Noms et réputation

Localement, elles s'appellent simplement «Dranas» (ce qui veut dire bananes séchées dans le dialecte local) ou «red dried bananas» en anglais (bananes rouges séchées) mais, dans la capitale et le reste du pays, une étude consommateurs a fait ressortir qu'elles sont généralement appelées

«*red dried bananas of Tilburn*» (bananes rouges séchées de Tilburn). Les consommateurs associent également le mot «Tilburn» aux bananes rouges séchées.

On a également remarqué que le mot «Tilburn» associé aux bananes séchées est utilisé pour des bananes séchées qui ne correspondent pas au type traditionnel et ne proviennent pas non plus de la région originale de production. De plus, le terme «Dranas» est associé, par certaines personnes mieux informées, à la ville de Tilburn.

Lien au terroir

Le bananier *Musa Acuminata Rutilus*, de taille réduite et au tronc relativement souple, est particulièrement adapté aux conditions climatiques orageuses des régions montagneuses de Tilburn et Tulcum. Il a été sélectionné il y a environ 150 ans. Ces bananiers rouges résistent aux tempêtes lorsqu'ils sont plantés en petits groupes et mélangés à d'autres arbres et cultures. Après une tempête tropicale, ces arbres sont normalement les premiers à redevenir productifs.

Le sol volcanique fournit aux bananes des minéraux et des oligo-éléments particuliers et spécifiques qui varient cependant d'une région à l'autre. Des études plus approfondies seront nécessaires pour connaître les effets de ces éléments sur le goût et la texture du produit final.

Le séchage des bananes est une tradition qui s'est développée pour contribuer à une alimentation suffisante et variée durant les semaines qui suivent les tempêtes.

Traditionnellement, chaque famille d'agriculteurs possédait son séchoir solaire et régulièrement, la famille élargie se réunissait pour préparer et sécher les bananes rouges. Cette tradition date d'environ 100 ans.



© Thelmadatter

Cartes des groupes

Rôle 1 Producteurs de Tilburn qui transforment leur propre production de bananes

Vous représentez un groupe d'environ 300 producteurs, possédant tous des exploitations familiales diversifiées (en moyenne de 2 hectares de terres montagneuses).

Vous êtes tous basés à Tilburn. La plus grande partie de votre production est destinée à votre propre consommation, mais vous avez quelques récoltes commerciales, notamment des bananes rouges séchées.

Les membres de votre groupe possèdent généralement entre 30 et 60 bananiers de la variété pure (non hybride) de bananes rouges séchées, intercalés avec d'autres cultures, selon le mode traditionnel. Cette production très extensive n'a pratiquement pas besoin de protection contre les ravageurs. Cependant, vous savez qu'en cas d'une attaque de mouches, les bananes séchées finales seront abîmées par des taches et leur goût risque d'en pâtir un peu. Néanmoins, cela ne semble pas gêner la plupart des consommateurs qui les achètent sur le marché local à un prix plus bas. Vous pouvez également les consommer vous-mêmes. Pour éviter les attaques de mouches, vous recouvrez les bananes avec des sacs ou les vaporisez de pesticides lorsque vous avez les moyens.

Vous avez toujours séché les bananes au soleil. Les meilleurs résultats sont obtenus en séchant les bananes à l'ombre pendant au moins 72 heures, en les recouvrant la nuit ou en cas de pluie. Il est cependant parfois difficile de faire sécher les bananes aussi longtemps, en raison des pluies éventuelles. Vous pouvez alors placer les bananes directement au soleil (qui leur fait perdre leur couleur et leur élasticité) ou bien utiliser un feu de bois pour les faire sécher plus rapidement (ce qui leur donnera un goût légèrement fumé).

Pour la partie commerciale, vous vendez ces bananes séchées sur les marchés hebdomadaires, soit directement aux consommateurs (au poids), soit à des intermédiaires qui les revendront dans la capitale et dans d'autres grandes villes du pays. Vous représentez environ 15 pour cent de toutes les bananes rouges séchées vendues sur le marché et vous considérez que vous êtes les uniques producteurs de vraies Dranas traditionnelles.

Vous ne savez pas encore réellement quels sont les avantages que vous tirerez de la mise en place d'une IG, mais vous êtes fiers de vos Dranas, produit spécifique et authentique de la région. Votre groupe a toujours vendu ses bananes sous le nom Dranas et vous avez entendu dire qu'ailleurs dans le pays elles s'appellent également «bananes rouges séchées de Tilburn».

Vous voulez être sûrs de pouvoir continuer à produire de façon traditionnelle, afin de préserver cet héritage, et de vendre vos bananes séchées à la fois sur les marchés locaux et aux intermédiaires, tout en pouvant continuer à les appeler Dranas. Vous aimeriez que les consommateurs soient conscients de la différence entre votre produit authentique et les autres types de bananes séchées.

Rôle 2 Producteurs de bananes fraîches basés dans la province de Tulcum

Vous représentez un groupe varié d'environ 100 producteurs de bananes, tous basés à Tulcum. Vos exploitations mesurent en moyenne de 5 à 10 hectares, et quelques-unes d'entre elles se trouvent dans la vallée. Vos membres produisent de nombreux types de bananes, notamment la variété pure *Musa Acuminata Rutilus* et la variété hybride de bananes rouges. Les méthodes de production utilisées sont le plus souvent rationnelles et modernes, avec des rangées de bananiers plantés tous les 2 mètres.

Vous ne séchez pas vos bananes, vous les vendez toutes fraîches aux conditionneurs. Le prix variera en fonction de la qualité vérifiée par le conditionneur. Vous avez souvent l'impression que le conditionneur dévalorise la qualité de vos bananes afin de les payer moins cher. Mais vos membres n'ont pas d'autre choix que de les vendre à ces conditionneurs.

Récemment, le prix de vos bananes a encore baissé, car les conditionneurs vous disent qu'ils peuvent trouver des bananes rouges dans d'autres provinces à un moindre prix.

Vous garantissez la qualité de vos bananes en utilisant des sacs ou des pesticides pour les protéger contre les mouches. Cependant, l'utilisation de sacs est une activité à fort besoin de main-d'œuvre et l'utilisation des pesticides s'avère coûteuse; il arrive parfois que ces mesures de protection ne soient pas utilisées.

La production de bananes rouges représente environ 20 pour cent de votre revenu.

D'après vos propres recherches, votre groupe représente environ 50 pour cent de la production de bananes rouges qui seront séchées.

Vous savez que depuis maintenant près de 20 ans, vos bananes sont transformées, séchées, puis vendues comme «bananes rouges séchées de Tilburn».

Vous désirez continuer à vendre vos bananes aux conditionneurs et obtenir un meilleur prix pour les bananes de qualité. Vous espérez renforcer votre pouvoir de négociation au sein de la filière, afin de pouvoir négocier de meilleurs prix et conditions de vente pour vos bananes.

Rôle 3 Conditionneurs importants basés à Tulcum et Tilburn

Vous représentez les quatre conditionneurs basés à Tulcum et Tilburn qui achètent et font sécher des bananes rouges depuis de nombreuses années. Vous achetez au moins 90 pour cent de vos bananes auprès des producteurs de la région, mais vous pouvez également trouver des bananes rouges en dehors de la région au cas où vous auriez besoin d'en acheter plus.

Vous représentez environ 70 pour cent de toutes les bananes rouges séchées «authentiques» de Tilburn vendues sur le marché.

Vous possédez des installations modernes de séchage permettant de contrôler la température et associées à des tunnels à air conditionné, ce qui vous permet de produire en permanence des bananes rouges séchées de grande qualité si ces bananes sont bien contrôlées lorsqu'elles arrivent dans l'usine (aucune banane n'est endommagée pour des raisons mécaniques ou par les mouches) et bien préparées. Certains exploitants agricoles vous vendent des bananes qui ne respectent pas les normes de qualité (trop d'attaques d'insectes), vous forçant ainsi à détruire nombre de lots.

Trois des conditionneurs emploient du personnel pour préparer et couper les bananes, et l'un d'entre eux a mécanisé ce processus. Cette mécanisation n'a pas été aisée et ne donne pas toujours les meilleurs résultats, mais elle est beaucoup plus rapide et économique.

Vous conditionnez les bananes séchées et les vendez à travers tout le pays, dans les supermarchés.

Votre analyse de marché montre que de plus en plus de conditionneurs basés en dehors de la région imitent votre produit et l'appellent «bananes rouges séchées», voire même «bananes rouges séchées de Tilburn», sans aucune garantie sur la véritable provenance du produit. Dans certains cas, il est même arrivé que des bananes plantain jaunes, teintées en rouge, aient été vendues sous ces noms !

Vous avez remarqué que certains petits producteurs qui sèchent leurs propres bananes rouges les vendent sans étiquette et risquent de saper la réputation de qualité du produit. Mais vous savez que ces petits producteurs produisent les bananes rouges séchées de manière traditionnelle et authentique (les Dranas), ce qui est important pour l'image du produit, laquelle est essentielle pour votre entreprise.

Il est clair que vous désirez protéger le nom et la bonne réputation des bananes rouges séchées de Tilburn en fixant des normes de qualité. Vous pensez que les bananes rouges devraient être produites uniquement dans l'aire géographique de Tilburn et Tulcum et vous voudriez mettre fin aux imitations produites en dehors de la région. Vous désirez également continuer à tirer profit de l'image d'authenticité et de tradition des bananes rouges séchées.

Rôle 4 Conditionneur basé en dehors de la région

Vous représentez un conditionneur industriel de bananes qui achète des bananes dans tout le pays pour les transformer en copeaux, en flocons et en bananes séchées. Vous produisez également des bananes séchées teintées avec du colorant naturel (bleu, rouge, vert et violet), destinées au marché pour les enfants.

Vous êtes basés dans la province de Protac, sur le côté opposé de l'île, près de la capitale.

Vous avez récemment (il y a trois ans) élaboré un nouveau produit que nous appelez «bananes rouges séchées de Tilburn» pour lequel vous utilisez, autant que possible, les bananes de qualité de Tilburn et de Tulcum. Vous passez donc des contrats avec les agriculteurs de la région et vous les aidez à garantir la qualité des bananes qu'ils produisent pour vous. Pour ce produit haut de gamme, vous avez mis en place un système d'assurance qualité tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Vous avez mécanisé la préparation des bananes, en garantissant que toutes les tranches soient coupées de façon très précise et régulière. Vous disposez des technologies les plus modernes pour le séchage, garantissant ainsi une hygiène parfaite pour votre produit ainsi qu'une couleur régulière et très appétissante. Votre emballage est également produit grâce à une technologie de pointe et il garantit la traçabilité du produit.

Cette ligne de production représente 3 pour cent du revenu de la compagnie. L'idée a été développée par l'un de vos ingénieurs originaires de Tilburn. Vous avez même réalisé un logo figuratif avec les mots «bananes rouges séchées de Tilburn».

D'après vos recherches, votre production représente approximativement 15 pour cent du marché des «bananes rouges séchées de Tilburn». Vous avez commencé à développer une petite filière d'exportation pour ce produit (avec d'autres produits à base de banane).

Votre analyse de marché a fait ressortir que de plus en plus de conditionneurs, également basés en dehors de la région, imitent votre produit et l'appellent «bananes rouges séchées de Tilburn». Vous avez demandé à vos avocats d'étudier comment protéger votre marque et mettre un terme à ces imitations.

Vous savez que des petits producteurs vendent leurs bananes rouges séchées sur les marchés locaux de la région mais mettez en doute la qualité du séchage et de l'hygiène.

Vous désirez clairement protéger le nom et la bonne réputation des bananes rouges séchées de qualité de Tilburn, et désirez pouvoir continuer à commercialiser ce produit haut de gamme.

Rôle 5 L'animateur rural/modérateur

Vous représentez l'animateur rural, employé par les autorités régionales. Vous connaissez les principaux concepts sur l'IG et savez que la protection des Dranas ou des bananes rouges séchées de Tilburn constituera un projet majeur pour le développement de la région. Vous savez également à quel point il est important de réunir toutes les parties prenantes intéressées et de leur permettre de contribuer à cette réunion.

Vous avez déjà présenté le projet de l'IG dans toute la région, et le moment est venu d'entreprendre l'élaboration du cahier des charges. Pour cela, vous avez invité des participants représentant les parties prenantes à lancer les discussions pour l'élaboration du cahier des charges.

Du point de vue des autorités régionales, il est essentiel de produire le plus de valeur ajoutée possible dans la région. Vous serez donc favorable à ce que toute la production agricole, les processus de transformation et le conditionnement soient effectués dans la région. Mais vous êtes également au courant de l'existence d'un transformateur important en dehors de la région. Si les discussions concernant l'aire de production n'avancent pas, vous pourriez suggérer l'adoption d'une période de transition de cinq ans au terme de laquelle toute la production devra avoir lieu dans la région, comme cela a été le cas pendant de nombreuses années.

Votre objectif est de réunir les personnes autour de la table afin qu'elles discutent et proposent des réponses aux questions qui ont été convenues. Vous devez vous assurer que tous les points de vue soient écoutés. S'il est impossible d'arriver à un accord, vous pourriez suggérer que les deux positions soient décrites.

Rôle 6 Le journaliste

Vous appartenez au journal local et avez été invité à la réunion par l'animateur rural. Votre rôle consiste à noter les points de discussion et les éléments sur lesquelles les participants se sont accordés et à les présenter en cinq minutes lors de la session plénière en fin de matinée. (Vous pourrez utiliser pour cela un paperboard ou une présentation PowerPoint.)

Points à négocier

Vous ne devez pas montrer vos cartes aux autres, mais lorsque l'animateur vous le demandera, vous devrez vous présenter, fournir des informations sur qui vous êtes et vos intérêts. Vous pouvez essayer de nouer des alliances avec d'autres parties prenantes et vous devez faire part de votre accord ou de votre désaccord vis-à-vis des propositions présentées par les autres. Vous êtes également encouragé à suggérer des alternatives, à proposer des compromis et à rechercher un consensus.

Définir les premiers éléments du cahier des charges:

- Le(s) nom(s) du produit:** choisissez le nom ou les noms des produits pour lesquels vous demandez la protection IG.

Suggestion: il existe au moins quatre possibilités: 1) Dranas; 2) bananes rouges séchées; 3) bananes rouges séchées de Tilburn; ou 4) bananes rouges séchées de Tilburn et Tulcum. Veuillez choisir l'option (ou les options combinées?) qui selon vous est la plus appropriée, et argumentez votre choix.
- Matière première:** mettez-vous d'accord sur la matière première qui devra être utilisée et sur sa qualité, et définissez-la. Spécifiez quelle matière première ne peut être utilisée.

Suggestion: vous pourriez discuter du type de banane qui devrait être utilisé (uniquement des variétés pures ou également hybrides) et des aspects liés à la qualité, comme la qualité minimale nécessaire, ce qui doit être évité et si des additifs tels que les colorants doivent être permis ou non.
- Définition du processus:** décrire la méthode de fabrication du produit avec l'IG pour toutes les phases du processus de production. Au besoin, introduire l'interdiction explicite de l'utilisation de certaines méthodes.

Suggestion: concentrez-vous sur le traitement pour, par exemple, la coupe et le séchage des bananes.
- Définition de l'aire géographique:** définissez la région où les bananes devraient être produites et traitées, et justifiez vos arguments.

Suggestion: examinez soigneusement si l'aire de production et celle de traitement doivent être identiques ou différentes, et réfléchissez à l'implication de ce choix.

Question facultative (si la différence entre IGP et AOP a déjà été discutée): accordez-vous sur le type de protection (par exemple IGP ou AOP) et justifiez-le.

Table ronde sur les points clés

Nommez un modérateur et un rapporteur.

Vous avez 30 minutes pour discuter les points suivants.

Le rapporteur aura ensuite 5 minutes pour présenter les conclusions en plénière.

Points à discuter

- Quelles sont les trois raisons principales pour développer un système de garantie pour un produit IG?
- Quelles sont les principes essentiels du système de garantie?
- Quels sont les systèmes de certification existants dans votre pays?



Développer un plan de contrôle

Sur la base du cahier des charges qui vous a été distribué:

1. Développez des éléments du plan de contrôle pour aux moins trois critères (articles du cahier des charges) en s'inspirant du tableau ci-dessous (vous avez 45 minutes).

Attention: chaque critère doit correspondre à un article du CdC.

Exemple pour vous aider:

1	2	3	4	5	6
Critère	Éléments à contrôler	Qui effectue les contrôles?	Quels documents?	Moment du contrôle	Fréquence/portée

2. Puis discutez la question suivante: dans votre contexte spécifique, quel système de garantie pourriez-vous proposer en tenant compte du marché visé, des systèmes publics et privés existants, du degré d'organisation des producteurs et des aspects financiers?

1	2	3	4	5	6
Critère	Éléments à contrôler	Qui effectue les contrôles?	Quels documents?	Moment du contrôle	Fréquence/portée
Article 8 1. Les bananes sont pelées à la main	Pelage à la main des bananes	Autocontrôle	Documentation de l'autocontrôle	Pendant la préparation	À chaque pelage Tous les producteurs
		Inspection sur site par l'expert	Rapport de contrôle	Au moment du pelage juste après la récolte	1 fois/2 ans Tous les producteurs

3. Préparez la restitution en plénum. Vous aurez 10 minutes pour présenter vos résultats sur un paperboard ou sous format électronique.



Scénario général

Dans les provinces de Tilburn et Tulcum, les producteurs ont créé une banane séchée spécifique en utilisant une variété très rare de bananes rouges (*Musa Acuminata Rutilus*) et en suivant des méthodes de séchage spécifiques.

Un marché local s'est créé pour ces bananes séchées dont des quantités croissantes sont exportées vers d'autres régions du pays, y compris vers la capitale.

Mais récemment, on a pu observer que certaines bananes séchées, qui ne proviennent pas de Tilburn, étaient conditionnées et vendues dans la capitale comme des bananes rouges séchées de Tilburn. Ces bananes sont par ailleurs beaucoup plus grosses que la variété originale *Musa Acuminata Rutilus* et leur couleur rouge est obtenue artificiellement. Ces fausses bananes rouges séchées sont vendues à moitié prix.

On a pu également observer que la qualité des bananes rouges séchées de Tilburn diminue, même sur le marché local, et que les caractéristiques des bananes séchées mises sur le marché tendent à varier entre elles, avec des variations du taux d'humidité, d'acidité et de sucre, et que certains produits vendus sont clairement attaqués par les insectes.

Les Dranas, telles que les appellent les familles de Tilburn et Tulcum qui produisent ces bananes séchées traditionnellement depuis plus de 150 ans, font partie de l'identité culturelle de la région et constituent un élément important de la cuisine locale.

Les autorités municipales ont pris conscience de l'intérêt de valoriser et protéger les Dranas par une indication géographique, afin d'améliorer la commercialisation des Dranas et les revenus locaux. Elles ont donc engagé une campagne de sensibilisation autour de cette possibilité de développer une IG et ont activement sollicité les acteurs de la filière pour les mobiliser dans cette entreprise, au travers de plusieurs réunions avec leurs différents représentants.

Le développement d'une IG pour les Dranas est globalement bien soutenu par les acteurs, mais des questions doivent encore être résolues. L'une d'elles consiste à savoir quelle organisation devra être mise en place pour finaliser le cahier des charges et faire avancer la demande de reconnaissance.

La municipalité a convoqué une réunion de toutes les parties prenantes afin de poser les premiers fondements de cette organisation.

Vous êtes l'une des parties prenantes invitées à cette réunion.

Cartes de rôle

Daniel

Vous êtes un agriculteur traditionnel, provenant du petit village de Bidem, près du principal site touristique de la région. Avec votre famille, vous produisez depuis de nombreuses années des bananes rouges séchées, les Dranas, sur votre exploitation agricole.

Vous vendez une bonne partie de ces bananes sur le marché et souvent aux touristes.

D'après vous, une organisation devrait:

- mieux promouvoir les Dranas et obtenir un meilleur prix pour votre produit sur le marché (un forum pour discuter des prix);
- fournir un meilleur soutien à votre production (conseils et prêts de faveur).

Mais vous craignez:

- d'être inspecté et de devoir déclarer toutes vos ventes;
- que les «puissants» (les producteurs-conditionneurs industriels) imposent leurs points de vue, voire qu'ils vous empêchent de vendre vos Dranas traditionnelles.

Doris

Vous êtes un agriculteur traditionnel provenant du village de Geno, qui est très éloigné de la ville principale et du site touristique. Votre exploitation agricole est très diversifiée, et vous produisez quelques bananes rouges que vous vendez aux intermédiaires locaux ainsi qu'à James, votre voisin. Vous séchez également certaines de ces bananes, qui servent principalement à votre consommation domestique.

Le prix de vos bananes rouges varie énormément d'une semaine à l'autre et il arrive même que l'intermédiaire refuse d'en acheter, sous prétexte qu'elles ne sont pas de bonne qualité.

D'après vous, une organisation devrait:

- mieux promouvoir les Dranas afin qu'elles obtiennent de meilleurs prix;
- fournir un forum pour discuter des prix des bananes crues et obtenir des prix plus élevés et stables pour vos bananes;
- permettre de comprendre pourquoi vos bananes sont parfois refusées;
- fournir des conseils techniques.

Mais vous craignez que votre voix et celle d'autres agriculteurs ne soient pas entendues dans une organisation qui inclut les producteurs-conditionneurs industriels.

James

Vous êtes un agriculteur et intermédiaire possédant un petit camion. Vous vivez dans le village de Geno qui est assez éloigné de la ville principale. Vous produisez vos propres bananes rouges et en achetez un peu à vos voisins pour les vendre aux sociétés agroalimentaires de Tilburn. Vous gagnez un peu d'argent grâce à la marge entre le prix d'achat et le prix de vente de vos bananes.

Étant donné que le prix que vous obtenez pour vos bananes varie beaucoup, vous devez adapter le prix auquel vous les achetez à vos voisins. Mais le plus difficile dans le métier d'intermédiaire est de rendre aux agriculteurs voisins des lots entiers qui ont été refusés par les sociétés agroalimentaires.

D'après vous une organisation devrait permettre:

- d'obtenir des prix plus élevés et plus stables pour vos bananes et celles de votre communauté;
- de comprendre pourquoi vos bananes sont parfois refusées;
- de discuter de la qualité, de la quantité et des prix avec les acheteurs.

Vous craignez qu'avec la création d'une organisation, vous perdiez votre rôle de transporteur et de fournisseur aux sociétés agroalimentaires, c'est-à-dire d'intermédiaire, car les acheteurs pourraient discuter des prix et établir des contrats directement avec les producteurs.

Robin

Vous êtes un producteur de bananes jaunes et rouges. Vous vendez vos bananes rouges fraîches directement à la société agroalimentaire de Tilburn qui appartient à M. MacDave, avec qui vous avez un accord tacite à long terme. Cependant, vous n'avez aucune influence sur les prix. Il existe d'autres acheteurs qui proposent parfois des prix plus élevés, mais vous n'êtes pas sûr qu'ils soient fiables.

Vous êtes membre de la coopérative agricole pour la fourniture d'intrants.

Vous espérez que l'organisation contribuera à:

- obtenir de meilleurs prix pour les Dranas, à travers une meilleure promotion;
- regrouper les producteurs de bananes pour négocier les prix et les volumes.

Vous craignez:

- de perdre vos relations privilégiées avec M. MacDave;
- d'avoir à respecter des conditions plus sévères de production des bananes (vous avez appris qu'un cahier des charges sera «imposé»), et d'être contrôlé par un inspecteur;
- que les «acheteurs» contrôlent l'organisation.

Rebecca

Vous êtes productrice de bananes rouges et vous êtes l'une des 50 membres de la coopérative de transformation des bananes rouges en Dranas, dirigée par Mme Day. Vous vendez toutes vos bananes à travers cette coopérative, et le prix obtenu est généralement satisfaisant. La coopérative vend une partie de ses bananes sur le marché du commerce équitable.

Vous espérez que l'organisation:

- améliorera la commercialisation des Dranas;
- fournira un certain soutien technique à la fois pour la production et le traitement des bananes.

Vous craignez que:

- l'organisation fournisse les mêmes services que la coopérative;
- la coopérative perde une partie de son autonomie.

M. McQueen

Vous êtes le propriétaire de la plus grande société agroalimentaire, celle située en dehors des provinces de Tilburn et Tulcum. Vous achetez vos bananes rouges aux producteurs locaux, puis vous les séchez en utilisant des techniques modernes et efficaces, vous les emballez et les vendez dans la capitale et dans d'autres régions du pays. Vous possédez votre propre marque «Bananes séchées de Tilburn». Vous avez établi des relations de confiance à long terme avec de nombreux producteurs, mais vous n'êtes pas toujours satisfait de la qualité, ni de la régularité des quantités fournies par ces fournisseurs. Cependant, vous considérez que votre contribution au développement local est importante.

Vous espérez que l'organisation:

- améliorera la commercialisation des Dranas ou des bananes rouges séchées de Tilburn qui sont le fleuron de la région;
- apportera un soutien technique aux producteurs de bananes, afin qu'ils améliorent la qualité et la régularité de leurs produits;
- améliorera et vérifiera la qualité des bananes rouges séchées des autres conditionneurs;
- luttera contre les imitations et l'usurpation du nom «Bananes séchées de Tilburn» pour des produits qui n'ont rien à voir avec les véritables bananes rouges séchées.

Vous craignez:

- d'avoir à partager la réputation des bananes rouges séchées de Tilburn, ou Dranas, avec celle d'autres conditionneurs dont la qualité n'est pas toujours très satisfaisante;
- que vous et d'autres conditionneurs, qui connaissez le marché et traitent des volumes beaucoup plus importants, ne soyez mis en minorité par tous les petits exploitants agricoles, lors des prises de décision.

Mme Day

Vous dirigez la coopérative de transformation des bananes rouges en Dranas, composée de 50 membres et à laquelle appartient Rebecca. Vous transformez les bananes de vos membres et les commercialisez. La coopérative a bien sûr pour objectif de maximiser les revenus de ses membres. Bien que vous réussissiez normalement à obtenir de bons prix pour vos membres, les flux de trésorerie sont toujours difficiles.

Vous espérez que l'organisation:

- améliorera la commercialisation des Dranas, l'orgueil de la région;
- apportera un soutien technique à la fois à la production et au traitement des bananes;
- permettra d'avoir accès à un soutien du gouvernement pour des crédits flexibles qui faciliteront les flux de trésorerie.

Vous craignez que:

- l'organisation ne propose les mêmes services que la coopérative;
- les grandes sociétés agroalimentaires obtiennent des informations sur votre stratégie de marketing;
- une partie des financements gouvernementaux devant soutenir les actions collectives soient détournés de la coopérative.

M. Bond

Vous dirigez une société agroalimentaire basée à Tulcum, qui produit des Dranas. Vous achetez n'importe quelles bananes rouges mises sur le marché à un prix raisonnable. Vous séchez, emballez et vendez les bananes sur le marché national en les nommant «bananes rouges séchées». La qualité des bananes vous cause quelques problèmes que vous compensez à travers leur traitement.

Vous pensez que rien de bon ne pourra être tiré de l'IG ou de l'organisation, mais si elle doit être créée vous ne voulez en aucun cas que la majorité des paysans «incultes» vous imposent leurs décisions.

Mme Hood – animatrice

Vous êtes une animatrice rurale, employée par les autorités régionales. Vous connaissez les principes de l'IG et savez que la protection des Dranas ou des bananes rouges séchées de Tilburn constituera un projet important pour le développement de la région. Vous savez également à quel point il est important que toutes les parties prenantes intéressées soient réunies et qu'elles puissent contribuer au projet.

Votre objectif consiste à faire en sorte que toutes les personnes autour de la table des négociations s'accordent sur les objectifs de l'organisation et sur la façon dont les décisions seront prises. Pour vous aider dans ce sens, nous avons préparé des informations supplémentaires.

Informations supplémentaires pour l'animateur rural

Il est recommandé de réunir tous les participants autour de la table et de leur demander de se présenter et de décrire ce qu'ils attendent de l'IG (et non de l'organisation).

Puis vous pouvez discuter des objectifs que, selon eux, l'organisation devrait atteindre. Vous pouvez suggérer des éléments de l'encadré ci-dessous relatif à des exemples d'activités et de services que l'organisation pourrait offrir (extrait du guide *Territoires, Produits, Acteurs locaux, des liens de qualité*, encadré page 98).

EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET DE SERVICES QUE PEUT FOURNIR L'ORGANISATION IG

Règles et contrôles

- Élaborer les règles locales (CdC) et les adapter au fil du temps.
- Gérer un système de contrôle interne et réduire les coûts de la certification en réalisant des économies d'échelle et en gérant les relations avec l'organisme de certification externe le cas échéant.
- Faciliter la résolution des conflits et fournir un arbitrage en cas de conflit portant sur le CdC: une commission de représentation objective peut décider si les pratiques sont compatibles ou non avec le CdC.

Production

- Renforcer la qualité du produit IG en apportant une assistance et des informations techniques, afin de faciliter l'introduction des innovations.
- Gérer directement certaines activités de production, comme la transformation finale, la classification ou l'emballage du produit.
- Réduire les coûts individuels des services que la plupart des petites sociétés ne peuvent habituellement pas s'offrir à titre individuel, par exemple R&D sur le produit, conseils techniques, informations sur la qualité et les volumes du produit IG et de ses concurrents.

Commercialisation

- Renforcer la marge de négociation des producteurs locaux dans la filière. L'organisation IG peut accueillir des négociations structurées sur la qualité et les plus-values sur les prix entre les différentes catégories professionnelles.
- Élaborer des stratégies commerciales collectives, même si un grand nombre de responsabilités, comme la force de vente, la relation client, la fixation des prix et la distribution, reste celles de chaque entreprise.
- Développer des actions collectives pour réduire les coûts (par exemple recherches et informations sur les marchés, projets de promotion pour renforcer la visibilité sur le marché).

Coordination, représentativité et pérennité

- Représenter le système IG dans le dialogue avec les acteurs externes, en particulier avec les autorités publiques en charge des politiques IG.
- Faciliter l'accès aux entreprises qui souhaitent bénéficier du dispositif de protection IG.
- En interne, développer la confiance entre les producteurs et les transformateurs qui partagent l'utilisation de l'IG.
- Fournir un forum où discuter des problèmes et des opportunités associés à l'utilisation de l'IG.
- Améliorer la coordination entre les producteurs et entre les différentes étapes de la filière, afin de la rendre plus efficace et de mieux positionner les acteurs de la filière par rapport à la concurrence.
- Faire des propositions pour orienter l'évolution du système IG afin de garantir sa pérennité économique, sociale et environnementale.

Une fois que la majorité des participants se seront accordés sur le rôle de l'organisation, vous devrez présenter une structure de gouvernance qui tiendra compte des préoccupations des participants, grâce auquel ils se sentiront représentés et qui ne sera pas contraire à leurs intérêts.

Points à négocier

Vous ne devez pas montrer votre carte de rôle aux autres, mais lorsque l'animateur vous le demandera, vous devrez vous présenter, fournir des informations sur qui vous êtes et vos intérêts. Vous pouvez essayer de nouer des alliances avec d'autres parties prenantes et vous devez faire part de votre accord ou de votre désaccord vis-à-vis des propositions présentées par les autres. Vous êtes également encouragé à suggérer des alternatives, à proposer des compromis et à rechercher un consensus.

1. S'accorder sur les rôles de l'organisation:

- Quels doivent être les rôles et les objectifs de votre organisation?
- Quelles doivent être les premières tâches de l'organisation?

2. S'accorder sur la structure de l'organisation:

- Quels sont ceux qui peuvent y adhérer en tant que membres?
- Quels doivent être les organes décisionnels, les structures de l'organisation?
- À qui revient le droit de vote?
- Qui doit être représenté dans les organes décisionnels?
- Quelle structure professionnelle doit être adoptée?
- Comment l'organisation sera-t-elle financée afin que les membres puissent remplir les rôles qui leur ont été attribués?
- Quels seront les droits de participation et comment seront-ils distribués entre les membres?

Analyse de votre filière

1. Nommez un modérateur et un rapporteur

2. Travaillez en groupe sur les points suivants (vous avez 1 heure):

Les acteurs en présence

- Identifiez les groupes d'acteurs de votre filière et notez-les sur des Post-it.
- Notez si le groupe contribue de manière directe à la qualité du produit IG.
- Notez si ces groupes bénéficient déjà d'une organisation représentative ou non (le cas échéant, nommez cette organisation).
- Collez ces Post-it sur une grande feuille et dessinez des flèches entre ces acteurs selon les relations commerciales entre les groupes d'acteurs (qui vend à qui?).
- Puis analysez les objectifs des différents groupes. Quelles sont les intérêts communs et quels peuvent être les points de divergence?
- Identifiez quels groupes doivent absolument être représentés dans l'organisation IG.
- Pouvez-vous identifier des «leaders» dans la communauté des acteurs de la filière qui pourraient aider à fédérer autour de l'IG?

Structuration de l'organisation

Sans vous substituer aux acteurs locaux, imaginez:

- les structures décisionnelles futures qui permettront à tous de se sentir représentés;
- les responsabilités et rôles à déléguer à l'organisation collective;
- les sources possibles de financement pour permettre à l'organisation de remplir ces rôles.

3. Préparez la restitution en plénum. Vous aurez 10 minutes pour présenter vos résultats sur un paperboard ou sous format électronique.

Analyse du marketing d'IG réputées

En petits groupes (deux à trois personnes par groupe) autour d'ordinateurs avec accès à Internet. Vous avez 1 h 30 pour ce travail.

1. Nommez un rapporteur.

2. Travail de groupe sur le «marketing stratégique»

Étudiez et analysez deux à trois sites Internet d'IG fortes (par exemple ceux du gruyère, du comté, du champagne, des pruneaux d'Agen, etc.). Selon vous:

- Quelles caractéristiques du produit/de la filière sont mises en avant?
- Quels sont les segments de marchés visés?
- Quelle image du produit est protégée?
- Quels sont les «services» présentés?
- Est-ce que l'ensemble vous semble cohérent?

3. Travail de groupe sur le «marketing mix»

Pour un des produits que vous venez d'étudier, définissez le marketing mix en répondant aux questions suivantes au mieux de votre connaissance.

Produit:

- Quelles sont les caractéristiques du produit?
- Quel est le type de packaging et autres services utiles?
- Quelle information (y compris les logos) est indiquée sur les labels?

Prix:

- Quel est le prix moyen des produits similaires (ou comparables)?
- Quel est le prix (en relation avec ce prix moyen) visé par votre produit?

Distribution:

- Quels sont les marchés visés (régional, national, international) et comment les atteindre?
- Y a-t-il un type de commerce à privilégier et, si oui, pourquoi?

Communication/promotion:

- Quelles sont l'image et les valeurs principales à transmettre aux consommateurs?
- Quels sont les liens à établir entre la stratégie de communication collective et celles des entreprises?

4. Préparez la restitution en plénum

Vous aurez 10 minutes pour présenter vos résultats sur un paperboard ou sous format électronique.

Analyse du marketing lié à votre filière

1. Nommez un modérateur et un rapporteur.

2. Mettez-vous d'accord sur le choix de la filière IG à étudier (filière que les membres du groupe connaissent tous).

3. Travail de groupe sur le «marketing stratégique»

Vous avez 1 h 30 pour discuter les points suivants:

- Quelles sont les caractéristiques du produit et de la filière?
- Quelles sont les caractéristiques du marché?
- Quels sont les objectifs et la vision stratégique de la filière?
- Qui sont les concurrents (produits, entreprises)?
- Comment les consommateurs peuvent-ils être regroupés? Quels segments de marché peuvent être identifiés?
- Quels sont les différents besoins et caractéristiques sur chaque segment? Le produit est-il en phase avec ces aspects?
- Quels messages (image) devriez-vous communiquer aux consommateurs?

4. Travail de groupe sur le «marketing mix»

Définissez votre marketing mix en répondant aux questions suivantes au mieux de votre connaissance.

Produit:

- Quelles sont les caractéristiques du produit?
- Quel est le type de packaging et autres services utiles?
- Quelle information (y compris les logos) est indiquée sur les labels?

Prix:

- Quel est le prix moyen des produits similaires (ou comparables)?
- Quel est le prix (en relation avec ce prix moyen) visé par votre produit?

Distribution:

- Quels sont les marchés visés (régional, national, international) et comment les atteindre?
- Y a-t-il un type de commerce à privilégier et, si oui, pourquoi?

Communication/promotion:

- Quelles sont l'image et les valeurs principales à transmettre aux consommateurs?
- Quels sont liens à établir entre la stratégie de communication collective et celles des entreprises?

5. Préparez la restitution en plénum.

Vous aurez 10 minutes pour présenter vos résultats sur un paperboard ou sous format électronique.



ÉTUDE DE CAS: PROMOTION DE PRODUITS IG AVEC UNE STRATEGIE TERRITORIALE ÉTENDUE

E 5.B

L'exemple du thé de Boseong en Corée du Sud

Contexte général

D'après la loi sur le contrôle de la qualité des produits agricoles adoptée en 1999 pour la mise en œuvre de l'accord OMC/ADPIC, le thé de Boseong a été la première indication géographique protégée en Corée du Sud, créée en 2002. Grâce à une stratégie promotionnelle lancée par les autorités publiques conjointement avec les producteurs, le tourisme lié au thé vert constitue l'une des sources les plus importantes de revenus pour le pays.

1. Protection de l'indication géographique en Corée

La Corée a adopté sa loi sur le contrôle de la qualité des produits agricoles en 1999 afin d'appliquer les articles sur les indications géographiques stipulées par l'accord OMC/ADPIC. L'objectif principal de cette loi consistait à améliorer la qualité de produits locaux spécifiques et à relever le niveau des revenus des producteurs. Cette loi visait également à fournir aux consommateurs des informations précises sur la qualité du produit. Le Service national de gestion de la qualité des produits agricoles, qui relève du ministère de l'Agriculture, est chargé de l'administration des indications géographiques.

2. Développement du thé vert de Boseong

La culture du thé vert commença en Corée à l'époque de la dynastie Silla (du VII^e au Xe siècles), mais son implantation plus récente à Boseong date de 1939. Dès lors, les universités locales et les instituts de recherche se sont efforcés d'améliorer les méthodes de production, le développement de l'agriculture biologique et les moyens d'augmenter la valeur ajoutée des produits. Par ailleurs, les journaux et la télévision ont fait connaître les effets médicaux bénéfiques du thé vert de Boseong. Cela a permis à l'industrie du thé vert de Boseong de se transformer en une activité intégrée qui inclut l'agriculture, la transformation et le tourisme.

Depuis la création de l'indication géographique, la réputation et l'attrait pour le public de la région de Boseong se sont notablement accrus. Lors d'une enquête (Suh et MacPherson, 2007), les producteurs et les fonctionnaires locaux ont ainsi convergé dans leurs réponses:

«Depuis l'apparition de l'indication géographique, le nombre de touristes visitant Boseong s'est accru sensiblement, car l'image de la localité s'est améliorée. Depuis 1999, une hausse de près de 300 pour cent du nombre de touristes se rendant à Boseong a été enregistrée. L'expansion des parcelles de thé vert qui a suivi l'utilisation de l'indication géographique a fait de Boseong une destination touristique de plus en plus populaire pour les Coréens. Les parcelles disposées en terrasses, recouvertes de feuilles de thé vert ont souvent servi de scènes pour nombre de films, téléfilms et publicités.»

De plus, d'après les résultats d'une enquête effectuée en 2004 par l'Organisation coréenne du tourisme, Boseong est la destination touristique préférée des Coréens. Cela confirme que l'indication géographique joue un rôle important non seulement pour la commercialisation du produit, mais aussi pour la promotion du territoire. En d'autres termes, l'indication géographique contribue à améliorer l'image du territoire tout autant que celle du produit.

Le gouvernement local a tiré profit de l'amélioration de l'image du territoire pour développer de nombreuses initiatives touristiques liées au thé vert, telles que le festival du thé vert, la station touristique du thé vert et des excursions en train dans les parcelles de thé vert de Boseong. Cela a eu pour conséquence de faire augmenter rapidement le nombre de touristes visitant Boesong, qui est passé de 14 000 en 1990, à 400 000 en 1995, à 2,8 millions en 2000 et à 5,5 millions en 2004. L'aspiration accrue au bien-être permet à la Corée de se servir de l'indication géographique pour lier efficacement l'image du produit et de ses bénéfices à celle du territoire, en y associant l'indication géographique.

Le gouvernement local promeut également une variété de programmes liés au thé vert afin d'amplifier l'effet de synergie (Suh et MacPherson, 2007). Il essaye par exemple d'encourager les touristes se rendant dans la région à boire du thé vert dans les cafés, à manger des aliments à base de thé vert dans les restaurants et à acheter des services à thé dans les boutiques.

3. Le festival du thé vert de Boseong

Chaque année depuis 1974, le festival du thé vert de Boseong est organisé au début du mois de mai pendant cinq jours dans un palais des festivals construit en face de la plus ancienne et principale plantation de thé, le Daehan Dawon, la plus grande exploitation agricole établie en 1939. La production de thé est une tradition très ancienne en Corée, mais n'a commencé que récemment à Boseong qui détient désormais la première place pour la culture du thé. D'après le Bureau du tourisme coréen, certains des événements les plus populaires du festival, qui sont généralement organisés dans les plantations de thé vert, sont les programmes pratiques tels que la cueillette des feuilles de thé, la préparation du thé et la dégustation de thé vert. À noter que tous les médias sont présents. D'autres événements tels que l'exposition et la vente de thé, et nombre de célébrations, ont également lieu durant la période du festival. Il existe un site Web spécifique avec toutes les informations en coréen sur le festival.

Ce même palais contient également un musée permanent du thé vert, très pédagogique, proposant des explications détaillées sur les différentes méthodes de culture du thé dans le monde, les différentes façons de le sécher et les différentes manières de le consommer dans les pays produisant et/ou buvant du thé. Une salle est spécialement consacrée aux différentes certifications et un panneau explique que le thé vert de Boseong a été enregistré en janvier 2002 comme indication géographique par la municipalité qui a également enregistré une marque collective. Un autre panneau décrit le système de contrôle de qualité.

De nombreux visiteurs se rendent au festival et visitent les plantations de thé à cette époque, au début du printemps. De nombreuses brochures (en coréen, en anglais, en japonais et en chinois) sont distribuées, à propos du festival du comté de Boseong et de la plantation de thé. Ils présentent Boseong comme un lieu romantique en soulignant ses attractions naturelles. Cependant, il faut noter que ces brochures ne mentionnent pas l'IG, celle-ci n'étant peut-être pas perçue comme un concept embrassant la notion de terroir.

De nombreux bus scolaires visitent également le festival, et des étudiants des beaux-arts sont invités à peindre les merveilleux paysages des plantations de thé.

Le festival permet bien sûr aux producteurs de vendre leurs produits sous des tentes installées pour le festival, proposant du thé vert de Boseong avec l'IG mais aussi d'autres thés sans l'IG Boseong et moins chers, ainsi que de nombreux produits dérivés, tels que des savons et autres produits de beauté, des produits alimentaires tels que des gâteaux, de la pâte de riz au thé vert, de la glace au thé vert et même de l'huile extraite du thé vert.

Enfin, des cérémonies du thé sont organisées pour les touristes qui, en fin de journée, peuvent se plonger dans un bain de thé au sauna. Le thé vert est donc véritablement le joyau de la culture de Boseong.

Référence

Suh, J. and MacPherson, A. 2007. The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of 'Boseong' green tea. *Area*, 39(4): 518-527.



©Delphine Marie-Vivien

Questions

1. Répondez aux questions suivantes:

- Quels sont les outils juridiques disponibles pour protéger une IG dans votre pays?
- Existe-t-il d'autres droits de propriété intellectuelle devant être pris en compte pour votre produit?
- Qu'attendez-vous d'une protection juridique de l'IG?
- Existe-t-il un groupe de producteurs représentatifs du système IG prêt à déposer une demande de reconnaissance et de protection juridique de l'IG?

2. Complétez le tableau ci-dessous.

Analysez et listez dans le tableau les opportunités offertes par les différents moyens de protection juridique par rapport aux objectifs de l'action collective (les éléments dans le tableau sont donnés à titre d'exemple).

Objectifs	Obligations, opportunités et contraintes des moyens juridiques		
	Marque collective/de certification	Enregistrement <i>sui generis</i>	Autre
Lutter contre les imitations basées sur une forme distinctive.	Difficile d'obtenir une protection sur la forme via une marque commerciale.	La forme distinctive peut être décrite dans le cahier des charges.	Brevet?
Accéder à des marchés éloignés dans d'autres pays (développés).	Coûts élevés du suivi des usurpations et imitations dans les États tiers.	Protection publique de l'IG reconnue (par exemple au travers de l'Arrangement de Lisbonne ou d'accords étatiques bilatéraux).	
Mettre en place une gestion collective de la filière.	La puissance d'une organisation collective est liée au degré de protection accordée.	Besoin d'établir une organisation efficace pour gérer l'IG après son enregistrement.	

JEU DE RÔLE: ÉVALUATION D'UNE DEMANDE D'ENREGISTREMENT POUR LA DRANAS

E6.A
Thème 2

Scénario général

En enregistrant une IG, les autorités publiques octroient un droit d'utilisation exclusif d'un nom à une communauté définie. Par définition, ceci implique que certains producteurs n'auront pas (plus) le droit d'utiliser le nom en question, parce qu'ils ne respectent pas le cahier des charges (ne sont pas localisés dans la zone géographique, ne suivant pas le même procédé ou matière première etc.). Il est donc essentiel que la procédure d'enregistrement d'une IG soit ouverte, transparente et la plus objective possible.

Pour améliorer l'objectivité, de nombreux pays ont opté pour un système de commission nationale des IG, chargé d'examiner les demandes d'enregistrement d'IG et d'émettre un avis pour l'autorité chargée de l'enregistrement. Cette commission est généralement composée d'experts du secteur privé, de la société civile et de différents ministères ou organismes d'État. Elle bénéficie généralement du soutien d'un secrétariat mis à disposition par l'autorité compétente et de moyens financiers pour mandater des expertises et enquêtes.

Scénario

Pour ce jeu de rôle, vous endossez le rôle des membres de cette commission nationale.

Lors d'une séance ordinaire annuelle, vous recevez pour examen la demande d'enregistrement pour la Dranas AOP. Vous recevrez donc le résumé de la demande et son cahier des charges (voir les fiches E6.A thème2- "résumé de la demande" et "cahier des charges")

À vous d'étudier cette demande, en particulier les questions suivantes:

- la composition de l'organisation faisant la demande et les preuves de non-exclusion et de décision démocratique;
- l'histoire du produit et la réputation du nom (justification de la demande de protection);
- les règles de production (CdC) et leur cohérence avec l'histoire et la description du produit ainsi que le lien au terroir.

Nous vous conseillons d'élire un président de séance et un secrétaire chargé de prendre des notes et de présenter les résultats en plénum.

Déroulement

Première séance

Vous avez 45 minutes pour:

- identifier les questions qui nécessitent un approfondissement ou une vérification;
- décider des moyens d'approfondir ou de vérifier ces questions.

Vos options sont:

- de demander des preuves supplémentaires directement au groupement demandeur;
- d'envoyer un ou plusieurs membres de votre commission pour faire une enquête de terrain;
- ou de demander une expertise à une personne externe.

Notez vos décisions dans un rapport qui sera présenté en plénum (soit sur un paperboard, soit dans un PowerPoint).

Deuxième séance

Lors de la séance suivante (trois mois plus tard), il vous est demandé d'examiner trois oppositions (45 minutes au total, soit 15 minutes par opposition). Voir la fiche E6.A thème2- "oppositions".

Vous devez décider si l'opposition est recevable ou non.

Si elle est recevable, vous devez soit proposer un moyen de résoudre l'opposition, soit considérer l'opposition suffisamment fondée pour bloquer la demande de protection.

Au final, vous devez proposer les conditions dans lesquelles vous pourrez émettre un avis pour la demande de protection.

Restitution

Vous disposez ensuite de 10 minutes pour présenter vos conclusions en plénum. Vous pouvez le faire sur un paperboard, un PowerPoint ou tout autre moyen de votre choix.

Cahier des charges (exemple fictif des bananes Dranas)

Section 1. Conditions générales

Article 1. Candidat

Nom protégé: Dranas

Enregistré en tant qu'appellation d'origine protégée.

Article 2. Aire géographique

L'aire géographique des Dranas correspond aux provinces de Tilburn et Tulcum. Toutes les étapes de production et de traitement des bananes doivent avoir lieu dans cette zone.

Section 2. Description du produit

Article 3. Caractéristiques physiques

Les Dranas sont des tranches de bananes épluchées de 0,3 à 0,6 cm d'épaisseur.

Elles sont partiellement séchées (de 20 à 25 pour cent d'humidité), leurs bords sont rouges et leur centre de couleur crème.

Article 4. Caractéristiques organoleptiques

Leur goût est marqué, sucré et légèrement acidulé.

Leur texture est molle et élastique.

Section 3. Description des méthodes de fabrication du produit

Article 5. Matière première

L'unique matière première utilisée est la banane violette mûre de la variété Musa Acuminata Rutilus.

Les bananes doivent être produites en respectant l'environnement (pratiques écologiques ou normes de l'agriculture biologique).

Article 6. Qualité de la matière première

La qualité des bananes violettes doit permettre de produire des Dranas de grande qualité.

Maturité: la cueillette des bananes doit être sélective et se faire lorsque les bananes sont mûres (comme décrit dans le manuel XX).

Elles doivent être entières et mesurer entre 8 et 12 cm de long, entre 2 et 3,5 cm de diamètre, et être légèrement courbées.

Elles ne doivent pas être abîmées par les insectes. Elles doivent être propres, sans poussière et dépourvues de corps étranger.

Le contrôle final des bananes se fait par lot. Il s'applique à la taille, à la maturité, à la propreté et à l'absence de dommages visibles.

Article 7. Préparation

Les bananes doivent être épluchées à la main, moins de 48 heures après leur cueillette.

Leurs tranches doivent avoir une épaisseur régulière (entre 0,3 et 0,6 cm).

Article 8. Séchage

Les bananes doivent être séchées dans les 48 heures qui suivent leur cueillette, et 6 heures après avoir été épluchées et préparées.

Les bananes doivent être séchées à l'ombre, à des températures ne dépassant pas 60 °C.

Les bananes séchées doivent maintenir un degré d'humidité allant de 20 à 25 pour cent.

Dans les cas où plusieurs types de bananes sont séchés par l'industriel alimentaire, la compagnie doit prendre les dispositions nécessaires pour les gammes de produits et identifier sans équivoque les bananes destinées à l'élaboration des Dranas.

Section 4. Test du produit final

Article 9. Les critères de qualité à tester sont:

- la couleur et l'aspect général;
- la texture et le goût.

Article 10. Méthode de dégustation

Un jury de dégustation composé de membres de la filière et de consommateurs testera des lots de produits, choisis au hasard chez les producteurs, conformément aux directives sur la dégustation.

Section 5. Emballage, étiquetage, traçabilité et certification

Article 11. Emballage, étiquetage et traçabilité

Tous les produits conditionnés pour la vente au consommateur final porteront une étiquette numérotée selon le lot, avec la mention «Appellation d'origine protégée Dranas» et avec le sigle de l'association des producteurs.

Pour les Dranas vendues en vrac (sur les marchés) au consommateur final, une pancarte avec la mention «Appellation d'origine protégée Dranas» et le sigle de l'association sera clairement mise en évidence près des Dranas.

La traçabilité depuis les exploitations agricoles jusqu'à l'emballage final sera garantie à tout moment pour tous les produits, grâce à des registres tenus par les acteurs de la filière et par des flux séparés des produits.

Article 12. Organisme agréé de certification

La certification est effectuée par l'organisme agréé XYZ, conformément aux systèmes d'accréditation nationaux (équivalent à la norme ISO 65).

Les exigences minimales de contrôle sont décrites dans le plan de contrôle applicable à toute la chaîne de production.

Résumé de la demande d'enregistrement pour les Dranas AOP

1. Postulant

Nom: Association Dranas de producteurs et d'industriels agroalimentaires

Adresse: House of Dranas, Tilburn

Composition: producteurs et industriels individuels de bananes, y compris les institutions

2. Nom du produit

Dranas

3. Protection requise

Appellation d'Origine Protégée

4. Type de produit

Fruit sec

5. Preuve de la représentativité du groupe postulant: composition de l'association

Agriculteurs:

- Membres institutionnels:
 - Chambre d'agriculture de Tilburn
 - Chambre d'agriculture de Tulcum
 - Coopérative de producteurs
- Membres individuels: actuellement 80 membres individuels

L'adhésion à l'association est ouverte à tous les producteurs de bananes rouges dans les comtés de Tilburn et Tulcum.

Transformateurs:

- Membres institutionnels:
 - Chambre du commerce et d'industrie régionale
- Membres individuels:
 - Les cinq transformateurs-conditionneurs de Tilburn et Tulcum

6. Preuve que le nom n'est pas devenu générique

Dranas est utilisé uniquement dans la région et signifie dans le dialecte local «bananes rouges séchées».

Oppositions

Les oppositions à la demande Dranas

1. Un grand transformateur en dehors de la région

Ce transformateur produit des bananes rouges séchées et les vend sous sa marque «bananes rouges séchées de Tilburn» depuis 4 ans.

Si elle accepte que les bananes doivent provenir de la région délimitée, elle s'oppose à ce que la transformation se fasse dans la région. Elle justifie son opposition en indiquant que la transformation n'a aucun lien au terroir et donc doit pouvoir se faire n'importe où sur le territoire.

2. Des transformateurs à la ferme de la région de Tilburn

Ce groupe a participé à l'élaboration du cahier des charges et ne s'y oppose pas. En revanche, il demande à ce qu'il soit formellement représenté dans la structure décisionnelle de l'association.

Malgré le fait reconnu qu'ils sont les gardiens de la vraie tradition, ils n'ont que peu de place dans les débats de l'association. En effet, ils ne représentent qu'une petite minorité dans le groupe des «producteurs de bananes» et peinent à faire entendre leur voix et à défendre leurs intérêts particuliers. Ils demandent donc la reconnaissance de leur statut particulier au sein du groupement demandeur.

3. Une ONG de l'environnement

Cette ONG s'oppose à l'intégration de méthodes modernes impliquant l'utilisation d'énergie fossile pour le séchage des bananes.

Elle argumente que la tradition a toujours été d'utiliser la chaleur naturelle pour sécher les bananes et que, en permettant d'autres méthodes de séchage, des émissions importantes de CO₂ seront émises, ainsi que de la pollution locale de l'air par des brûleurs qui ne sont pas aux normes.

World Café

Questions par table

Table 1. Identification:

Quels sont les besoins du système IG durant la phase d'identification et quelles peuvent être les politiques et actions de soutien de la part des autorités locales, régionales ou nationales?

Table 2. Qualification:

Quels sont les besoins du système IG durant la phase de qualification et quelles peuvent être les politiques et actions de soutien de la part des autorités locales, régionales ou nationales?

Table 3. Rémunération:

Quels sont les besoins du système IG durant la phase de rémunération et quelles peuvent être les politiques et actions de soutien de la part des autorités locales, régionales ou nationales?

Table 4. Reproduction des ressources:

Quels sont les besoins du système IG durant la phase de reproduction et quelles peuvent être les politiques et actions de soutien de la part des autorités locales, régionales ou nationales?

NOTES

NOTES