

Spécial | Assises de l'Origine : pour une évolution du cahier des charges des IGP



C'est le temps fort du Salon de l'agriculture Nouvelle-Aquitaine ! Les Assises de l'Origine ! Elles portaient cette année sur le thème « IGP / AOP : véritables outils de protection des producteurs et des consommateurs ». Un rendez-vous dédié pour toutes les organisations qui se sont engagées dans la défense et la promotion des produits sous SIQO, Signes de la Qualité et de l'Origine. Le but était de faire ressortir les garanties apportées par les indications géographiques pour le producteur et pour le consommateur. Experts, producteurs, consommateurs ont donc pris la parole pendant cette matinée d'échanges. Une idée est ressortie : l'évolution du cahier des charges des IGP pour répondre au mieux aux exigences environnementales, au bien-être animal, et à plus d'équité...

« Faisons donc évoluer les cahiers des charges des IGP avant de créer de nouveaux labels ». Tels ont été les propos introduits par Dominique Graciet, président de la Chambre régionale d'agriculture de Nouvelle-Aquitaine et président du Salon de l'Agriculture N-A en ce 5 juin au matin lors des 21èmes Assises de l'Origine. Jean-Pierre Raynaud, vice-président de la Région Nouvelle-Aquitaine en charge de l'agriculture, lui, a précisé qu'aujourd'hui « ces SIQO doivent être expertisés pour comprendre leur poids économique ».

Fanny Hennequin, juriste INAO Service Juridique et International Cette dernière est intervenue sur l'intérêt de la protection juridique par les indications géographiques.



Elle a notamment présenté les dispositifs en matière de protection des IG et a énuméré les champs de protection en matière d'usurpations, de reprise à l'identique, de déclinaisons, d'imitations, d'évocations, de traductions et de détournement de notoriété. Pour lutter contre ces actes frauduleux, l'INAO (l'Institut National de l'Origine et de la Qualité) met en place une veille des marques déposées et des interventions pour celles non conformes. A ce jour, l'Institut a adressé 680 courriers en 2018 à l'INPI (l'Institut National de la Propriété Industrielle) pour des produits comparables et 319 aux déposants pour des étiquettes ou autres. Pour ce qui est des usurpations et des détournements, 89 courriers ont été envoyés toujours en 2018. A noter que les compétences en matière de protection des IG sont partagées avec d'autres administrations telles que la DGCCRF et la DGDDI qu'il s'agisse des produits frauduleux, des infractions ou des importations. Fanny Hennequin a conclu son intervention en mettant en avant le fait que « les consommateurs aujourd'hui sont sensibilisés grâce aux IG et nous font, ainsi, remonter leurs observations. »

Martine Damois, productrice et membre du syndicat du Piment d'Espelette AOP

« L'IG est un bouclier formidable » pour cette professionnelle. Et de poursuivre, « toute la complexité de notre appellation réside dans sa double singularité. Nous sommes une toute petite filière qui ne représente pas moins de 200 producteurs et parallèlement à cela nous possédons une notoriété internationale qui aiguise beaucoup d'appétit et il faut noter que nous ne sommes qu'un ingrédient au même titre que le sel ou le poivre. » Cette dernière a mis en avant les détournements de l'appellation Piment d'Espelette, de sa notoriété, de son logo, de son estampille ainsi que de son nom « alors que nous étions persuadés qu'il était protégé de fait. » Martine Damois a également souhaité pointer du doigt « la complexité de la protection de l'appellation ainsi que de la non gestion du nom » en illustrant ses propos par un exemple concret. « Il y a quelques années de cela, un constructeur automobile nous a demandé d'emprunter l'appellation Piment d'Espelette pour caractériser son véhicule. Nous en étions très fiers. Mais dans le même temps, une marque de préservatif nous a fait la même demande. Et là nous étions plus réticents. Or, si nous acceptons pour l'un nous devons accepter pour l'autre ! C'est notre appellation mais nous ne sommes pas libres de l'attribuer à qui nous voulons. »

Marc Roose, directeur ODG Foie Gras du Sud-Ouest depuis 1996



Marc Roose, membre depuis 2007 du comité AOP et membre du comité agrément et contrôle de l'INAO assure que « la mise en place d'une IGP n'est pas que défensive elle est également force de communication. En effet, les étiquettes apposées sur les produits permettent une certaine visibilité. La protection passe bel et bien par la communication et la sensibilisation de tous. Mais aussi, restons vigilants. Aujourd'hui, tout le monde veut faire du local. Il y a des vrais et des faux produits locaux. Evitons donc le local washing – les marques « dites » régionales. Et n'oubliez pas : L'IGP quand c'est écrit c'est garanti ! »

Siegmar Reiss, expert en application depuis janvier dernier au sein de l'EU IPO,

l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle



Ce dernier a projeté des graphiques montrant que de plus en plus de produits alimentaires étaient contrefaits, loin devant les jouets. « 24 % des produits détenus par les douanes sont des produits alimentaires. » L'EU IPO a créé l'Enforcement DataBase, une base de données gratuite qui aide la police et les douanes à reconnaître les contrefaçons. « Aujourd'hui, je suis présent devant vous, pour vous convaincre de répertorier votre appellation au sein de cette base de données afin de vous assurer une protection optimale. Nous vous permettons de vous protéger sans trop d'efforts pour un maximum d'efficacité ! »

Erik Thévenod-Mottet, relations commerciales internationales, Institut fédéral de la propriété intellectuelle – IPI Suisse



Tentant de vulgariser au maximum son discours, malgré des termes très techniques, Erik Thévenod-Mottet a exposé la complexité de l'attribution des noms de domaine sur le web. « Les IG ne peuvent pas accéder au mécanisme de dépôt du nom de domaine. Seuls les noms de marques le peuvent. Mais certains ont réussi à détourner cette exigence en inscrivant leur IG en qualité de marque. » Aujourd'hui, l'IPI a proposé une coalition de nombreux pays pour que les noms de domaine de première catégorie soient protégés et que si une marque souhaitait déposer un nom de domaine avec le nom d'une IG le pays qui hébergeait cette marque devait demander la permission à l'Etat abritant cette IG. Les USA, l'Australie, la Suède, le Royaume-Uni et les Pays-Bas ont refusé. Erik Thévenod-Mottet a conclu son intervention en s'adressant à la salle en demandant que l'« interprofession se mobilise ».

Lionel Lalagüe, directeur affaires publiques et internationales, Bureau National Interprofessionnel du Cognac Son intervention consistait à mettre en lumière les enjeux de la protection pour le Cognac. Tout comme Martine Damois et Fanny Hennequin, Lionel Lalagüe a présenté des contrefaçons de son produit et notamment à la foire de Cheingdu en Chine. Dans un souci de former la clientèle-consommatrice mais aussi les exposants et vendeurs, cinq raids ont été effectués au cours de cet événement. Des produits contrefaits ont été signalés, saisis par l'AIC et détruits sur place. Pour lutter contre cette contrefaçon une sensibilisation est indispensable sans omettre bien entendu « la notion de territorialité du produit. »



Table-ronde Marc Duret, directeur partenariat PME et monde agricole France chez Carrefour, Pierre Harambat, président du Consortium du Jambon de Bayonne, Joseph Giraud, directeur du Syndicat des Laiteries Charentes-Poitou ainsi que le président du centre technique régional des consommateurs.

Pierre Harambat s'est exprimé en premier pour poser le débat autour des cahiers des charges des IG. « Aujourd'hui, notre IG n'est pas parfaite, car notre société évolue. Les attentes ne sont pas les mêmes, les besoins également. Donc comment agir en répondant à ces nouvelles exigences environnementales, à cette prise de conscience du bien-être animal ? Nous nous devons de repenser notre cahier des charges. Et nous devons faire reconnaître l'impact du périmètre du SIQO, Signe de la Qualité et de l'Origine. » Même son de cloche du côté de Joseph Giraud. « Notre ambition première est de protéger nos producteurs tout en répondant aux attentes des consommateurs. Nous devons donc enrichir notre cahier des charges. Aussi, nous devons rester vigilants face aux produits frauduleux qui tentent de nous concurrencer. Et pour cela, il faut investir davantage, investir dans la communication pour faire connaître nos produits. » Marc Duret de répondre « Votre force c'est la qualité de votre cahier des charges. Nous avons créé en 1997 la marque 'Reflets de France' qui visait à valoriser le terroir, ce qui nous donne, nous Carrefour, une certaine légitimité. » Le Groupe de GMS travaille aujourd'hui avec 5 000 PME en alimentaire « même des entreprises de moins de 6 000 € de chiffre d'affaires ». Et de conclure que « les cahiers des charges sont nourris des préconisations des producteurs et qu'il est indispensable aujourd'hui de pousser la notoriété de l'IGP qui donne une véritable garantie et qualité au produit ». Le dernier à prendre la parole lors de cette table-ronde fut le porte-parole des consommateurs « c'est la première fois que vous nous donnez la parole et nous en sommes très fiers. » Il en a profité pour demander à ce que le consommateur soit consulté afin d'établir ces cahiers des charges.

Cette matinée d'Assises de l'Origine s'est achevée avec l'intervention de Claude Vermot-Desroches,



président d'Origine France et d'OrigIn Monde. En reprenant les idées exposées tout au long de la matinée, cet expert a souligné l'importance aujourd'hui d'entendre le bruit de fond de la société. « Chacun désire plus d'environnement, plus de bien-être animal, plus de durable, plus d'équité. Certes, il faut l'entendre mais il ne faut pas oublier pour autant la qualité du

produit. Le monde agricole rencontre des difficultés à se situer par rapport à ces nouvelles exigences sociétales. Le pouvoir appartient véritablement à ceux qui détiennent le produit, les IGP. Ils doivent se bouger beaucoup plus sinon ils vont mourir. Et d'un côté, nous devons trouver des moyens collectivement pour qu'ils soient défendus. » Faisant écho aux propos de Martine Damois, Claude Vermot-Desroches a mis en garde. « Il ne faut surtout pas s'amuser à donner le nom d'une IGP à un autre produit. L'IGP a une avance qui se réduit comme peau de chagrin. C'est un héritage, un savoir-faire, un goût, une transparence et une certification qu'il faut valoriser et faire évoluer absolument ! »



Sybille Rousse

Crédit Photo :

Publié sur aqui.fr le 05/06/20

[Url de cet arti](#)