

# La reproduction, clef d'une IG durable

La quatrième étape du cercle vertueux de qualité, la reproduction, consiste à assurer que les ressources naturelles et humaines utilisées dans le système IG sont reproduites, c'est-à-dire améliorées et préservées, de manière à garantir la durabilité économique, sociale et environnementale à long terme. La reproduction concerne la viabilité sociale et économique (redistribution de la valeur et rémunération), ainsi que la préservation des ressources naturelles et culturelles au fil du temps.

À cette fin, il est important de considérer attentivement les conséquences que pourra avoir la mise en œuvre du cahier des charges sur les ressources locales, et ce dès l'étape de qualification puis régulièrement au fil du temps, pour tenir compte des évolutions nécessaires au système, ce qui constitue les phases de reproduction. Ceci doit permettre de renforcer les effets positifs et d'éviter des effets négatifs aux niveaux économique, social et environnemental. Il peut ainsi être décidé de renforcer ou d'étendre la stratégie collective et/ou d'envisager d'éventuels changements des règles elles-mêmes afin que l'ensemble du territoire bénéficie de la démarche. Les phases de reproduction sont donc favorables pour évaluer l'impact du système IG et pour le renforcer dans une perspective de développement durable (chapitre 4.1). Différents éléments de contexte peuvent également expliquer la nécessité de faire évoluer les règles à un moment donné (chapitre 4.2). Une stratégie visant à renforcer la durabilité consiste à étendre les avantages du système de production IG à l'ensemble du territoire : les différents acteurs locaux peuvent bénéficier de la réputation IG pour attirer des visiteurs sur le territoire et leur vendre d'autres produits et services (chapitre 4.3).

## 4.1 Les aspects clefs de la durabilité

### Introduction

*Pour garantir la reproduction des ressources locales, en vue de la durabilité du système et pour l'ensemble du territoire, il est important d'évaluer les impacts au fil du temps de la mise en oeuvre des règles (cahier des charges) et des actions collectives entreprises. Les impacts positifs attendus en termes économiques, sociaux et environnementaux ne sont pas automatiques et des effets négatifs peuvent apparaître, selon la manière dont le système est géré et mis en oeuvre.*

### Reproduction des ressources locales et durabilité

La reproduction englobe les notions de durabilité sociale, économique et environnementale. Concernant la composante économique, la reproduction est liée essentiellement à la question de la redistribution. La valeur créée par le biais des activités de rémunération doit être équitablement redistribuée le long de la filière, entre les différents acteurs impliqués dans le processus de production, transformation et commercialisation, afin de rémunérer chacun des acteurs en fonction de sa contribution au processus de création de valeur.

Concernant la composante environnementale, la reproduction vise la préservation, voire l'amélioration, des ressources naturelles en garantissant au fil du temps un équilibre entre exploitation et développement d'une part et préservation ou amélioration de l'environnement et de la biodiversité d'autre part.

Concernant les composantes sociale et culturelle, la reproduction consiste à promouvoir les traditions et l'héritage culturel, renforçant ainsi le sentiment d'identité locale et la fierté des habitants, et à favoriser le maintien des populations locales dans les zones rurales, en luttant contre les menaces liées à l'exode rural: pauvreté, manque d'information et d'accès aux marchés.

Les impacts en termes de durabilité des systèmes IG sur l'économie locale, la société, la culture et l'environnement varient énormément en fonction des caractéristiques du système de production et la démarche mise en oeuvre. L'intensité (répondant à la question «combien?») et l'orientation des impacts (positifs ou négatifs) dépendent grandement des règles et actions que les acteurs locaux et externes entreprennent autour du produit IG (voir étude de cas n° 1).

### Être conscient des éventuels impacts négatifs

Le potentiel d'un produit IG pour le développement durable, dans le cadre du cercle vertueux de qualité, ne doit pas faire oublier le fait qu'il peut éventuellement générer des effets négatifs lorsque l'outil est mal utilisé. Il est important d'avoir conscience de ce risque pour prévenir ou limiter les externalités négatives.

**Concernant les aspects économiques et sociaux**, les impacts négatifs peuvent être liés à l'exclusion de certains producteurs locaux, parce qu'ils ne répondent pas aux exigences

du CdC, ce qui peut toucher par exemple les petits producteurs situés dans des zones de production moins favorisées. Un autre risque est lié à l'existence d'acteurs extérieurs à la zone de production mais suffisamment puissants pour extraire des ressources locales et de la valeur ajoutée de cette zone de production, et ainsi porter atteinte au développement de l'IG. Une organisation IG non équilibrée et l'impossibilité pour certains types d'acteurs de participer activement au processus de décision pourraient aggraver les relations sociales entre acteurs de la filière, ou potentiellement empêcher certains de bénéficier de la réputation du produit IG.

**Concernant l'environnement**, les impacts négatifs peuvent aussi être le résultat de règles établies dans le CdC. Par exemple, des règles trop laxistes (critères peu exigeants ou limites mal définies) pourraient entraîner la substitution de ressources locales spécifiques par des ressources non spécifiques et/ou en dehors de la délimitation IG, pour simplifier le processus de production. De telles mesures seraient un moyen d'augmenter la productivité ou de réduire les coûts de production mais elles menaceraient la biodiversité et la qualité spécifique du produit IG. Enfin, l'intensification des méthodes de production et la spécialisation des produits (monoculture) peuvent entraîner la surexploitation de certaines ressources spécifiques (notamment eau, sol), et de ce fait affecter les attributs de qualité spécifique du produit IG.

## Étude de cas

### Étude de cas n° 1 : Questions de développement rural ROOIBOS (Afrique du Sud)

Le Rooibos (voir aussi étude de cas n° 4 au chapitre 2.3), est endémique de l'Afrique du sud et est considéré comme une richesse du patrimoine national. Le processus d'identification et de qualification a mis en évidence des conflits liés à la durabilité. La principale motivation des grands producteurs pour se lancer dans la démarches IG était de lutter contre les usurpations et contre le risque de délocalisation des activités en réponse à la hausse de la demande du marché. Il n'a pas été facile, pour autant, de définir une stratégie commune. Certains acteurs considéraient que la protection de l'IG devait renforcer l'intégration des petits producteurs dans une perspective de durabilité sociale. Mais cette vision n'était pas partagée par l'ensemble des acteurs: l'initiative IG a entraîné des conflits et



modifié les rapports de force entre les parties prenantes. Finalement tous se sont mis d'accord sur l'importance de maintenir leur tradition vivante et de renforcer leur identité locale comme étant un des attributs spécifiques du produit. Les questions environnementales ont aussi émergées lors du processus de concertation IG et devront également être résolues pour assurer la durabilité du système. L'intervention des acteurs publics dans ce processus pourrait contribuer à favoriser l'inclusion et trouver les solutions partagées aux autres questions liées au territoire et à la société.

Source: Bienabe, E. et al, 2007.

## Facteurs clefs pour la durabilité

Les acteurs locaux sont au cœur des aspects de durabilité du système, en fonction de leur rôle et de leur niveau d'appropriation, de leurs motivations, du capital social et de leur niveau d'information sur les questions d'équité sociale et de préservation de l'environnement. Ces facteurs influencent indéniablement la manière dont les objectifs des trois piliers (économique, social et environnemental) peuvent être atteints, et lequel des trois en particulier. La construction participative de la démarche IG et la gestion collective du système IG constituent la base pour obtenir des effets positifs. De plus, la coordination entre acteurs publics et privés, ainsi que la vigueur et la nature de la « vision commune », influenceront à coup sûr les stratégies liées à l'IG. Ces stratégies permettent d'orienter vers une plus grande efficacité de la filière ou une approche territoriale plus étendue (voir chapitre 4.3).

Une démarche collective participative permet de soutenir une juste redistribution des bénéfices en mettant en place des règles inclusives de représentativité et de prise de décision, ainsi qu'en facilitant la résolution des conflits. Des formations, la diffusion d'information, l'assistance technique et financière sont autant de mesures qui peuvent contribuer à une meilleure répartition des pouvoirs et à une participation active de tous. La participation à la diffusion de l'information et aux activités collectives de commercialisation peuvent renforcer la fierté et les connaissances des producteurs. L'organisation IG doit interagir avec un réseau plus vaste composé d'autres acteurs (privés et publics), afin de renforcer son rôle dans la gestion et la reproduction des ressources locales.

La préservation des ressources naturelles, comme l'eau et la biodiversité par exemple, requiert des modalités collectives pour leur gestion, ceci grâce à des règles communes spécifiques. Ceci explique l'intérêt de développer une démarche IG qui définit un certain nombre d'exigences dans le cahier des charges IG appliquées à tous les acteurs concernés pour générer des impacts positifs au niveau de l'environnement. Ces exigences peuvent aussi évoluer pour s'adapter et mieux préserver l'environnement local, l'héritage culturel et les traditions (voir chapitre 4.2).

Les réseaux sociaux représentent un autre facteur important, reliant différents groupes d'acteurs pouvant intervenir à différents niveaux du processus IG, comme les institutions spécialisées dans la recherche et l'éducation, les instances publiques, les associations de consommateurs, les ONG, etc. Un tel réseau social est pertinent d'un point de vue social mais aussi économique. Le fait de maintenir ces réseaux dynamiques permet au système IG d'être plus durable et de mieux identifier les besoins d'ajustement au niveau local.

## Évaluer la durabilité

Il est essentiel que les acteurs locaux mettent en œuvre un système de suivi et d'évaluation de l'impact de leurs stratégies et de leurs actions sur les ressources locales et la durabilité du système, tout en comparant les objectifs individuels et collectifs aux résultats au cours du temps. Les acteurs locaux peuvent considérer cette évaluation comme un processus d'apprentissage au fil du temps et tout au long du cercle vertueux de qualité. En effet, les résultats du processus d'évaluation permettent d'ajuster les règles, de trouver des solutions et de mettre en œuvre de nouvelles initiatives appropriées pour garantir la durabilité sur le long terme.

Cette évaluation et le débat associé doivent être collectifs, ce qui est loin d'être simple, si l'on considère les nombreux acteurs impliqués et intéressés par le produit IG, chacun avec

## 4.1

des objectifs et des attentes différentes. Dans ce processus d'évaluation, il convient de prendre en compte au moins deux niveaux différents:

- 1. Le point de vue du système local de production**, qui doit prendre en compte non seulement l'ensemble des positions individuelles, mais aussi les questions collectives liées au système de production. En fait, la réussite générale du système IG peut résulter de situations individuelles contrastées : certains producteurs auront peut-être amélioré leur situation économique et sociale tandis que d'autres auront plutôt souffert. Il est donc important d'analyser les effets produits sur les différentes typologies de producteurs IG.
- 2. Un point de vue «bien public» plus large**. L'impact positif sur la situation économique et sociale des acteurs locaux peut masquer des effets négatifs « en dehors » du système local de production. Les producteurs qui ont été exclus des bénéfices de la réputation IG (car situés en dehors de la zone de production définie ou qui n'auraient pas les informations, les ressources technologiques ou financières suffisantes pour se conformer aux règles IG) peuvent alors menacer la cohésion sociale. Il est donc important d'analyser également les effets produits en dehors du cercle des producteurs IG.

Il est important de pouvoir rendre des comptes sur les effets positifs du système IG. Les acteurs locaux doivent contrôler et assurer un suivi de la performance du système IG en ce qui concerne les questions d'intérêt public (questions sociales, environnement, préservation de la biodiversité, etc.) et communiquer ces effets aux consommateurs qu'aux autres acteurs concernés (autorités publiques, associations de protection de l'environnement, etc.).

Pour évaluer les impacts, un cadre conceptuel peut être utile pour mener une évaluation globale (voir encadré 1 page 132) en intégrant à la fois les actions aux niveaux collectif et individuel ainsi que l'équilibre de durabilité entre les piliers économique, social et environnemental.

## Étude de cas n° 2 : Durabilité sociale et environnementale CERISE DE LARI (Italie)

Etant donné le regain d'intérêt des consommateurs pour l'environnement et les traditions culturelles dans le domaine culinaire, les producteurs ont commencé à mettre en œuvre et à animer un réseau d'acteurs désireux de soutenir le système IG de la Cerise de Lari. De nombreuses institutions locales, qui ne font pas partie de la filière ou en dehors du territoire, ont été impliquées dans la stratégie de valorisation: la municipalité de Lari, les associations locales de la culture et du tourisme, la Province de Pise, l'Administration régionale de Toscane, la Chambre de commerce locale et l'association Slow Food. Ces acteurs souhaitent relier l'image de la cerise à d'autres aspects de la vie rurale, comme le paysage, la qualité de l'environnement, l'art, la culture et les traditions, afin de mettre en avant les atouts de la région. L'implication de ces acteurs extérieurs à la filière a renforcé la prise de conscience des



producteurs de cerises de la valeur économique et culturelle de la cerise, tout en les encourageant à améliorer l'image de qualité du produit. Parmi ces acteurs extérieurs au système de production local, citons ceux qui ont entrepris des activités de recherches visant à préserver les nombreuses variétés locales de cerisier (Centre national de la recherche, ARSIA-Région Toscane, Université de Florence et Pise). C'est la préoccupation pour une meilleure préservation de la biodiversité, de plus en plus répandue aujourd'hui, qui a encouragé l'implication de ces acteurs. Des initiatives collectives ont été encouragées en ce qui concerne l'amélioration des pratiques agronomiques et la commercialisation. Une marque collective et une unité collective de transformation ont été créées, et des formations ont été organisées dans les écoles primaires locales sur l'histoire de la cerise. Surfant sur la vague de cet enthousiasme renouvelé et sur la cohésion entre les producteurs, la municipalité locale a eu une influence majeure pour constituer « l'Association Nationale des Villes de la cerise », dont l'objectif est de renforcer la recherche et les activités promotionnelles liées à la cerise dans toute l'Italie. De manière générale, le processus de qualification a eu de nombreuses répercussions positives. Il a renforcé la solidarité et la cohésion entre les agriculteurs en permettant aux producteurs de se rencontrer, alors qu'aucune association n'était encore présente dans la région. L'association de producteurs représente les intérêts des producteurs dans le cadre des négociations avec les agences et les institutions. Enfin, le processus de qualification, en encourageant la défense et la promotion de la cerise, a fait office de catalyseur pour l'implication des autres acteurs locaux et non locaux. Ici, le processus IG a stimulé l'action collective au sein de la filière et à l'extérieur, au sein d'un réseau d'acteurs plus large.

Source: Marescotti A. 2003.



### ENCADRE 1: DES QUESTIONS POUR L'ÉVALUATION DE LA DURABILITE

#### Durabilité économique

- Le système IG a-t-il augmenté la réputation du produit sur le marché au cours du temps?
- Le volume de production et les revenus ont-ils augmenté en conséquence?
- Cela a-t-il créé de nouvelles opportunités de marché ? Les relations commerciales se sont-elles améliorées?
- Dans quelle mesure les acteurs locaux retirent effectivement des bénéfices économiques de la réputation de l'IG ? La situation locale de l'emploi s'est-elle améliorée?
- Quels sont les principaux obstacles auxquels les producteurs doivent faire face pour commercialiser leurs produits?
- Dans quelle mesure la protection juridique de l'IG contribue à améliorer les revenus des producteurs?
- Quels sont les principaux obstacles quant au respect du cahier des charges ? Quelles sont les conséquences?
- Les connaissances du consommateur et sa confiance dans le produit sont-elles améliorées?
- Quel est l'impact sur l'économie locale des initiatives associées au produit IG? La réputation acquise du produit bénéficie-t-elle à d'autres acteurs locaux extérieurs à la filière?

#### Durabilité socioculturelle

- Quels acteurs bénéficient le plus de la démarche IG? Le moins ?
- Les bénéfices économiques sont-ils redistribués équitablement le long de la filière? Comment? Existe-t-il des obstacles à une redistribution équitable ?
- Dans quelle mesure les acteurs prennent-ils part aux initiatives mises en œuvre par l'organisation collective?
- Les acteurs locaux ont-ils progressé sur le plan technique, managérial ou relationnel?
- Les acteurs locaux prennent-ils effectivement part aux décisions et aux actions autour du produit IG?
- Existe-t-il des problèmes liés à l'égalité des sexes?
- La communication au sein du système IG s'est-elle améliorée?
- Des conflits ont-ils émergé suite aux initiatives entourant le produit IG?
- Le droit du travail est-il suffisamment respecté?
- Les acteurs locaux sont-ils conscients et fiers de leurs connaissances, de leurs traditions et de leur travail, de leur identité culturelle et de leur mode de vie?
- La culture locale et le savoir-faire lié à la production sont-elles promues ou au contraire menacées par le fonctionnement du système IG?

#### Durabilité environnementale

- Les règles du cahier des charges et les actions mises en œuvre aux niveaux individuel et collectif ont-elles préservé ou amélioré les ressources naturelles ?
- Les initiatives liées aux produits IG ont-elles menacé des ressources naturelles ?
- Le processus de production de l'IG entraîne-t-il des problèmes d'eau, sol etc. (qualité, quantité)?
- Quels sont les impacts sur la préservation de la biodiversité ? Les initiatives du produit IG menacent-elles les variétés locales, les races locales, la biodiversité agricole ou le paysage?

# FICHE PRATIQUE

*Réfléchissez aux aspects évoqués dans ce chapitre par rapport à votre situation.*

## Répondez aux questions suivantes

- 1) En vous référant à l'encadré 1 de ce chapitre, répondez aux questions sur la durabilité sociale, économique et environnementale.
- 2) Dans quel domaine (social, économique, environnemental) votre système IG pourrait-il améliorer l'approche durable du cycle de reproduction?
- 3) Comment pensez-vous pouvoir apporter des améliorations dans ce domaine?



## 4.2 L'évolution des règles dans le temps

### Introduction

*Différents facteurs influencent le système IG: les caractéristiques des acteurs de la filière, l'environnement local, les techniques de production, les besoins des consommateurs, les exigences des détaillants et les obligations légales en constante évolution. Dans cette perspective, les règles définissant les produits IG peuvent être, elles-aussi, amenées à évoluer afin de faire face aux nouveaux enjeux et adopter les stratégies appropriées. Lorsque de tels développements sont jugés nécessaires par les acteurs locaux, ils peuvent se mettre d'accord pour faire évoluer le CdC, à la condition de maintenir la qualité spécifique du produit et son lien à l'origine.*

### Des produits vivants

Les systèmes IG ne sont pas statiques: ils doivent évoluer pour prendre en compte les évolutions du marché et pour assurer la reproduction des ressources locales dans une perspective durable. C'est pourquoi l'évolution du CdC doit toujours être possible.

Cependant, bien que les produits locaux évoluent en permanence, les attributs caractérisant leur qualité spécifique doivent être maintenus une fois définis par les acteurs locaux. C'est le cas de certaines exigences du CdC qui sont des points clefs permettant de maintenir la typicité et le caractère unique du produit et de son image auprès des consommateurs. D'autres points mineurs du CdC peuvent changer, après une évaluation technique méticuleuse, si la communauté des producteurs IG en est d'accord.

### Pourquoi faire évoluer les règles?

Pour quelles raisons les règles devraient-elles changer? Plusieurs facteurs peuvent expliquer de tels changements, ceux-ci pouvant concerner différentes parties du CdC (définition du produit, matière première et processus, délimitation de la zone). Ci-après sont décrits des exemples de facteurs expliquant la nécessité de faire évoluer les exigences, cette liste n'étant pas exhaustive.

#### 1. Les règles définies dans le CdC ne correspondent plus à la demande du marché

Si les règles initiales sont trop strictes, elles risquent de trop limiter le volume vendu sur les marchés:

C'est le cas de l'IG de la viande de bœuf «Pampa Gaucho da Campanha meridional» au Brésil, qui limite la production IG à quelques animaux par semaine. Le volume sur le marché est donc faible et il est difficile pour de nouveaux producteurs d'entrer dans la démarche. Des évolutions sont envisageables dans les critères de production sans modifier le produit en profondeur (voir étude de cas n° 11, chapitre 1.4).

- **Si les règles initiales sont trop laxistes**, les producteurs IG peuvent décider de les rendre plus restrictives afin de renforcer la qualité de l'ensemble de leurs produits, ou d'y inclure davantage d'aspects environnementaux et sociaux:

Par exemple, le Roquefort au lait cru de brebis bénéficie d'une image de grande qualité, de tradition et de nature. Pour maintenir cette réputation et la qualité attendue par le consommateur, les éleveurs du conseil de gestion de l'IG Roquefort ont décidé d'interdire l'ensilage et ont inscrit cette nouvelle exigence dans leur CdC.

- **Les préférences du consommateur peuvent évoluer**, ce qui peut nécessiter certaines adaptations dans le processus de production ou la présentation du produit:

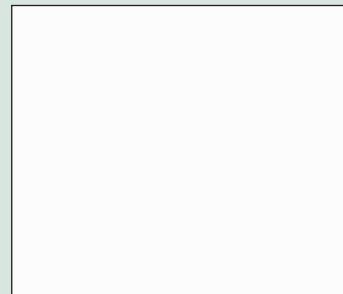
Par exemple, dans le cas du Prisuttu (jambon) corse, en raison de la préférence actuelle des consommateurs pour des produits moins salés, une concertation a été menée entre les producteurs locaux sur le taux minimum de sel pour l'affinage du jambon. Le sel était autrefois le seul mode de conservation possible, mais avec les dispositifs de réfrigération disponibles aujourd'hui, une diminution de la quantité de sel pour l'affinage permet d'améliorer la qualité du produit final (expression des arômes).

### Étude de cas

#### Étude de cas n° 3: Une demande de plus en plus forte et une pénurie des ressources entraînant l'évolution des règles TEQUILA (Mexique)

Dans le cas de la Téquila du Mexique, depuis la mise en place de la première norme officielle (1949), les contraintes de production ont été assouplies au travers de divers changements dans le CdC afin de prendre en compte les évolutions de la production et du marché.

La production de l'agave se caractérise par des cycles entraînant des périodes d'excédents et de pénuries. Au cours des périodes de pénurie, la proportion d'agave destinée à la distillation a été limitée à 70 % en 1964, puis à 51 % en 1970. Parallèlement, un segment de qualité supérieure a été créé, avec une Téquila «100 % agave». Ensuite, entre 1997 et 2000 la moitié des plants d'agave ont été détruits par une infection fongique et par des gelées précoces. La pénurie d'agave a été d'autant plus forte que la demande de Téquila sur le marché national et international (notamment aux États-Unis et en Europe) a grimpé en flèche au cours de cette période. Ainsi, au cours de l'année 2000, les entreprises ont proposé de réduire encore la teneur en sucre d'agave à 30 %, mais le gouvernement a refusé afin de préserver la réputation du produit et d'éviter des conflits avec les agriculteurs.



Source: Bowen, S. 2008.

## 2. De nouvelles informations scientifiques ou innovations techniques émergent permettant de faciliter le processus de production tout en conservant les caractéristiques de base du produit IG.

- De nouvelles informations permettent une meilleure description des ressources locales et de leur influence sur la qualité.

Par exemple, sur la base d'études qualitatives plus précises, certains ajustements ont été apportés à la zone initialement délimitée de l'AOC Champagne française en 2007, suite à un long processus de délibération.

- Des innovations techniques, non entrevues au départ et n'ayant pas d'impact sur les spécificités du produit IG, ont été largement adoptées par les producteurs et nécessitent d'être introduites dans le CdC.

Par exemple, la mécanisation des vendanges a été largement adoptée par la plupart des AOC viticoles en France. Cette méthode a été acceptée dans les CdC une fois qu'a été prouvé le fait qu'elle n'altérerait en rien la qualité et les caractéristiques du produit final.

## 3. Les acteurs souhaitent renforcer la durabilité du système.

- L'évaluation de la durabilité lors de la phase de reproduction peut amener les producteurs à modifier ou ajouter certaines règles pour mieux prendre en compte les questions environnementales et sociales.

Le Beaumes-de-Venise est une célèbre AOC française de vin blanc muscat. Les producteurs au travers de leur organisation IG ont décidé d'interdire les plantations de vignes sur les pentes arborées autour du village. Ces zones feront désormais partie d'une zone de protection communale. Ces mesures permettent d'assurer la préservation du sol et le maintien d'un paysage magnifique, celui-ci étant candidat pour faire partie des «Paysages culturels» de l'Unesco.

## 4. Changements d'ordre général dans le contexte mondial.

- Par exemple, en raison du changement climatique, il se peut que certaines activités techniques ou programmes doivent être ajustés.

## Comment faire évoluer les règles?

Le lien entre le produit et son territoire peut être en permanence sujet à réinterprétation à la lumière des évolutions du contexte économique, environnemental, social, aux niveaux local et mondial. En outre, les acteurs locaux doivent prendre des mesures pour que l'authenticité du produit soit maintenue au fil du temps, en particulier pour assurer la reproduction des ressources dans le processus de production, de manière à conserver l'unité des caractéristiques du produit.

Le mécanisme de définition des règles doit donc permettre leur évolution dans le temps mais cette possibilité ne dispense en aucun cas de définir avec grand soin les règles

initiales. Tout changement doit être pris sans précipitation et après mûre réflexion. Ce mécanisme doit suivre les procédures décrites dans la partie 2 de ce guide, afin de permettre à la fois la participation des producteurs et la concertation autour de débats et décisions démocratiques, et après l'évaluation des «pour» et des «contre» pour chaque changement envisagé et en utilisant le cas échéant sur le réseau d'appui externe.

Dans le cas des IG enregistrées, les changements doivent être faits dans le respect de la législation régissant l'enregistrement et la protection des IG (voir chapitre 5.1), sachant que les procédures peuvent être plus ou moins complexes d'un pays à l'autre et d'une période à l'autre.

## Étude de cas

### Étude de cas n° 4: Evolution des règles en relation avec un nouveau cadre juridique national JAMBON D'UZICE/ZLATIBOR (République de Serbie)

Le Zlatiborska/Užička Pršuta (jambon d'Uzice/Zlatibor) se produit à partir de bœuf fumé dans le district de Zlatibor, dans la municipalité d'Āajetina, et plus précisément dans le village de Maèkat. C'est un produit vraiment unique, dont la tradition à Zlatibor remonte loin dans le passé. Traditionnellement, la viande fumée était produite avec du bœuf provenant d'animaux (principalement des bêtes de trait) âgés de 4 à 6 ans avant abattage, ce qui donne à cette viande fumée un goût très prononcé. Seules certaines parties spécifiques des



pattes - surlonges, filet et bas du dos - sont utilisées pour le Pršuta. Un producteur semi-industriel de Pršuta, à l'époque compagnie d'État, a fait enregistrer le «Užicka Pršuta» comme appellation d'origine (AO) en 1995, avec pour mission de coordonner l'utilisation de cette AO entre les producteurs, de manière à réduire les contraintes au minimum: absence de conditions quant à l'origine de la viande, pas de pratiques spécifiques différenciant le processus AO de tout autre processus. De ce fait, des producteurs plus «traditionnels» vendent sur le marché des produits de meilleure qualité que le seul utilisateur autorisé, la société semi-industrielle qui, depuis, a été privatisée. En 2006, une nouvelle loi a permis la révision de l'AO enregistrée grâce une nouvelle procédure de reconnaissance, pour assurer une qualité minimum, étendre l'utilisation de l'AO à tous les producteurs locaux respectant le CdC, rendant ainsi l'AO plus durable. Une nouvelle demande de reconnaissance dans le cadre de la nouvelle réglementation est donc en cours, qui compte sur le soutien de la municipalité et d'IDA, une ONG locale, et en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture et le Bureau de la propriété intellectuelle. Depuis le début de 2007, des réunions et des groupes de travail avec la plupart des producteurs de Pršuta de la région ont été organisés pour établir un nouveau CdC. Grâce à la zone définie pour la production de matière première, et l'inclusion de certaines pratiques d'élevage dans le CdC révisé, la durabilité économique et sociale tout au long de la filière est améliorée: le produit est davantage ancré dans son territoire, ses éleveurs locaux disposent d'une plus grande reconnaissance et du droit de bénéficier des circuits commerciaux de l'IG. Zlatiborska/ Užička Pršuta pourrait ainsi devenir l'un des premiers produits enregistrés dans le cadre de la nouvelle loi serbe sur les AO/IG.

Source: Bernardoni P. et al, 2007.



# FICHE PRATIQUE

*Réfléchissez aux aspects évoqués dans ce chapitre par rapport à votre situation.*

## Répondez aux questions suivantes

- Avez-vous besoin de modifier votre cahier des charges? Pourquoi?
- Quels problèmes pourront être résolus par cette modification?
- Cette modification favorise-t-elle certaines positions dominantes ou augmente-t-elle le pouvoir de négociation de certains acteurs IG?
- Tous les producteurs sont-ils d'accord avec cette modification?
- La modification proposée du CdC modifie-t-elle les caractéristiques du produit IG?
- Les consommateurs accepteront-ils ce changement?

## 4.3 Des stratégies territoriales étendues pour renforcer le développement rural

### Introduction

*Le développement rural s'appuie sur l'intégration de toutes les activités situées dans la zone, l'agriculture étant seulement l'un des secteurs impliqués dans le processus de développement; l'environnement et la population locale jouent également des rôles importants. Les IG, dans cette perspective, offrent une bonne occasion de renforcer le développement rural en développant des stratégies avec les autres acteurs du territoire, pour contribuer au cercle vertueux durable, avec des effets positifs pour l'ensemble de la communauté locale.*

### L'indication géographique, un levier pour des stratégies territoriales étendues

Les produits IG, en tant que richesse ancrée au territoire, peuvent justifier le développement de stratégies territoriales étendues. Une stratégie territoriale étendue signifie que les acteurs locaux peuvent s'appuyer sur le produit IG, ses ressources spécifiques locales associées (gastronomie locale, traditions, paysages, etc.) et sa réputation, comme des leviers pour renforcer la compétitivité de l'ensemble du système économique et social local. En effet, la stratégie IG peut renforcer la capacité du territoire à attirer des entrepreneurs, consommateurs et touristes et leur offrir un panier de produits et services locaux de qualité spécifique liée aux mêmes ressources locales. Ainsi, d'autres activités économiques peuvent être développées ou renforcées soit par des acteurs de la filière IG, soit par d'autres entreprises locales.

Au sein d'une stratégie territoriale étendue, le produit IG peut lui aussi bénéficier de l'attractivité du territoire: par exemple, les principaux sites et attractions touristiques (musées, sites archéologiques, paysages particuliers, stations de ski, etc.) pouvant favoriser la commercialisation locale du produit IG.

Une telle stratégie nécessite une coordination collective efficace et des synergies entre les différents secteurs d'activité concernée afin d'éviter une compétition pour les mêmes ressources et d'éventuels conflits entre les entreprises locales. C'est pourquoi la stratégie territoriale étendue doit être coordonnée entre et au sein des différents secteurs concernés.

### Investir dans le tourisme rural

Le tourisme local et les produits IG présentent des synergies très claires, le développement de l'un contribuant à celui de l'autre. Cette interaction est particulièrement évidente à l'occasion d'événements culturels organisés autour des produits locaux représentant une région, reliant des traditions, une culture locale ou des itinéraires gastronomiques (par exemple musée du fromage, festival du safran, route du vin et de l'huile, etc.): la réputation de l'IG peut ainsi bénéficier au développement économique et social local. En

outre, les acteurs du secteur touristique peuvent jouer un rôle important dans la promotion collective du produit IG, véritable ambassadeur de la localité, en diffusant des informations et en organisant des itinéraires pour les touristes, par exemple en associant des routes pittoresques, avec des arrêts dans des restaurants gastronomiques servant le produit, ou sur des sites de production (voir encadré 7).

En effet, les ressources locales participant à la construction de la qualité spécifique d'un produit sont autant de ressources importantes pour le tourisme local. Les paysages remarquables, façonnés au fil du temps par des systèmes agricoles, les races animales traditionnelles ou des espèces végétales spécifiques, de même que un savoir-faire et des traditions liées à la production, représentent autant de potentiels pour développer le tourisme culturel et le tourisme vert ou rural.

Le développement et la promotion d'un produit IG peut servir de point de départ pour la promotion de l'héritage géographique et culturel dans son ensemble et pour les autres produits au sein d'un panier de biens local. En plus d'encourager le développement économique d'autres activités locales, la valorisation via le tourisme peut faciliter l'exploration de nouveaux circuits pour la commercialisation. Dans cette perspective, l'agritourisme est devenu un outil pour la diversification des activités des agriculteurs, en faisant la promotion des produits et ressources locaux par des dégustations et la vente directe aux touristes et aux consommateurs.

### Étude de cas n° 5: Stratégie territoriale étendue : bénéficiaire de la réputation de l'IG LARD DE COLONNATA (Italie)

Le Lard de Colonnata est produit dans un très petit village (Colonnata) des montagnes de Toscane (province de Massa-Carrare), suivant un processus de production très spécifique (notamment l'affinage, qui se fait dans des vasques de marbre placées dans des grottes ou des caves, et sans conditionnement) (voir étude de cas n° 5 au chapitre 2.3). Le Lardo di Colonnata est devenu célèbre en Italie dans les années 1990. La zone de production se limite au petit village de Colonnata, qui a favorisé l'identification du produit au village et à sa population, le Lardo devenant le symbole du village et le catalyseur d'une stratégie de développement local globale. Une fois la réputation du produit établie, de nombreuses familles vivant à Colonnata se sont lancées dans la production artisanale du Lardo, en générant ainsi de nombreuses autres activités économiques associées : restaurants, petites boutiques, maisons d'hôtes, etc. L'économie du Lardo a également revitalisé l'activité touristique liée à la visite des carrières de marbre proches du village, dans les Alpes apuanes. Ainsi, de nombreux jeunes qui avaient quitté le village pour trouver du travail sont revenus pour participer à de nouvelles activités économiques, comme ouvrir des restaurants ou des épiceries, ou encore organiser la visite des grottes de marbre.

Source: Belletti G., Marescotti A. 2006



A typical marble tub for seasoning Lardo di Colonnata



## Les conditions pour une stratégie territoriale étendue

Il existe certaines conditions préalables pour activer une stratégie territoriale étendue à partir du produit IG :

1. Le produit IG doit revêtir une valeur identitaire pour l'ensemble des acteurs locaux (pas uniquement ceux impliqués dans filière), afin de jouer le rôle d'un catalyseur dans la planification d'une stratégie globale et intégrée de développement rural.
2. Outre la réputation du produit IG, le territoire doit être attractif ou avoir un potentiel pour attirer des consommateurs (touristes) qui sont prêts à acheter des produits typiques (produit IG et autres produits locaux) et des services sur le territoire lui-même; de cette façon les circuits de distribution courts peuvent optimiser les effets positifs économiques à l'intérieur du territoire.
3. La cohésion sociale a aussi son importance quand il s'agit de consolider l'identité liée au produit et renforcer les liens entre les différents secteurs économiques et projets communs (par exemple l'organisation d'une foire locale ou des itinéraires reliant des lieux de production, des sites touristiques, des restaurants et des hébergements, voir étude de cas n°6).
4. Les ressources locales, naturelles, culturelles, historiques etc. doivent être très spécifiques et facilement identifiables par les consommateurs.

### Étude de cas

#### Étude de cas n° 6 : l'IG en tant qu'outil de promotion du territoire La route des Vins Goethe - (Brésil)

Le vin Goethe est produit dans la région d'Urussanga au Brésil depuis plus d'un siècle. Il trouve son identité spécifique dans la tradition vinicole locale et dans la variété des cépages.

Les producteurs, en partenariat avec le gouvernement local (município), les services publics d'agronomie, le gouvernement et l'Université fédérale de Santa Catarina travaillent à la reconnaissance de leur vin via une Indication géographique. «Vales da Uva Goethe» pourrait être l'une des premières Indications géographiques enregistrées par l'office national de la propriété intellectuelle, dans le cadre de la loi brésilienne. L'association des producteurs de vin Goethe PROGOETHE mène également des activités touristiques rurales dans une dynamique de développement local. Elle propose des visites de tourisme œnologique dans la région, en reliant les différentes activités économiques locales :

- visite d'un musée présentant l'histoire du vin et la culture vinicole de la région,
- visite de l'église et de son art sacré spécifique,
- visite et dégustation dans les caves du vin de Vales da Uva Goethe
- repas dans un célèbre restaurant servant ce vin.

Grâce à ce type d'activité touristique, l'économie de toute la région bénéficie de la célébrité et de la reconnaissance du vin.

Source: [www.progoethe.com.br/atrativos.php](http://www.progoethe.com.br/atrativos.php)





## Impliquer les acteurs locaux dans une stratégie territoriale étendue

Pour développer une stratégie territoriale étendue, il est nécessaire d'impliquer les acteurs des autres secteurs économiques locaux dans la démarche. Il est important d'organiser des réunions avec la communauté locale afin d'expliquer la démarche de valorisation de la qualité spécifique du produit en montrant qu'il s'agit aussi d'une opportunité pour tout le territoire du fait des interactions entre réseaux économiques et sociaux.

L'implication des acteurs publics locaux est nécessaire pour soutenir cette démarche de développement intégrée, en offrant les conditions favorables pour l'implication des différents secteurs et groupes sociaux. L'intérêt public doit guider la prise en compte non seulement des aspects économiques et commerciaux, mais aussi et surtout, des aspects sociaux, culturels et environnementaux dans la démarche. Dans de telles situations, la communauté locale, secteur privé et public, contribue à la reproduction des ressources locales et à la création d'opportunités pour d'autres activités économiques et sociales, et cette étroite collaboration entre partenaires locaux dans un objectif commun renforce la cohésion sociale.

Cette interaction entre secteurs, en particulier l'agriculture et le tourisme, n'est pas seulement pertinente au niveau local, mais peut aussi être envisagée au niveau national (voir étude de cas n° 7), par exemple pour mettre en valeur le patrimoine culinaire.

### Étude de cas

#### Étude de cas n° 7: IG et développement du tourisme rural (Maroc)

Au Maroc, les produits du terroir servent de point de départ pour mobiliser les différents acteurs locaux en vue du développement touristique dans les zones rurales. C'est le cas par exemple des produits tels que le safran de Taliouine et l'huile d'argan dans l'Anti-Atlas, qui servent de thématiques à des routes touristiques, avec des visites dans les villages, la présentation de techniques de production, des séances de dégustation et la possibilité d'acheter des produits. Certains groupes de villages, soutenus par des ONG, ont même développé des infrastructures pour que les touristes puissent prolonger leur visite en passant quelques nuits dans les villages. Les habitants ont été ainsi encouragés à investir dans la propreté et l'hygiène dans leur village. Ces mesures font partie d'un réseau de «tourisme durable», présenté sur Internet ([www.tourisme-atlas.com](http://www.tourisme-atlas.com)), qui permet à des touristes internationaux et nationaux de choisir leurs destinations liées aux territoires de produits typiques, tels que les routes du safran, de l'huile d'argan et de la rose, en identifiant les sites d'intérêt, les hébergements et les restaurants qui les intéressent. Ce projet de développement est soutenu par différents acteurs (Agence de développement social du Maroc; ONG Migrations et Développement; Agence française pour le développement; Union européenne).



Source : FAO, 2006. and [www.tourisme-atlas.com](http://www.tourisme-atlas.com)



## FICHE PRATIQUE

*Réfléchissez aux aspects évoqués dans ce chapitre par rapport à votre situation.*

### Répondez aux questions suivantes

#### S'engager pour le territoire

- Connaissez-vous toutes les ressources de votre territoire?
- Quelles sont les activités économiques qui utilisent également les ressources locales liées au produit IG et qui se situent sur le territoire?
- Comment fonctionne la coordination entre ces activités?
- La réputation de votre produit et la réputation du territoire sont-elles liées?
- Quel plan d'actions pourrait être mis en place pour associer les différents acteurs locaux dans une stratégie territoriale globale de promotion (communication, formation, etc.)?
- Quels sont les défis et les opportunités pour développer une telle stratégie?

#### Potentiel touristique

- Votre système de production est-il attractif pour les touristes? Pourquoi?
- Quel est le potentiel de développement en matière de tourisme rural/d'agritourisme (attractivité de la région, sites d'intérêt, restaurants, hôtels, etc.)? existe-t-il des possibilités pour les agriculteurs et éleveurs d'héberger des touristes sur les sites de production?
- Les acteurs publics locaux sont-ils conscients du potentiel des produits IG pour le développement rural? Sont-ils informés ou impliqués dans le développement du dispositif IG?
- Des consommateurs externes visitent-ils la région? Qui sont-ils?
- Quels sont les principaux avantages et contraintes?
- Quelles mesures peuvent être prises pour développer les ventes directes ou promouvoir le produit dans les restaurants et les hôtels (emballage amélioré, point de vente, contrat avec hôtels et restaurants, etc.)?

