

AOC et IGP en viande
Perspectives de ces démarches et
intérêt pour le troupeau allaitant

Compte rendu n° 2032211

OFIVAL 2002

**_*_*_*_*_

Didier BASTIEN
Service Viande

avec la participation de :
J. LUCBERT, J. MORAND, Y. QUI LICHI NI (Service Viande)
G. CARROTTE (chargé de mission programme Qualité)
P. PARGUEL (Service Lait)

Juin 2003

RESUME n° 2032211	AOC et IGP en viande Perspective de ces démarches et intérêt pour le troupeau allaitant
------------------------------------	--

Dans le contexte actuel de la viande bovine, le consommateur, après avoir recherché une réassurance sanitaire sur le produit, est aujourd'hui davantage demandeur d'informations sur les conditions d'élevage de l'animal qu'il va consommer. Il est aussi preneur notamment d'informations sur l'origine géographique et plus particulièrement, sur la zone d'élevage de l'animal, associant à cette indication géographique une image sur les conditions de production de l'animal.

Dans ce contexte de consommation, les démarches d'identification géographique (Appellation d'Origine Contrôlée – AOC – en France ou Appellation d'Origine Protégée – AOP – pour l'UE, et Indication Géographique Protégée – IGP) pourraient présenter un intérêt pour les filières viande souhaitant valoriser des produits issus d'un territoire.

Le travail réalisé présente les principaux points réglementaires de ces démarches (règlement européen n° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine et sa mise en application au niveau français à travers le décret n° 2000-886) et décrit les étapes importantes du processus d'obtention des AOC-AOP ou d'une IGP.

La France ne compte aujourd'hui qu'une seule AOC en viande bovine : le "Taureau de Camargue" (aucune en viande ovine) et 9 IGP (3 en gros bovin, 2 en veaux et 4 en agneaux). Ce qui représente un total en viande bovine de moins de 5 000 tonnes (moins de 5 % des viandes bovines sous signe officiel de qualité).

Si un certain nombre d'autres démarches sont en cours d'instruction, l'analyse de quelques exemples fait ressortir un certain nombre de contraintes qui apparaissent comme des freins majeurs au développement des AOC ou IGP en France. Il s'agit notamment de la lourdeur de la gestion administrative de ces dossiers, de la difficulté dans le cas de l'AOC à mettre en évidence une typicité du produit face à la forte variabilité qualitative en viande bovine, des exigences fortes des différentes commissions en terme d'apport de preuves pour justifier la typicité en lien avec le terroir. Côté IGP, la lourdeur du traitement des dossiers tient en grande partie au renforcement de la réglementation française sur l'obtention de ce signe en le subordonnant à un label ou une CCP. Tout ceci entraîne des délais de traitement de ces dossiers importants, de l'ordre de plusieurs années avant l'obtention du signe.

Ainsi, les perspectives de développement de ces signes distinctifs apparaissent relativement faibles et limitées, et devraient plutôt concerner les produits possédant déjà une certaine notoriété et une certaine réalité économique et commerciale. Les quelques exemples existants montrent qu'il est très difficile de créer une réputation et trouver un débouché sur un produit (notamment en dehors de la région concernée), quand ceux-ci n'existent pas au départ. D'ailleurs, les filières qui souhaitent communiquer sur une provenance géographique de la viande (zone d'élevage, ...) optent davantage aujourd'hui sur un étiquetage facultatif de leur produit permis par le règlement européen n° 1760/2000, plus simple et plus rapide à mettre en œuvre.

Enfin, les signes AOC ou IGP n'apparaissent pas comme des voies de segmentation importantes en terme de volume et surtout pouvant être mises en œuvre assez rapidement en réponse à la question du maintien de l'ensemble du troupeau allaitant français.

Mots clés : AOC, IGP, viande, territoire, étiquetage.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
I. - UN PEU D'HISTOIRE.....	5
11. - De la naissance du concept d'A.O.C en France.....	5
12. - ... A la mise en place d'une protection européenne des noms géographiques : AOP et IGP	6
13. - Le label... un des plus anciens.....	6
14. - La Certification Conformité Produit ... plus récent	6
15. - L'agriculture biologique	7
II . - LE CADRE REGLEMENTAIRE DE CES DEMARCHES.....	8
21. - Les appellations d'origine et indications géographiques	8
22. - L'Attestation de Spécificité ou Spécificité Traditionnelle Garantie.....	12
23. - Les labels et certification de conformité produit	13
24. - Les autres signes officiels.....	18
III. - EN PRATIQUE.....	25
31. - L'obtention d'une AOC/AOP	25
32. - L'obtention d'une IGP	32
33. - Les AOC/IGP et les marques commerciales.....	35
IV. - LES AOC/AOP ET IGP FRANÇAISES	
EN VIANDE BOVINE ET OVINE	36
41. - Une seule AOC/AOP sur les viandes bovines ou ovines en France	36
42. - Mais un certain nombre de démarches AOC en cours, plus ou moins avancées...	36
43. - Davantage de démarches viandes en IGP.....	37
44. - L'émergence de démarches privées en viande bovine	38
V. - ANALYSE DE CES DEMARCHES	39
51. - Les atouts des AOP/IGP pour la viande.....	39
52. - Les principaux points négatifs ou contraintes des démarches AOP/IGP en viande	42
53. - Les perspectives pour les démarches AOC-IGP en viande bovine	47
54. - Les démarches AOC-IGP et la question de l'avenir du troupeau allaitant	52
VI. - EN CONCLUSION : LES DEMARCHES AOC ET IGP EN FRANCE	
SUR LA VIANDE BOVINE.....	56
SOURCES DOCUMENTAIRES.....	59
ANNEXES	62

INTRODUCTION

Les habitudes d'achat et de consommation ont considérablement évolué au cours des dernières décennies. Les crises de l'ESB ont fortement entamé la confiance des consommateurs à l'égard de la viande bovine. Dans ce contexte, le consommateur a d'abord recherché une réassurance sanitaire sur le produit viande. Il est aujourd'hui davantage demandeur d'informations sur les conditions d'élevage de l'animal qu'il va consommer et est preneur notamment d'informations sur l'origine géographique, sur la zone d'élevage de l'animal, associant à cette indication géographique une image sur les conditions de production de l'animal.

Dans ce contexte de consommation, les démarches d'identification géographique (Appellation d'Origine Contrôlée - AOC - en France ou Appellation d'Origine Protégée - AOP - pour l'UE, et Indication Géographique Protégée - IGP -) pourraient présenter un intérêt pour les filières viande souhaitant valoriser des produits issus d'un territoire.

Seulement, cette segmentation ne concerne aujourd'hui que quelques démarches commerciales. Quelle est la situation actuelle de ces démarches en France ? Peuvent-elles présenter un intérêt pour la filière viande ? Quel peut en être les retombées pour le troupeau allaitant ?

Le travail consistera tout d'abord, après un bref historique sur l'origine de ces démarches, à en rappeler le contexte réglementaire, les processus d'obtention, leur importance aujourd'hui en France puis dans un second temps en se basant sur des exemples concrets, à en discuter l'intérêt pour le marché de la viande française globalement et pour le troupeau allaitant plus spécifiquement.

I. - UN PEU D'HISTOIRE...

11. - De la naissance du concept d'A.O.C en France...

Le concept d'A.O.C est né d'une volonté de protéger les produits désignés du nom de leur terroir pour éviter les impostures se servant de la renommée de ces appellations.

En effet, les vins et fromages ont depuis longtemps porté le nom géographique de la région dont ils provenaient. Cette dénomination, véritable authentification d'origine, allait faire le succès de ces produits et inciter à la contrefaçon...

↳ **Une première loi (loi du 1/08/1905)** allait jeter les premières bases du respect de l'origine car elle prévoit de punir : "quiconque aura trompé ou tenté de tromper le contractant, (...) sur l'espèce ou l'origine, lorsque la désignation de l'espèce ou de l'origine faussement attribuée aux marchandises devra être considérée comme la cause principale de la vente".

Près d'un siècle après leur élaboration, ces dispositions constituent toujours un des fondements de notre législation commerciale. Elles servent de base à la protection du consommateur, mais aussi à la protection des produits d'origine.

↳ C'est le **6 mai 1919** qu'est publiée la **loi qui définit "l'Appellation d'Origine"** en la consacrant comme un droit collectif de propriété qui ne peut jamais présenter un caractère générique ni tomber dans le domaine public. Cette loi confie la définition des appellations d'origine aux tribunaux qui ont à juger en fonction des usages locaux, loyaux et constants.

Ainsi, quand les producteurs voulaient obtenir une protection sur un nom géographique désignant leur production, ils s'adressaient à un tribunal pour faire condamner des contrefaçons. Les attendus du jugement, qui allaient par la suite faire jurisprudence, stipulaient le nom du produit, les éléments fondamentaux d'identification (poids, forme, croûte, couleur...), la délimitation de la zone de production et quelques éléments sur le savoir-faire en accordant dans la plupart des cas plus d'importance à la seule délimitation géographique qu'aux conditions de production.

La réglementation de l'appellation d'origine était alors essentiellement destinée à protéger le produit : les règles d'une appellation d'origine sont donc au départ une « interdiction » pour les autres, ceux qui ne sont pas dans l'appellation d'origine.

↳ La définition de l'appellation d'origine s'organise avec le décret de **loi du 30 juillet 1935** en AOC. En effet, en 1935, une petite révolution apparaît dans l'histoire de l'économie agricole française : la création d'une instance publique et professionnelle, le **Comité National des Appellations d'Origine des Vins et Eaux-de-vie**, auquel sont délégués des "pouvoirs réglementaires" importants. Dorénavant les décisions ne sont plus prises par l'Administration, ni par les Tribunaux, mais par un collège de professionnels réuni avec les pouvoirs publics. **En 1935, est instituée l'Appellation d'Origine Contrôlée** (à l'époque pour les seuls vins et eaux-de-vie), et le **Comité National des Appellations d'Origine** se dotera par la suite de moyens d'action en créant **l'I.N.A.O.**

↳ **En 1955**, Edgar FAURE fait adopter la **loi sur les Appellations d'Origine des fromages** qui mit un terme à la phase judiciaire et en confiait leur gestion à un Comité National des Appellations d'Origine Fromagères. Ce comité regroupait des professionnels et l'administration, mais il n'avait pas de moyen d'action, il n'était qu'une instance de consultation.

↳ A partir de 1970, la loi a institué la reconnaissance des appellations d'origine par voie réglementaire, après avis du C.N.A.O.F. Dans les années 1980, est apparue la nécessité de mieux définir des éléments de "qualité". Ainsi, pour que les commissions de contrôle de la qualité fonctionnent, il a fallu établir plus précisément les paramètres de qualité du produit comme le goût et la texture et être plus précis sur les conditions de production en précisant par exemple les aliments autorisés ou interdits pour l'alimentation des animaux. Toutefois, l'application des règles ainsi établies ne permet pas d'obtenir un "bon" fromage ; ces règles avaient plutôt pour but d'établir les limites acceptables de la diversité possible des produits et des pratiques.

↳ **La loi du 2 juillet 1990** élargit le concept d'AOC à **l'ensemble des produits agricoles ou alimentaires**, bruts ou transformés répondant aux dispositions susvisées. Ces produits ne peuvent bénéficier d'une AOC que s'ils "possèdent une notoriété dûment établie et font l'objet d'une procédure d'agrément".

Chaque AOC est définie par décret, sur proposition de l'I.N.A.O. Le décret délimite l'aire de production, détermine les conditions de production et d'agrément du produit.

12 - ... A la mise en place d'une protection européenne des noms géographiques : AOP et IGP

Cette mention AOC et la démarche qu'elle consacre sont désormais reconnues et protégées au plan européen.

Le 14 juillet 1992, a été transposé au niveau européen, à travers un règlement CEE n° 2081/92, la notion d'AOC en **Appellation d'Origine Protégée**. Toutefois, l'AOP ne s'applique pas aux secteurs des vins et eaux-de-vie, qui bénéficie d'une réglementation européenne spécifique (règlement 1493/1999).

En même temps, une deuxième protection communautaire a été créée : l'Indication Géographique Protégée (IGP) (même règlement n° 2081/92).

Le 3 janvier 1994, une loi française (**loi n° 94-2**) énonce les principes qui vont permettre l'application de cette législation européenne.

13. - Le label... un des plus anciens

Dans le contexte d'après-guerre, la France manifeste une forte volonté d'améliorer la qualité des ses produits agricoles, notamment dans une perspective d'exportation. La nécessité d'offrir cette garantie supérieure apparaît rapidement et aboutit à l'élaboration des labels agricoles.

Le label agricole est créé par la **loi d'orientation agricole du 5 août 1960**.

14. - La Certification Conformité Produit ... plus récent

La certification des produits alimentaires a été initiée beaucoup plus récemment, en 1988, dans le cadre d'une loi relative à l'adaptation de l'exploitation agricole à son environnement économique et social. Deux ans plus tard, en 1990, était finalement mise en place la certification de conformité. C'est le plus jeune des signes officiels de qualité.

15. - L'agriculture biologique

Dès 1980, la France met en place les règles pour définir et protéger l'agriculture biologique. En 1991, des règles communes strictes de production et de contrôle sont adoptées par l'Union Européenne pour les produits végétaux, puis élargies en 2000 pour les produits animaux.

II . - LE CADRE REGLEMENTAIRE DE CES DEMARCHES

21. - Les appellations d'origine et indications géographiques

=> les textes européens

Le règlement européen n° 2081/92 du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires est la base européenne commune à tous les états membres des appellations d'origine.

L'article 2 définit ces deux dénominations :

- a) "**appellation d'origine**" : le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire :
- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays
- et
- dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ;
- b) "**indication géographique**" : le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire :
- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays
- et
- dont une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

Ainsi, selon l'article 4 de ce règlement :

1. **Pour pouvoir bénéficier d'une appellation d'origine protégée (A.O.P) ou d'une indication géographique protégée (IGP)**, un produit agricole ou une denrée alimentaire doit être conforme à un cahier des charges.
2. **Le cahier des charges** comporte au moins les éléments suivants :
 - a) le nom du produit agricole ou de la denrée alimentaire (...),
 - b) la description du produit (...),
 - c) la délimitation de l'aire géographique (...),
 - d) les éléments prouvant que le produit agricole ou la denrée alimentaire sont originaires de l'aire géographique, au sens de l'article 2 (...),
 - e) la description de la méthode d'obtention du produit (...),
 - f) les éléments justifiant le lien avec le milieu géographique ou avec l'origine géographique au sens de l'article 2 (...),
 - g) les références concernant la ou les structures de contrôle prévues à l'article 10,
 - h) les éléments spécifiques de l'étiquetage liés à la mention "AOP" ou "IGP" (...).

La demande d'une AOP ou d'une IGP doit être réalisée par un "**groupement**", à savoir (*article 5*) : "toute organisation, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition, de producteurs et/ou de transformateurs concernés par le même produit agricole ou par la même denrée alimentaire".

Les structures de contrôles doivent "offrir des garanties suffisantes d'objectivité et d'impartialité à l'égard de tout producteur ou transformateur soumis à leur contrôle" (*article 10*) et "une structure de contrôle peut comporter un ou plusieurs services de contrôle désignés et/ou organismes privés agréés à cet effet par l'état membre".

A noter enfin "**qu'un nom** ne peut être enregistré comme appellation d'origine ou comme indication géographique lorsqu'il est en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale et que, de ce fait, il est susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit".

=> les textes français

. sur l'AOC

Les appellations d'origine sont définies à l'article L. 115-1 du Code de la Consommation.

constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains.

L'article L641-2 du Code Rural précise la **procédure d'attribution d'une AOC** :

Les produits agricoles, forestiers ou alimentaires, bruts ou transformés, peuvent se voir reconnaître exclusivement une appellation d'origine contrôlée (...)
Dans les conditions prévues ci-après, ces produits peuvent bénéficier d'une appellation d'origine contrôlée s'ils répondent aux dispositions de l'article L. 115-1 du code de la consommation, possèdent une notoriété dûment établie et font l'objet de procédures d'agrément.
L'appellation d'origine contrôlée ne peut jamais être considérée comme présentant un caractère générique et tomber dans le domaine public (...)

Après avis des syndicats de défense intéressés et, le cas échéant, de l'organisme de défense et de gestion visé à l'article L. 641-25, l'Institut national des appellations d'origine propose la reconnaissance des appellations d'origine contrôlées, laquelle comporte la délimitation de l'aire géographique de production et la détermination des conditions de production et d'agrément de chacune de ces appellations d'origine contrôlées.

La procédure de définition d'une AOC est fixée selon l'article 641-3 :

Chaque appellation d'origine contrôlée est définie par décret sur proposition de l'Institut national des appellations d'origine".

Le décret délimite l'aire géographique de production et détermine les conditions de production et d'agrément du produit (...)

Les syndicats de défense sont définis par l'article L641-25 du Code Rural :

Les syndicats ou associations de producteurs d'un produit d'appellation d'origine contrôlée au sens de l'article L. 641-2, ainsi que leurs groupements, peuvent faire l'objet d'une reconnaissance en qualité d'organismes de défense et de gestion par l'autorité administrative compétente, sur une zone de production, pour un produit ou groupe de produits déterminés.

Selon l'article L 641-5 :

L'Institut national des appellations d'origine est un établissement public administratif jouissant de la personnalité civile. Il comprend :

- 1) Un comité national des vins et eaux-de-vie, cidres, poirés et apéritifs à base de vins, cidres et poirés ;
- 2) Un comité national des produits laitiers ;
- 3) Un comité national des produits autres que ceux couverts par les instances mentionnées ci-dessus ;
- 4) Un comité national pour les indications géographiques protégées.

Ces comités sont composés de représentants des professionnels, de représentants des administrations et de personnes qualifiées assurant notamment la représentation des consommateurs.

Chacun de ces comités se prononce pour les produits de sa compétence sur les questions mentionnées aux *articles L. 641-2, L. 641-3 et L. 641-6*.

Selon l'article L 641-6 du Code Rural :

L'Institut national des appellations d'origine est compétent pour l'ensemble des produits agricoles ou alimentaires, bruts ou transformés (...)

Après avis des syndicats de défense intéressés, l'Institut national des appellations d'origine propose la reconnaissance des appellations d'origine contrôlées, laquelle comporte la délimitation des aires géographiques de production et la détermination des conditions de production et d'agrément de chacune de ces appellations d'origine contrôlées.

Le décret n° 91-368 du 15 avril 1991 portant sur l'organisation et le fonctionnement de l'I.N.A.O. mentionne également (article 1) : "l'I.N.A.O. mentionné à l'article L641-5 du Code Rural est placé sous la tutelle du ministre de l'agriculture".

. sur l'AOP et l'IGP

La mise en application du règlement européen 2081/92 sur les AOP et IGP au niveau national est régi par le décret n° 2000-826 du 26 août 2000.

Ainsi, le lien entre AOC et AOP est très clairement établi selon l'article 2 :

L'examen des demandes d'enregistrement ou de modification des appellations d'origine protégées mentionnées à l'article L. 642-1 du code rural s'effectue dans le cadre de l'instruction des demandes de reconnaissance ou de modification des appellations d'origine contrôlées, diligentée selon la procédure définie à l'article L. 641-2 du code rural.

De même, le processus de **demande d'enregistrement d'une indication géographique** est dictée par ce décret.

Les demandes d'enregistrement d'indications géographiques protégées et les demandes de modification du cahier des charges d'indications géographiques protégées sont déposées auprès du ministre de l'agriculture.

Toute demande est accompagnée :

- a) Du projet de cahier des charges mentionné à l'article 4 du règlement (CEE) n° 2081/92 du 14 juillet 1992 (...)
- b) Conformément à l'article L. 642-1 du code rural, du cahier des charges prévu à l'article L. 643-2 ou à l'article L. 643-3 du même code et sur lequel repose la demande d'indication géographique protégée, ou du dossier de demande d'homologation ou de modification de ce cahier des charges, constitué dans les conditions prévues par le décret du 12 mars 1996 (...)

Après avoir vérifié la recevabilité de la demande et avoir, le cas échéant, fait compléter le dossier, le ministre de l'agriculture le transmet à l'Institut national des appellations d'origine, à la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires et au ministre chargé de la consommation (...).

La demande fait l'objet d'une consultation publique. Cette consultation est organisée par l'Institut national des appellations d'origine, en liaison avec la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires (...).

La demande est publiée au Journal officiel de la République française, au Bulletin officiel de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes et au Bulletin officiel de la propriété industrielle.

Selon l'article L642-1 du Code Rural :

Seuls les produits ayant obtenu un label ou une certification de conformité peuvent bénéficier d'une indication géographique protégée.

L'Institut national des appellations d'origine propose, sur la base du cahier des charges visé aux articles L. 643-1 et L. 643-3, la reconnaissance des produits susceptibles de bénéficier d'une indication géographique protégée après avis de la **Commission nationale des labels et des certifications de produits** agricoles et alimentaires. Cette proposition, homologuée par arrêté conjoint du ministre de l'agriculture et du ministre chargé de la consommation, comprend la délimitation de l'aire géographique de production et la détermination des conditions de production de chacun de ces produits.

Le contrôle des conditions de production des produits bénéficiant d'une appellation d'origine est placé sous la responsabilité de l'Institut national des appellations d'origine. Le contrôle des conditions de production d'un produit bénéficiant d'une indication géographique protégée est placé sous la responsabilité de l'Institut national des appellations d'origine, qui peut en déléguer l'exercice à l'organisme certificateur agréé conformément à l'article L. 643-5 pour la délivrance du label ou de la certification de conformité sur lequel repose l'indication géographique protégée.

22. - L'Attestation de Spécificité (AS) ou Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)

L'attestation de spécificité des produits agricoles et des denrées alimentaires est régie par le règlement (CEE) n° 2082/92 du 14 juillet 1992.

Article 3 :

La Commission institue et gère un registre des attestations de spécificité sur lequel figurent les noms des produits agricoles et les denrées alimentaires dont **la spécificité a été reconnue au niveau communautaire** conformément au présent règlement (...).

Article 4 :

1. Pour figurer au registre visé à l'article 3, un produit agricole ou une denrée alimentaire doit, **soit être produit à partir des matières premières traditionnelles**, soit présenter **une composition traditionnelle ou un mode de production et/ou de transformation qui relève du type de production et/ou de transformation traditionnel.**
2. Ne peut être enregistré, un produit agricole ou une denrée alimentaire dont la spécificité :
 - a) réside dans la provenance ou l'origine géographique ;
 - b) résulte uniquement de l'application d'une innovation technologique.

Au niveau français, les demandes d'enregistrements des attestations de spécificités s'effectuent dans le cadre des dispositions mentionnées pour les labels et la certification dans le Code Rural (chapitre III). Comme pour l'IGP, l'AS n'est accessible en France qu'aux produits bénéficiant d'un label ou d'une CCP. Comme les labels et les certificats de conformité, l'examen des demandes est réalisé par la section examen des référentiels de la CNLC (décret 96-193).

23. - Les labels et certification de conformité produit (C.C.P.)

La loi française impose donc à toute démarche souhaitant bénéficier d'une IGP d'obtenir au préalable le label ou la certification.

Les labels et certificats de conformité sont régis par un décret n° 96-193 du 12 mars 1996.

Selon le Code Rural :

Article L643-2 :

Les labels agricoles attestent qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé possède un ensemble distinct de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges et établissant un niveau de qualité supérieure.

L'origine géographique ne peut figurer parmi les caractéristiques spécifiques que si elle est enregistrée comme indication géographique protégée, sous réserve des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 643-4.

Ce produit doit se distinguer des produits similaires de l'espèce habituellement commercialisés, notamment par ses conditions particulières de production ou de fabrication et, le cas échéant, par son origine géographique.

Seuls des producteurs ou des transformateurs organisés en groupement, quelle qu'en soit la forme juridique, sont habilités à demander la délivrance d'un label.

Article L643-3 :

La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées dans un cahier des charges portant, selon le cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement et, le cas échéant, l'origine géographique de la denrée ou du produit lorsque cette origine est enregistrée comme indication géographique protégée, sous réserve des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 643-4.

Article L643-4 :

Le label ou la certification de conformité ne peut pas comporter de **mention géographique** si cette dernière n'est pas enregistrée comme indication géographique protégée.

Toutefois, si l'autorité administrative a demandé l'enregistrement de cette mention géographique comme indication géographique protégée, le label ou la certification de conformité peut comporter cette mention, y compris dans les caractéristiques spécifiques, jusqu'à la date de la décision relative à son enregistrement.

Des avis sont émis sur des demandes d'homologation des cahiers des charges par une **Commission nationale des labels et des certifications**.

Article L646-1 :

Une Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires est chargée de donner des avis au ministre de l'agriculture et au ministre chargé de la consommation sur la délivrance des signes d'identification que sont le label, la certification de conformité, la certification du mode de production biologique et la dénomination "montagne" et de proposer toutes mesures susceptibles de concourir à leur bon fonctionnement, leur développement et leur valorisation.

Un décret en Conseil d'Etat fixe la composition et les modalités de fonctionnement de cette commission.

L'article 2 du titre II du décret 96-193 précise que :

La Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires comprend une section examen des référentiels, une section agrément des organismes certificateurs, une section agriculture biologique, ainsi qu'une commission permanente.

La section examen des référentiels est chargée de donner son avis au ministre de l'agriculture et au ministre chargé de la consommation sur :

- a) Les demandes d'homologation des cahiers des charges de labels agricoles présentées en application de l'article L. 643-6 du code rural ;
- b) Le respect, par les cahiers des charges établis en vue d'une certification de conformité, des dispositions de l'article L. 643-3 du code rural ;
- c) Les notices techniques définies à l'article 23 ci-dessous ; (...)

La section agrément des organismes certificateurs est chargée de donner son avis au ministre de l'agriculture et au ministre chargé de la consommation sur :

- a) Les demandes d'agrément des organismes certificateurs mentionnés à l'article L. 643-5 du code rural (...).

En outre, d'après l'article 8 de ce décret :

Les organismes chargés en application des articles L. 643-5 et L. 645-1 du code rural **de la certification des produits** mentionnés à l'article 1er du présent décret **sont agréés** par arrêté conjoint du ministre de l'agriculture et du ministre chargé de la consommation après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires. Ils sont agréés pour délivrer soit des labels agricoles, soit des certificats de conformité, soit des certificats du mode de production biologique, soit plusieurs de ces certifications.

Ils ne peuvent être agréés qu'après avoir été **accrédités, sur la base de la norme EN 45011** en vigueur à la date de l'accréditation, mentionnée respectivement aux articles 9-11, 10-3 et 14-3 des règlements du Conseil des Communautés européennes n°s 2092/91, 2081/92 et 2082/92 susvisés, par le Comité français d'accréditation ou par un autre organisme reconnu comme répondant à des exigences équivalentes. L'accréditation a pour objet de vérifier l'indépendance, l'impartialité et la compétence de l'organisme certificateur.

Lorsqu'ils mènent des opérations de contrôle de produits en dehors des activités de certification pour lesquelles ils ont été agréés, ils doivent justifier qu'ils ont mis en place en leur sein une organisation distincte pour conduire de telles opérations et que celles-ci n'interfèrent en aucun cas avec leurs activités de certification.

Le processus d'homologation des labels ou des certificats de conformité est explicité dans les titres IV et V du décret :

Titre IV : **De l'homologation des labels**

Article 18 :

L'homologation d'un label agricole repose sur l'homologation d'un cahier des charges et l'agrément d'un organisme certificateur assurant le respect de ce cahier des charges.

Le cahier des charges est homologué au nom du groupement, au sens de l'article L. 115-22 du code de la consommation, qui demande la délivrance d'un label agricole.

Les labels agricoles sont homologués par arrêté conjoint des ministres chargés de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires (...).

Article 19 :

Toute demande d'homologation d'un label doit être déposée auprès du secrétariat de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires et doit être accompagnée d'un dossier comprenant :

- la désignation précise du produit ;
- l'identification et les statuts du groupement demandeur du label (...)
- un cahier des charges définissant un ensemble distinct de qualités et de caractéristiques spécifiques, établissant un niveau de qualité supérieure et indiquant les méthodes de contrôle afférentes à ces caractéristiques ;
- les éléments justificatifs permettant d'établir le niveau de qualité supérieure du produit ;
- une étude de faisabilité technique de mise en oeuvre du label ;

- un modèle d'étiquetage ;
- une fiche de synthèse de ce dossier ;
- le nom de l'organisme certificateur déjà agréé pour le produit ou la demande d'agrément prévue aux articles 9 et 10.

Article 20 :

En cas de demande d'indication géographique protégée ou d'attestation de spécificité, au cahier des charges du label devra être joint, conformément au décret du 6 juillet 1994 susvisé, le cahier des charges prévu respectivement à l'article 4 du règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 susvisé ou à l'article 6 du règlement (CEE) n° 2082/92 du Conseil du 14 juillet 1992 susvisé.

Article 21 :

Tout cahier des charges d'un label agricole, avant d'être examiné par la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires, section Examen des référentiels, doit avoir fait l'objet d'une consultation publique (...).

Article 23 :

Le cas échéant, **une notice technique** définit les critères minimaux à respecter par les cahiers des charges des labels agricoles ainsi qu'un plan de contrôle minimal. Cette notice fait l'objet d'une consultation publique dans les mêmes conditions que celles prévues à l'article 21 du présent décret. Elle est approuvée par arrêté des ministres chargés de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires.

Ainsi, des notices techniques ont été rédigées pour les gros bovins de boucherie (approbation interministérielle par arrêté du 7 août 1997), pour les veaux de boucherie nourris au lait entier ou nourris sous la mère (arrêté du 19 décembre 1990) et pour les agneaux (arrêté du 15 février 2001).

Titre V : Des cahiers des charges de certification de conformité.

Article 26 :

Les cahiers des charges de certification de conformité sont adressés au secrétariat de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires. Les cahiers des charges comprennent :

- l'identité du demandeur ;
- l'indication précise du produit ;
- les caractéristiques spécifiques du produit ou les règles préalablement fixées pouvant donner lieu à certification ainsi que les méthodes de contrôle correspondantes ;
- un modèle d'étiquetage.

Les cahiers des charges sont accompagnés d'une fiche de synthèse du dossier indiquant notamment les caractéristiques certifiées qui figureront sur l'étiquetage du produit.

Article 27 :

Avant la vérification opérée dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 2 du présent décret par la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires, section Examen des référentiels, le cahier des charges fait l'objet d'une consultation publique (...)

Article 28 :

Un certificat de conformité ne peut être délivré avant que le cahier des charges auquel il se réfère n'ait fait l'objet d'un avis favorable de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires, section Examen des référentiels (...).

Article 30 :

En cas de demande d'indication géographique protégée ou d'attestation de spécificité, au cahier des charges servant de base à une certification de conformité devra être joint, conformément au décret du 6 juillet 1994 susvisé, le cahier de charges prévu respectivement à l'article 4 du règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 susvisé ou à l'article 6 du règlement (CEE) n° 2082/92 du Conseil du 14 juillet 1992 susvisé.

Article 31 :

L'homologation d'une certification de conformité attestant l'origine géographique repose sur l'homologation d'un cahier des charges et l'agrément d'un organisme certificateur assurant le respect de ce cahier des charges.

Les certifications de conformité qui attestent **l'origine géographique** sont homologuées par arrêté conjoint des ministres chargés de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires.

L'arrêté d'homologation comporte la mention de l'arrêté d'agrément de l'organisme certificateur. Il est fait mention de l'arrêté d'homologation au Journal officiel de la République française .

24. - Les autres signes officiels

=> l'appellation "montagne"

L'utilisation du terme "montagne" est **définie** par un décret n° 2000-1231 du 15 décembre 2000.
Pour qu'un produit bénéficie de cette appellation, selon *l'article 1* :

l'aire géographique de toutes les opérations de production, d'élevage, d'engraissement, d'abattage et de préparation, de fabrication, d'affinage et de conditionnement des denrées alimentaires, autres que les vins, et des produits agricoles non alimentaires et non transformés utilisant le terme montagne, de même que la provenance des matières premières entrant dans l'alimentation des animaux ou dans la fabrication de ces denrées et produits, doit être située dans une zone de montagne en France répondant aux critères définis *aux articles 3 et 4* de la loi du 9 janvier 1985 susvisée.

En outre, selon *les article 2 et article 3* :

Article 2 : il est fait exception aux dispositions de l'article 1^{er} dans les cas suivants :

- 1- l'obligation de provenance d'une zone de montagne ne s'applique pas aux matières premières qui, pour des raisons naturelles, ne sont pas produites dans une zone de montagne ;
- 2- pour les matières premières provenant de zones de montagne, ces zones de montagne peuvent être situées hors de France ;
- 3- lorsque les conditions techniques l'imposent et lorsqu'ils ne peuvent être produits en quantité suffisante, l'obligation de provenance d'une zone de montagne ne s'applique pas aux céréales et aux oléoprotéagineux utilisés pour l'alimentation des animaux ;
- 4- lorsque les conditions techniques l'imposent, les lieux d'abattage des animaux peuvent ne pas être situés dans une zone de montagne ;
- 5- lorsque les conditions techniques l'imposent, les lieux de conditionnement des denrées alimentaires ou des produits agricoles peuvent ne pas être situés dans une zone de montagne.

Article 3 : **Des règlements techniques nationaux** peuvent, par produit ou par catégorie de produits préciser les conditions d'application de l'article 2 (...) Le règlement technique national est approuvé par arrêté conjoint du ministre de l'agriculture et du ministre chargé de la consommation .

De plus, concernant l'autorisation d'utiliser ce terme :

Article 4 :

Tout professionnel, personne physique ou morale, ou tout groupement de professionnels, quelle que soit sa forme juridique, qui participe à la production ou à la transformation des denrées alimentaires, autres que le vin, et à la fabrication des produits agricoles non alimentaires et non transformés, doit, s'il veut utiliser le terme "montagne" pour ces denrées alimentaires ou produits agricoles originaires de France, en demander au préalable l'autorisation administrative prévue à l'article L. 644-2 du code rural.

Article 5 :

la demande d'autorisation prévue à l'article 4 est adressée au préfet de région du lieu de la dernière transformation pour les denrées alimentaires ou du lieu de production pour les produits agricoles non alimentaires et non transformés(...)

Article 6 :

La demande d'autorisation est accompagnée d'**un dossier** comprenant :

- a) le nom et le domicile du demandeur et, si le demandeur est une personne morale, son statut juridique et l'adresse de son siège social ;
- b) s'il y a lieu, le nom et l'adresse des professionnels intervenant dans les opérations de production, d'élevage, d'engraissement, d'abattage et de préparation, de fabrication, d'affinage et de conditionnement de la denrée alimentaire ou du produit agricole ;
- c) un cahier des charges précisant :
 - 1- la dénomination et la description de la denrée alimentaire ou du produit agricole ;
 - 2- les conditions d'obtention ou les techniques de fabrication de la denrée alimentaire ou du produit agricole,
 - 3- l'aire géographique de production des matières premières,
 - 4- le lieu de fabrication et de conditionnement de la denrée alimentaire,
 - 5- les méthodes et moyens de contrôle prévus pour garantir l'origine de montagne du produit ou de la denrée et le respect des règles mentionnées au 2è, ainsi que les enregistrements prévus pour permettre aux services administratifs de vérifier la bonne exécution des contrôles,
 - 6- s'il y a lieu, la référence du règlement technique national applicable.

Article 7 :

La demande d'autorisation est soumise par le préfet de région pour avis à la **commission régionale des produits alimentaires de qualité** (...)

A l'issue de la procédure, l'autorisation d'utiliser le terme "montagne" est délivrée par arrêté du préfet de région.

=> l'agriculture biologique

Les principes concernant les produits de l'agriculture biologique sont définis dans le chapitre V du Code Rural (*article L645-1*) :

La qualité de produits de l'agriculture n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse, dite "agriculture biologique", ne peut, sous quelque formulation que ce soit, être attribuée qu'aux produits agricoles transformés ou non répondant aux conditions de production, de transformation et de commercialisation fixées par **les cahiers des charges homologués** par arrêté interministériel ou, le cas échéant, par le règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil, du 24 juin 1991, concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires.

Le contrôle des conditions de production, de transformation et de commercialisation des produits agricoles et des denrées alimentaires issus de l'agriculture biologique est

effectué par des organismes certificateurs agréés par l'autorité administrative dans les conditions prévues à l'article L. 643-5.

Ainsi, pour la production de viande, plusieurs cahiers des charges ont été homologués par arrêté interministériel (arrêté du 21 décembre 1992) concernant les vaches nourrices, les jeunes et gros bovins de boucherie, les veaux de boucherie et les ovins, puis repris en un seul cahier des charges concernant toutes les productions animales, homologués le 28/08/2000.

Tout comme les labels ou les certificats de conformité, la dénomination "agriculture biologique" pour un produit est régie par le décret n° 96-193 relatif à la certification des denrées alimentaires et des produits agricoles.

En effet, selon ce décret, la certification "s'applique également au mode de production biologique tel que défini par le règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991 modifié susvisé et la loi du 4 juillet 1980 modifiée susvisée".

=> les autres marques...

. "l'étiquetage facultatif de la viande"

Le règlement (CE) n° 1760/2000 du 17 juillet 2000 établissant un système d'identification et d'enregistrement des bovins et concernant l'étiquetage de la viande bovine et des produits à base de viande bovine, définit les règles de l'étiquetage obligatoire de la viande bovine dans l'Union Européenne et celui de l'étiquetage facultatif.

Dans le cas de l'étiquetage obligatoire, l'étiquette doit faire apparaître :

- "un numéro ou code de référence assurant la relation entre la viande et l'animal ou les animaux",
- "le numéro d'agrément de l'abattoir",
- "le numéro d'agrément de l'atelier de découpage",
- "l'état membre ou le pays tiers de naissance",
- "les états membres ou les pays tiers où a eu lieu l'engraissement",
- "l'état membre ou le pays tiers où a eu lieu l'abattage".

et lorsque la viande provient d'animaux, nés, détenus et abattus :

- dans le même état membre, la mention "origine (nom de l'état membre)",
- dans le même pays tiers, la mention "origine (nom du pays tiers)".

De plus, ce règlement permet l'apposition sur les étiquettes de toutes informations "en sus de celles qui concernent le lieu de naissance, d'engraissement et d'abattage de l'animal ou des animaux dont la viande bovine provient" et ceci "**dans le cadre du système d'étiquetage facultatif de la viande bovine**".

Ce système d'étiquetage facultatif est justifié dans ce règlement par le fait "qu'il est également nécessaire de prévoir un cadre communautaire d'étiquetage de la viande bovine pour couvrir les mentions autres que celles exigées par le système d'étiquetage obligatoire et, au vu de la diversité des descriptions de la viande bovine commercialisée dans la Communauté, l'établissement d'un système d'étiquetage facultatif est la solution la plus appropriée. L'efficacité d'un tel système d'étiquetage facultatif tient à la possibilité de remonter jusqu'à l'animal ou jusqu'aux animaux dont provient la viande bovine étiquetée. Il y a lieu que les mesures

adoptées par un opérateur ou une organisation en matière d'étiquetage fassent l'objet d'un cahier des charges à transmettre à l'autorité compétente pour agrément".

D'autre part, il est également mentionné que "Les dispositions du présent règlement ne doivent pas porter atteinte au règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires".

Ce règlement ne permet pas l'apposition d'une marque à proprement parler mais **d'indications de différentes natures sur l'étiquette**. Cette information peut aussi bien concerner des caractéristiques des animaux dont la viande provient (**race, catégorie, zone d'élevage, ...**) que les conditions de transformation du produit (**maturation,...**).

Pour réaliser cet **étiquetage facultatif**, le règlement indique **les modalités à suivre**, notamment, selon l'article 16 :

"Chaque opérateur ou organisation adresse à l'autorité compétente de l'État membre dans lequel la viande bovine en question est produite ou commercialisée un cahier des charges pour agrément (...)

Les cahiers des charges d'étiquetage facultatif indiquent :

- les informations à mentionner sur l'étiquette,
- les mesures à prendre pour garantir la véracité de ces informations,
- le système de contrôle applicable à toutes les étapes de la production et de la vente, y compris les contrôles auxquels doit procéder un organisme indépendant reconnu par l'autorité compétente et désigné par l'opérateur ou l'organisation. Ces organismes doivent répondre aux critères énoncés dans la norme européenne EN/45011,
- dans le cas d'une organisation, les mesures à prendre à l'encontre de tout membre qui ne respecterait pas le cahier des charges (...)

L'agrément d'un cahier des charges suppose la caution de l'autorité compétente, obtenue sur la base d'un examen détaillé des éléments visés au paragraphe 1, du fonctionnement correct et fiable du système d'étiquetage prévu et, en particulier de son système de contrôle (...)

Tout cahier des charges prévoyant des étiquettes contenant des informations trompeuses ou insuffisamment claires est également rejeté.

Un État membre décide que le nom d'une ou de plusieurs de ses régions ne peut être utilisé, notamment lorsque le nom d'une région :

- pourrait donner lieu à des confusions ou à des difficultés de contrôle (...)
- est réservé pour des viandes bovines dans le cadre du règlement (CEE) n° 2081/92.

Dans le cas d'une autorisation, le nom de la région est complété par le nom de l'État membre".

Ainsi, en France, les autorités compétentes pour délivrer les agréments de ces cahiers des charges pour un étiquetage facultatif des viandes bovines sont **la DGAL et la DGCCRF**.

- **Le cahier des charges INTERBEV permettant un étiquetage sur l'origine, la race ou la maturation**

Dans le cadre du règlement 1760/2000 définissant les règles de l'étiquetage facultatif, INTERBEV a rédigé un avenant (AVVBF02A du 16 septembre 2000) au cahier des charges "Viande Bovine Française" destiné aux opérateurs qui souhaitent compléter leur étiquetage VBF par des mentions portant sur :

- la précision de l'origine
ou
- la précision de la race bovine
ou
- la précision de la durée de maturation.

Cet avenant précise les exigences techniques à remplir par les opérateurs, leur engagement, le plan de contrôle et le suivi des écarts.

Les exigences techniques portent soit :

- sur **des localisations particulières** avec les libellés possibles :

- "bovin né et élevé en (nom de zone administrative ou nom de pays)"
- "bovin né en France et élevé en (nom de zone administrative ou nom de pays)"
- "bovin né en France et engraisé (ou fini) en (nom de zone administrative ou nom de pays)"
- "bovin né, élevé et fini à (nom d'un élevage et commune)"
- "bovin provenant de (nom d'un élevage et commune)"
- "bovin né, élevé et fini en (nom de zone et nom de l'élevage avec sa commune)"
- "bovin provenant de (nom de zone et nom de l'élevage avec sa commune)"

- sur **une durée minimale de maturation** (cette durée ne pouvant en aucun cas être inférieure à celle du cahier des charges VBF)

- sur **la race des animaux** (la race devant être l'une des races précisées dans l'annexe 1 de l'accord interprofessionnel), avec les libellés possibles :

- . "race (nom de la race)" ou "race bovine (nom de la race)",
- . "bovin de race (nom de la race)" ou "bovin (nom de la race)",
- . "bœuf (ou autre catégorie) (nom de la race)",
- . "viande bovine (nom de la race)" ou "viande (nom de la race)".

. les marques privées

Une marque peut être individuelle ou collective.

La marque individuelle est détenue par un opérateur qui l'exploite lui-même, alors que la marque collective est exploitée par plusieurs opérateurs selon des modalités fixées dans un règlement d'usage.

Les marques de fabrique, de commerce ou de service servant à distinguer des produits ou services sont régies par le Code de la propriété intellectuelle.

Ainsi, selon *l'article L711-1*, est défini comme marque :

La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

Peuvent notamment constituer un tel signe :

- a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;
- b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;
- c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs.

Il est également mentionné, *article L711-2* :

Le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés.

Sont dépourvus de caractère distinctif :

- a) Les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service ;
- b) Les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service ;
- c) Les signes constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit, ou conférant à ce dernier sa valeur substantielle.

Le caractère distinctif peut, sauf dans le cas prévu au c, être acquis par l'usage.

De plus, *article 711-4* :

ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe (...) de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou **la provenance géographique** du produit ou du service (...) ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment à **une appellation d'origine protégée** ;

"La demande d'enregistrement de marque est déposée soit à l'Institut national de la propriété industrielle, soit au greffe du tribunal de commerce, ou du tribunal de grande instance (*Article R712-1*), dans la classe du produit concerné (ex : classe 29 : viandes, poissons, volailles et gibiers)".

"Tout dépôt reconnu recevable est publié au Bulletin officiel de la propriété industrielle" (*Article R712-8*).

"L'enregistrement produit ses effets à compter de la date de dépôt de la demande pour une période de dix ans indéfiniment renouvelable" (*Article L712-1*).

. le cas particulier des marques collectives

Le Code de la propriété intellectuelle définit également les marques collectives.

Article L715-1

La marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement.

La marque collective de certification est appliquée au produit ou au service qui présente notamment, quant à sa nature, ses propriétés ou ses qualités, des caractères précisés dans son règlement(...).

Article L715-2

Les dispositions du présent livre sont applicables aux marques collectives, sous réserve, en ce qui concerne les marques collectives de certification, des dispositions particulières ci-après ainsi que de celles de l'article L. 715-3 :

1. Une marque collective de certification ne peut être déposée que par une personne morale qui n'est ni fabricant, ni importateur, ni vendeur des produits ou services ;
2. Le dépôt d'une marque collective de certification doit comprendre un règlement déterminant les conditions auxquelles est subordonné l'usage de la marque ;
3. L'usage de la marque collective de certification est ouvert à toutes les personnes, distinctes du titulaire, qui fournissent des produits ou des services répondant aux conditions imposées par le règlement ; (...)
5. La demande d'enregistrement est rejetée lorsqu'elle ne satisfait pas aux conditions fixées par la législation applicable à la certification.

Ainsi, la marque (individuelle ou collective) ne se confond pas avec la marque collective de certification. La marque collective de certification est la propriété d'un organisme certificateur agréé par les Pouvoirs publics, apposée sur des produits contrôlés et certifiés (label, certification de conformité, agriculture biologique) respectant un règlement technique déposé à l'INPI lors de la demande d'enregistrement de la marque.

Cette marque collective de certification ne peut être cédée et lorsque l'organisme disparaît ou voit son agrément retiré, son emploi est gelé pour une période de dix ans.

III. - EN PRATIQUE....

31. - L'obtention d'une AOC/AOP

=> rappels des objectifs de l'AOC/AOP

L'AOC a pour vocation de protéger une dénomination géographique ayant donné son nom à un produit qui en est originaire et dont les caractères sont étroitement liés au milieu, au terroir et aux talents particuliers des hommes. Cela sous-entend l'impossibilité d'une reproduction à l'identique ailleurs.

=> que doit-on prouver pour l'obtention d'un AOC/AOP ?

Pour prétendre à la reconnaissance en A.O.C/AOP et donc à la protection juridique qui en découle, il importe de pouvoir clairement justifier que le produit considéré est à la fois :

- un produit originaire d'une certaine localisation dont il porte le nom,
- qui possède des caractéristiques propres,
- dues à cette origine,
- et qui le font se distinguer des autres.

Plus précisément :

- **"originaires d'une certaine localisation"** : cela signifie qu'on est capable de **délimiter** une certaine aire géographique :
 - 1) que l'on peut définir par des **critères naturels physiques** relatifs au sous-sol, au sol, à la topographie (pente et exposition) et au climat,
 - 2) dans laquelle des **hommes** ont au cours des temps passés choisi des **pratiques** adaptées à ces critères naturels : les choix ont porté sur les modes d'alimentation, les races, etc... Ces choix de pratique concernent avant tout les éleveurs (producteurs de la matière première) mais peuvent aussi concerner les transformateurs.
- **"caractéristiques propres"** : cela signifie que l'on est capable de **définir** les différentes **composantes du produit** telles que couleur, goût... Pour les produits transformés, cette définition est faite d'une part sur la matière brute agricole, et d'autre part sur le produit issu de la transformation.
- **"dues à l'origine"** : cela signifie que l'on est capable de faire une **corrélation** entre tous ou la plupart des éléments objectifs précédemment répertoriés. Dans le dossier, c'est la démonstration essentielle du **lien au terroir** basée :
 - sur le fait que l'on peut expliquer que tel(s) facteur(s) naturel(s) et/ou humain(s) donne(nt) telle(s) caractéristique(s)
 - a contrario sur le fait que d'autres facteurs donnent d'autres caractéristiques
- **"se distinguer des autres"** : cela signifie que l'on est capable de montrer que le produit est **reconnu** distinctement dans une famille de produits, qu'il a donc une **spécificité** ; celle-ci lui a permis, à partir d'un certain moment et jusqu'à aujourd'hui, de **porter le nom géographique de son origine** dans sa désignation de vente, et d'acquérir une **réputation**.

En définitive, une bonne présentation du dossier est la conséquence logique du fait que l'on a bien compris, et donc que l'on peut bien **décrire** :

- * d'une façon générale : ce qu'est le produit, comment il est élaboré, quels sont les facteurs qui influencent sa production,
- * et d'une façon spécifique : quels sont les facteurs locaux originaux qui rendent ce produit distinctif.

=> Que doit contenir une demande de reconnaissance en AOC/AOP ?

a) un syndicat de défense

Selon les termes de la Loi, la demande de reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée émane des producteurs de l'appellation réunis en un **syndicat de défense de l'appellation**.

En préalable à l'étude approfondie d'un dossier, les services de l'I.N.A.O. et le Comité National vérifient que le porteur de projet est apte à être l'interlocuteur de l'I.N.A.O. et des professionnels des Commissions d'Enquête pour instruire le dossier de demande d'AOC, mener à bien toutes les recherches nécessaires, et définir l'aire de production, les conditions de production et d'agrément de la future AOC.

Un syndicat de défense correspond à toute organisation de producteurs et/ou de transformateurs concernés par le produit, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition. Les statuts du 'groupement demandeur' doivent comporter dans leur objet, la défense du produit, la reconnaissance et la gestion de l'AOC. Les Syndicats de défense sont en général des syndicats professionnels ou des Associations de type "Loi de 1901".

Dans tous les cas, l'AOC étant un signe d'identification public, la **structure doit être accessible** à de nouveaux adhérents intéressés par la démarche.

Le descriptif du Syndicat de défense du produit doit être **représentatif des différentes catégories d'opérateurs** susceptibles d'être impliquées dans la future AOC. En effet, La composition du Syndicat de défense doit si possible refléter tous les types d'opérateurs de la filière participant aux conditions de production de la future AOC. Néanmoins, la production de la matière première et le lien au terroir étant des composantes fortes de l'A.O.C, **les producteurs de matière première doivent être bien représentés**.

b) un produit

Lors d'une demande de reconnaissance en AOC, le type de produit pour lequel est demandée l'AOC doit être précisé.

La description du produit doit mettre en avant les spécificités de celui-ci. Ce sont les producteurs (des éleveurs aux transformateurs) eux-mêmes qui doivent s'approprier cette démarche (même s'ils font appel à des conseils extérieurs), car leur savoir-faire contribue à forger l'identité du produit. Il ne s'agit pas là de mettre en œuvre un tas d'analyses de laboratoire pour caractériser finement le produit mais bien de faire parler les professionnels (éleveurs-transformateurs, ...) autour de leur produit et d'obtenir d'eux un consensus quant à sa description.

Le descriptif du produit doit amener à montrer sa typicité, c'est à dire les caractéristiques spécifiques qui le différencient d'autres produits du même type. Il doit être possible d'identifier, au sein de produits de la même famille, ce produit ayant une origine particulière, ce qui lui confère des caractéristiques particulières. Cette partie doit être développée car il s'agit d'une composante essentielle de l'AOC.

c) un nom au produit

Le nom proposé pour l'AOC doit :

- soit contenir un nom géographique (d'une petite région, d'un lieu déterminé),
- soit, exceptionnellement, être une dénomination traditionnelle, géographique ou non, désignant un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire d'une région ou d'un lieu déterminé. Par exemple : *Reblochon*.

Selon les dispositions du règlement n°2081/92, le nom choisi ne peut pas être :

- une dénomination devenue générique, *comme par exemple "chou de Bruxelles" ou "champignon de Paris"* ;
- un nom entrant en conflit avec une variété végétale ou une race animale et susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit.
- un nom entrant en conflit avec une marque compte tenu de la notoriété et de la durée d'usage de celle-ci.

Ainsi, il est recommandé de ne pas utiliser de nom de race (ou de variété) dans le nom d'une AOC. En effet, la protection du nom de l'Appellation ne peut pas s'exercer vis à vis d'utilisateurs d'une race (ou d'une variété) enregistrée. En outre, l'enregistrement en AOP au niveau de la Commission Européenne serait compromis.

Si le nom de la future AOC se rapproche beaucoup du nom d'une race (ou d'une variété) enregistrée, le porteur de projet doit apporter la preuve :

- soit que les produits concernés ne sont pas comparables et qu'il n'y a pas de risque de confusion pour le consommateur,
- soit qu'il est possible de faire modifier le nom de la race (ou de la variété) concernée.

Pour justifier la réservation d'un nom à un certain produit, les porteurs de projet doivent apporter les pièces permettant d'apprécier :

- **l'antériorité** de l'usage de ce nom pour ce type de produit,
- **l'usage actuel** qui est encore fait de ce nom,
- **la notoriété** du produit vendu sous ce nom.

Le Comité National est attentif à ce que le produit qui revendique l'Appellation corresponde à celui sur lequel l'antériorité et la notoriété du nom se sont construites.

Une fois l'AOC reconnue, le nom de celle-ci est réservé aux producteurs de la zone respectant les conditions de production définis dans les textes réglementaires définissant l'Appellation.

Le choix du nom géographique de l'AOC est important car la protection assurée au niveau français et européen porte sur celui-ci.

Il faut noter que plus un nom géographique recouvre un territoire important, plus il est difficile de le réserver et de le protéger.

Il est rappelé que selon les dispositions du règlement relatif aux AOP/IGP, un nom entrant en conflit avec une marque compte tenu de la notoriété et de la durée d'usage de celle-ci, ne peut être enregistré en AOP (et ne peut être reconnu en AOC).

d) une définition collective des conditions de productions (figure 1)

Cette partie correspond à la description de toutes les conditions de production (le cahier des charges) qui seront codifiées dans le futur décret de l'Appellation. Tout producteur (ou plus largement tout opérateur) , dont l'exploitation est située dans l'aire géographique et qui respectera ces conditions de production, pourra demander à commercialiser ses produits sous le nom de l'AOC.

Les porteurs de projet doivent donc indiquer les usages de production les plus importants à encadrer pour assurer le maintien de la spécificité du produit. Les techniques de production décrites doivent être reliées aux caractéristiques propres du produit définies et définir sa "typicité". En effet, les descripteurs clés du produit doivent pouvoir être garantis, ou du moins non altérés, par des techniques de production adaptées. Ces conditions de production concernent la production de l'amont jusqu'à la transformation.

De fait, la construction "du cahier des charges" de l'AOC doit impliquer tous les opérateurs d'une filière qui travaillent le produit : de l'éleveur au transformateur (éleveur-fromager-affineur pour le fromage, éleveur-abatteur-découpeur pour la viande,...). L'organisation de cette construction se fait sous la responsabilité du syndicat de défense du produit.

Souvent, des groupes de travail sont réunis pour réfléchir à la construction du projet. Cette réflexion est menée par étapes :

- d'abord sur la définition du produit AOC
- ensuite sur la description des pratiques des opérateurs qui fabriquent ce produit AOC (conditions de production).

Il n'y a pas de méthodes uniques pour ces étapes.

Idealement, les personnes constituant ces groupes de réflexion sont représentatives des différents types d'opérateurs travaillant le produit (tous les systèmes d'élevage et de circuits de transformation sont représentés) et de l'aire géographique de production.

L'ampleur du travail d'identification des conditions de productions peut être très variable selon que les produits sont très "anciens", très marqués, et que leur mode de production et de fabrication sont ancrés dans les habitudes de travail de chaque professionnel comme une évidence ou qu'à l'inverse les pratiques, les produits et le terroir identifiés sont très disparates. Ainsi, dans le premier cas de figure, il suffit de "formaliser" l'existant autour des "fondamentaux" du produit. Dans l'autre cas, par contre, il faudra, à partir à la fois d'un travail individuel de chacun et également d'échanges et confrontations en groupe aboutir à un consensus autour du produit et de son processus de production.

Ainsi, l'AOC est bien un projet collectif qui met en oeuvre dans sa construction des négociations entre différents acteurs sur les choix des éléments constitutifs de l'AOC, choix qui, en finale, doivent être partagés par l'ensemble des acteurs.

L'argumentation développée autour de ces choix collectifs a pour objectif de convaincre et d'obtenir l'amendement et la reconnaissance du projet par les instances de l'I.N.A.O.

e) un argumentaire sur le lien au terroir

Au-delà de la démonstration de l'antériorité de l'usage du nom, il convient de montrer l'antériorité de la production elle-même, en apportant des éléments sur l'histoire du produit.

Il s'agit de décrire en quoi **les facteurs naturels et/ou humains** de l'aire de production (conditions de production) influencent les caractéristiques du produit et ont contribué à lui donner sa typicité. Comme pour l'étape précédente, ce travail doit être le fruit d'échanges entre les différents partenaires du dossier, aboutissant à un consensus sur la définition de ce lien du produit au terroir.

. Les facteurs humains

Ce peut être :

- un choix sur les lieux d'implantation préférentiels des activités suivant les conditions du milieu,
- une adaptation des paysages pour correspondre aux exigences de l'élevage,
- l'existence de constructions spécifiques adaptées au produit,
- le développement d'un savoir-faire spécifique dans les méthodes d'élevage ou les techniques de transformation, etc...

. Les facteurs naturels

Ce peut être :

- des caractéristiques du milieu adaptées conférant à la matière première des caractéristiques particulières,
- types de sous-sol, type de sol,
- géographie de la zone (reliefs, pentes, ...)
- climat, micro-climat...
- une adaptation des races au milieu,
- des caractéristiques du milieu adaptées au type de transformation utilisé/à la conservation du produit...

Cette partie doit être bien motivée car elle justifie la légitimité de la réservation du nom du produit AOC par le lien fort qui existe entre le produit et son terroir. Il ne s'agit pas là non plus de mettre en oeuvre tout une batterie d'études scientifiques montrant l'impact de chacun des facteurs sur les caractéristiques du produit, mais bien d'élaborer un argumentaire décrivant ce lien (certains travaux techniques pouvant le cas échéant étayer cette argumentaire).

f) une aire géographique de production

Compte tenu des éléments justifiant le lien au terroir, une aire géographique de production, motivée, est proposée par les porteurs du projet. Il est capital que des critères objectifs expliquent le choix de l'aire géographique de production.

C'est dans cette aire que doivent se dérouler toutes les opérations de production décrites dans le cahier des charges.

L'aire proposée doit être cohérente par rapports aux facteurs naturels et humains décrits dans la partie lien au terroir. Au moins une carte explicative doit être fournie pour permettre de positionner l'aire de production proposée au sein :

- des facteurs naturels explicatifs cités par exemple : éléments géologiques, données pédologiques, position des massifs montagneux, zones de répartition de la flore, pluviométrie, températures moyennes...
- des facteurs humains évoqués : position des exploitations...

Il est signalé que les travaux de délimitation dans le domaine des Appellations d'Origine Contrôlées font appel aux travaux de Commissions d'experts indépendants, travaillant sous couvert de la Commission d'Enquête chargée du dossier. Ces experts sont amenés à :

- définir des critères objectifs de délimitation (critères basés sur des facteurs naturels et humains),
- délimiter par communes ou parties de communes l'aire géographique de production.

C'est seulement à l'issue des travaux de ces experts et de la Commission d'Enquête, en collaboration avec le Syndicat de défense, que l'aire de production définitive est proposée au Comité National. L'aire géographique proposée initialement peut donc subir des ajustements.

g) des propositions concernant les contrôles sur le produit

Conformément aux termes de la Loi, le produit en AOC doit faire l'objet de procédures d'agrément, ce qui implique un suivi du processus d'élaboration et un contrôle sur le produit fini.

Il est demandé aux porteurs de projet d'une demande d'AOC de faire des propositions concernant ces deux phases de l'agrément :

- Suivi du produit au cours du processus de production

Il s'agit de donner des éléments permettant d'assurer une traçabilité du produit depuis l'amont (l'exploitation) jusqu'au produit fini. Le Syndicat fait en outre des proposition sur les types de vérification à exercer pour s'assurer du respect des conditions de production que les opérateurs s'engagent initialement à respecter.

- Agrément du produit :

Le produit fini fait l'objet d'examens pour s'assurer qu'il correspond au type de l'Appellation. Le Syndicat doit proposer ici des caractéristiques qui pourraient être appréciées régulièrement sur le produit fini, par exemple : analyse des informations enregistrées (type d'animal, âge, poids, conformation, état d'engraissement des carcasses), jugement visuel des carcasses et des viandes, ... Les propositions du Syndicat fourniront la base de la discussion qui se tiendra ensuite avec la Commission d'Enquête chargée du dossier.

=> Quelle est la procédure d'obtention d'une reconnaissance en AOC ? (figure 2)

a) Dépôt de la demande

La première étape officielle est le dépôt d'une demande de reconnaissance en appellation d'origine contrôlée contenant les éléments mentionnés dans le point précédent auprès du service local de l'I.N.A.O.

La demande est examinée par les services de l'I.N.A.O. qui entament une première réflexion avec les professionnels tant sur le fond que sur la forme du dossier. Un premier travail de collaboration entre les services et les professionnels est ainsi amorcé sur le contenu du dossier. Lorsqu'il satisfait a priori aux exigences minimales mentionnées dans ce vademecum, le dossier est présenté au Comité National compétent (le Comité National des Produits Autres - C.N.P.A. - pour la viande).

b) Premier examen par le Comité National

Lors de ce premier examen, le Comité National décide s'il est justifié de poursuivre l'examen de cette demande. Afin d'instruire une demande jugée recevable, le Comité National nomme en son sein une Commission d'Enquête, composée de professionnels qui ne doivent pas avoir d'intérêts (économiques) dans la région concernée.

Cette commission est chargée d'effectuer un examen approfondi de la demande et d'en faire un rapport au Comité National.

c) Travaux initiaux de la Commission d'Enquête

La Commission d'Enquête se rend sur le terrain, rencontre les demandeurs ainsi que tous les intervenants de la production qu'elle juge utile. Elle étudie le produit, son aire géographique et sa filière, ses conditions de production, au regard de l'environnement économique, juridique, sociologique et technique. Elle peut faire appel à des expertises scientifiques extérieures. Elle vérifie ainsi les éléments mis en avant dans le dossier de demande déposé par le Syndicat.

Elle est souvent amenée à faire des propositions en terme d'études complémentaires, d'évolutions de certaines pratiques, au Syndicat de défense.

Au terme de cette première mission, un premier rapport est rédigé et soumis au Comité National.

Le Comité National peut, au regard des conclusions de la Commission d'Enquête, estimer que le produit correspond bien à la définition de l'appellation d'origine contrôlée et demander à la Commission d'Enquête de poursuivre ses travaux avec le Syndicat de défense, ou rejeter le dossier.

d) Travaux de la commission d'enquête sur les conditions de production et la délimitation de l'aire géographique de production

Si le Comité National s'est prononcé favorablement, la Commission d'Enquête poursuit alors ses travaux avec les demandeurs pour fixer précisément **les conditions de production** de l'appellation.

Il est parallèlement fait appel à des travaux d'experts extérieurs à l'I.N.A.O. (géologues, pédologues, historiens,...) pour définir **l'aire de production**. Des procédures d'enquêtes publiques sont mises en œuvre pour permettre la délimitation de l'aire géographique et parcellaire de la future appellation.

C'est de ces échanges entre la Commission d'Enquête, le Comité National et le syndicat (auquel sont soumis tous les rapports de la Commission d'Enquête) que naît finalement un projet de décret reconnaissant l'appellation d'origine, fixant sa délimitation et ses conditions de production.

Des rapports d'étape présentés au Comité National font état de l'avancée des travaux de la Commission d'Enquête sur le projet d'Appellation.

e) Reconnaissance de l'Appellation

Lorsque le Comité National approuve le rapport définitif de la Commission d'Enquête et reconnaît ainsi la capacité du produit à bénéficier d'une appellation d'origine contrôlée, il approuve en pratique un projet de décret de reconnaissance en appellation d'origine contrôlée.

La reconnaissance officielle en Appellation d'Origine Contrôlée du produit n'intervient qu'au moment de la publication de son décret de définition au Journal Officiel français.

=> Quelle est la procédure d'obtention de l'AOP (figure 3)

Après obtention du décret de reconnaissance de l'A.O.C au niveau national, le dossier (composé du cahier des charges et d'une fiche résumé) est envoyé par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche à la commission de l'Union Européenne pour demander l'enregistrement en AOP (afin que le produit bénéficie d'une protection au sein de l'U.E.)

32.- L'obtention d'une IGP

=> Rappels des objectifs des IGP

L'IGP a pour vocation de protéger le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit :

- originaire de cette région ou de ce lieu,
- dont une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique,
- dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

En France, seuls les produits sous label ou sous certification de conformité peuvent bénéficier d'une IGP.

=> Que doit-on prouver pour l'obtention d'un label ?

Les caractéristiques prédéfinies dans le cahier des charges doivent assurer une supériorité de qualité significative, en particulier au plan organoleptique pour les produits alimentaires".

=> Que doit-on prouver pour l'obtention d'une certification de conformité produit ?

"Attester qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées dans un cahier des charges portant, selon le cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement".

=> Que doit-on prouver pour l'obtention d'une IGP ?

Si l'AOC s'appuie sur la typicité et le lien au terroir, l'IGP est liée à l'un des deux signes de qualité précédents et réclame plutôt un lien au territoire (plutôt qu'au terroir). Il s'agit d'apporter la justification d'une réservation de la dénomination géographique autour des notions de qualité spécifique, de caractéristique ou de réputation.

De plus, il suffit que la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ait lieu dans l'aire géographique et non l'intégralité de la "fabrication du produit".

Le lien à l'origine géographique est moins fort que dans le cas de l'AOC. La réputation ou la notoriété du produit peut suffire pour soutenir la démonstration du lien avec le lieu.

=> Que doit contenir une demande d'obtention d'une IGP ?

a) un demandeur

Seul un « **groupement** » peut faire une demande d'IGP. Le terme "groupement" correspond à toute organisation de producteurs et/ou de transformateurs concernés par le produit, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition.

b) un double cahier des charges

En France, une demande d'IGP devant nécessairement être fondée sur un label ou une C.C.P., le cahier des charges IGP doit accompagner le cahier des charges label ou C.C.P. lors de la demande. Ceci étant, le dossier IGP étant transmis seul à la commission européenne, il faut qu'il se suffise à lui-même, quitte à être redondant avec le cahier des charges national.

Le cahier des charges IGP s'accompagne d'une fiche résumé et d'une éventuelle demande de protection nationale transitoire (permettant de réserver le nom géographique aux seuls produits se conformant au projet du cahier des charges de l'IGP, pendant la durée de l'instruction du projet).

Le projet du cahier des charges IGP doit suivre le modèle communautaire, qui comprend les rubriques suivantes :

- nom du produit :

Le choix du nom géographique de l'IGP est important car la protection européenne va porter dessus. Ce choix suit les mêmes règles que pour l'AOP

- description du produit :

La description du produit doit comprendre les matières premières, le cas échéant, et les principales caractéristiques physiques, microbiologiques et/ou organoleptiques du produit.

- aire géographique :

Cette rubrique doit décrire l'aire géographique retenue par la démarche d'IGP de la manière la plus précise possible, par communes si possible, le cas échéant par cantons, exceptionnellement par départements.

Par ailleurs, les différentes opérations se situant dans la zone doivent être clairement listées. Concrètement, la zone géographique demandée doit tenir compte des éléments mis en avant pour démontrer le lien du produit avec son origine géographique.

- preuve de l'origine :

La preuve de l'origine regroupe deux notions : la traçabilité (ascendante et descendante, de la production à la commercialisation) et la preuve historique.

- méthode d'obtention du produit :

Cette partie constitue le corps technique de la demande. Les méthodes d'obtention du produit concernent le descriptif des techniques mises en oeuvre ainsi que les critères de qualité du produit final, et reprend donc les éléments du cahier des charges national.

- lien avec l'origine géographique :

C'est le point essentiel qui justifie le dépôt d'une demande IGP. Il doit faire le lien entre le produit, ses spécificités ou particularités et le nom géographique. Il s'articule autour de trois notions : une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique.

- structures de contrôles

=> Qu'elle est la procédure d'obtention d'une reconnaissance en IGP ?

Les modalités d'examen des demandes d'IGP sont régies par le décret n°2000-826 du 28 août 2000 relatif aux procédures d'examen des demandes d'enregistrement des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées.

Ce dernier organise une procédure faisant intervenir conjointement l'Institut national des appellations d'origine (INAO) et la CNLC, chacun dans leur domaine respectif.

- La demande comportant l'ensemble des dossiers est déposée auprès du ministère de l'agriculture et de la pêche, bureau des signes de qualité et de l'agriculture biologique. Le ministère vérifie formellement la recevabilité de la demande et la transmet, d'une part à l'INAO et d'autre part à la CNLC.
- La demande d'IGP fait alors l'objet d'une consultation publique, avec publicité au Journal officiel de la République française (JORF), au Bulletin officiel de la concurrence, consommation et répression des fraudes (BOCCRF) et au Bulletin officiel de la propriété industrielle (BOPI) pendant un délai de deux mois. Cette consultation publique est organisée simultanément et en liaison avec la CNLC pour le cahier des charges du label ou de la certification.
- L'INAO regroupe les oppositions et les notifie au demandeur pour réponse ; l'Institut transmet les résultats de la consultation publique à la CNLC, qui procède à l'examen du cahier des charges du label ou de la certification de conformité.

La CNLC transmet son avis à l'INAO, puis le comité national pour les IGP de l'INAO propose, le cas échéant, aux ministres chargés respectivement de l'agriculture et de la consommation de transmettre la demande d'enregistrement à la Commission européenne, s'il estime celle-ci justifiée.

Cette proposition fait alors l'objet d'une approbation du cahier des charges par arrêté conjoint des ministres. La procédure se poursuit ensuite au niveau de la Commission européenne, jusqu'à la décision finale d'enregistrement de l'IGP.

33.- Les AOC/IGP et les marques commerciales

Les marques commerciales -individuelles ou collectives - ne s'opposent pas aux garanties officielles de qualité et d'origine. A côté de la marque commerciale, un produit peut bénéficier d'un signe de qualité ou d'origine.

Il n'y a pas incompatibilité entre ces deux types de démarcation. D'une part, de telles marques figurent toujours sur l'étiquetage des produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine mais, d'autre part, l'apposition de la marque collective de certification et du logo de la garantie de qualité ou d'origine a pour objet de renforcer et de valoriser les marques des producteurs et des entreprises.

La marque commerciale ne doit cependant pas se confondre avec les logos des signes d'identification de la qualité et de l'origine, ni avec les protections communautaires de vocabulaire (logos Label Rouge, Atout Qualité Certifié, AOC, AOP, IGP, ...).

IV. - LES AOC/AOP ET IGP FRANÇAISES EN VIANDE BOVINE ET OVINE ... (annexes 1 et 2)

41. - Une seule AOC/AOP sur les viandes bovines ou ovines en France

La France ne compte aujourd'hui qu'une seule AOC en viande bovine ou ovine. Il s'agit de la viande bovine "**Taureau de Camargue**" reconnue initialement comme AOC par un décret du 3 décembre 1996 et actuellement régie par le décret du 7 juin 2000 (annexe 3).

Cette AOC a été enregistrée par la Commission des Communautés Européennes en AOP le 17 octobre 2001.

Le poids des AOC en viande bovine ou ovine est donc relativement faible aujourd'hui, pour ne pas dire anecdotique (avec 1 AOC produisant quelques centaines de tonnes par an), comparé par exemple au près de 50 AOC que compte la production laitière française (concernant principalement les fromages) et couvrant près de 20 % de la production laitière en valeur dans ces catégories de produit.

Néanmoins, le constat en France est assez comparable à celui de nos voisins européens en matière d'AOP viande. En effet, à l'exception du Portugal qui compte 9 AOP en viande bovine, 3 en viande ovines et 1 en viande caprine, les autres pays ont enregistré peu d'AOP en viande (2 AOP en viande bovine en Allemagne et 1 bovine et 2 ovines au Royaume-Uni).

42. - Mais un certain nombre de démarches AOC en cours, plus ou moins avancées (annexe 4)

En viande bovine, 2 dossiers semblent bien avancés dans leur demande de reconnaissance en AOC :

- le "**bœuf Maine-Anjou**",
- le "**Fin Gras du Mézenc**".

Démarrés en 1995 pour le 1^{er} et en 1996 pour le 2nd, ils seraient sur le point d'obtenir leur décret dans les prochains mois.

Parmi les autres dossiers également sur les rails de l'AOC en viande bovine, on peut citer :

- le "**bœuf de Charolles**", dont la réflexion a été lancée vers 1996 et dont la zone s'étendrait de l'Autunois en Saône et Loire au Pays Roannais dans la Loire,
- le "**bœuf de race Normande**", projet lancé en 1991 et qui concernerait les 5 départements de Normandie,
- le "**bœuf de Terre-Plaine**" dont l'idée a été lancée en 1997, et dont la zone regrouperait plus de 200 communes à cheval entre la Côte d'Or et l'Yonne.

En viande ovine, l'**agneau de "Barèges-Gavarnie"** serait la 1^{ère} AOC ovine à voir le jour. Après 8 années de travail, un avis favorable pour la reconnaissance de cette AOC a été rendu par l'I.N.A.O. le 19 décembre 2002.

D'autres AOC sont en construction en viande ovine :

- "**l'agneau des prés-salés**" où le dossier semble scindé avec d'un côté un dossier qui se monte sur "l'Agneau de la Baie de Somme" et de l'autre un dossier toujours en discussion autour de la Baie du Mont-Saint-Michel et du Cotentin,
- "**l'agneau du Pays d'Arles**".

43. – Davantage de démarches viandes en IGP (annexe 5)

La France compte aujourd'hui 3 IGP en viande bovine :

- le "**Bœuf Charolais du Bourbonnais**",
- le "**Bœuf de Chalosse**",
- le "**Bœuf du Maine**".

2 IGP en viande de veau :

- le "**Veau de l'Aveyron et du Ségala**",
- le "**Veau du Limousin**".

4 IGP en agneau :

- "**l'Agneau de l'Aveyron**",
- "**l'Agneau du Bourbonnais**",
- "**l'Agneau du Limousin**",
- "**l'Agneau du Quercy**".

On est encore loin de la trentaine d'IGP que connaît aujourd'hui la viande de volaille française. Néanmoins, la France est l'un des pays de la Communauté Européenne où les IGP viandes sont les plus développées. Par exemple, le Portugal compte 1 IGP en viande bovine, 1 en veau, 3 en viande ovine et 4 en viande caprine, le Royaume Uni : 2 en viande bovine et 1 en ovin et l'Espagne 1 en veau et 5 en ovin (annexe 1).

Mis à part "l'Agneau du Limousin", qui est associée à une CCP, toutes les autres IGP françaises sont associées des Labels Rouges. Toutes ont été gérées par la procédure simplifiée à l'exception de "l'Agneau du Limousin".

L'ensemble des viandes de boucherie (hors volailles et charcuterie) sous IGP représenterait en 2000 près de 19 000 tonnes. Les seules viandes bovines sous IGP sont évaluées entre 3 000 et 4 000 tonnes (figure 4).

Néanmoins, ces IGP ne représentent encore qu'une faible part des produits sous labels ou certificats de conformité.

En viande bovine, on compte au total aujourd'hui 14 labels rouges (pour un volume de 30 000 tonnes en 2002) et 17 CCP (+ 7 CCP sur la viande hachée de bœuf) (pour un volume de 80 000 tonnes).

Le veau compte 8 labels rouges et 6 CCP et enfin l'agneau dénombre 17 labels et 4 CCP.

Un certain nombre de demandes sur de nouvelles IGP sont en cours d'instruction.

44. - L'émergence de démarches privées en viande bovine

La viande bovine sous signe officiel de qualité (Label, CCP, AOC et A.B.) représente aujourd'hui moins de 15 % de la viande bovine commercialisée sur les points de vente. Ainsi, les 85 % restant, soit une grande majorité de la viande vendue sur les points de vente est commercialisée sous marques privées (type marque fabricant ou marque distributeur) ou sans démarcation particulière en dehors des règles d'étiquetage réglementaires.

En terme de marques, certaines portent **le nom même du fabricant**, qui peut être le nom du fondateur de l'entreprise (ex. : "Jean Rosé" pour l'entreprise SVA). Le pari commercial porte dans ce cas sur la notoriété de la personne ou de sa famille ("gentleman agreement"). Depuis quelques temps, on voit fleurir d'autres types de marque de fabricants dont les noms sont plus le **résultat d'une recherche marketing** faisant appel davantage à l'imaginaire (ex : "Charal" depuis quelques années qui est à la fois le nom de l'entreprise et du produit et plus récemment, "Valtero", pour toute une gamme de produits de SOCOPA).

Après la première crise de l'E.S.B., certaines G.M.S. s'étaient lancées sur des **marques distributeurs**, la plupart combinées à une CCP. C'est le cas de la "Filière Qualité Carrefour", du "Bœuf Sélection Auchan" ou des "Races de nos Régions" pour Leclerc, toutes associées à de la certification. D'autres comme CORA, se détache de la certification avec leur marque distributeur pour tout le rayon frais "Engagement dès l'Origine" (E.D.O.). L'évolution de ces différentes marques, ces derniers mois, ont été très variables selon les enseignes.

Ainsi, Carrefour par exemple, qui représente 13 % du marché de la viande bovine en G.M.S., a décidé en novembre 2000 de passer la totalité de l'approvisionnement de ses magasins en filières qualité (races à viande ou mixtes). Par contre, les démarches Auchan et Leclerc se sont très réduites pour ne représenter qu'à peine 10 % des volumes en 2000.

D'autres marques privées, couvrant des volumes plus réduits, se lancent à l'initiative de démarches collectives. C'est le cas par exemple de **la marque "Parc Naturel Régional"**, propriété du Ministère de l'Environnement, qui se décline sur l'ensemble des produits issus de ces territoires, dont la viande bovine.

Cette marque repose sur un cahier des charges garantissant le respect de 4 valeurs : "l'origine des produits", leur caractère "naturel", "authentique" et "humain". Aujourd'hui deux Parcs ont leur viande bovine marquée : le P.N.R. du Vercors et celui de la Chartreuse. Les volumes concernés sont assez limités (quelques dizaines d'animaux par an).

Sur le même type d'approche, **le Parc National** des Cévennes a lancé une marque collective avec un cahier des charges portant sur des bœufs élevés sur le territoire du Pars ("Bœufs de Pâques"). Seulement quelques animaux ont été commercialisés sous cette marque jusqu'à présent.

Enfin, d'autres types de démarches commerciales privées voient le jour, centrées sur des micro-filières avec une marque à la clé. Ce peut être le cas par exemple de **groupes d'éleveurs** associés dans un projet de vente directe d'animaux d'une région. On trouve ainsi la marque "viande de Beaufortain" qui regroupe une soixantaine d'éleveurs ou encore les trois marques le "Bœuf des pâturages du Dauphiné" (pour la boucherie artisanale), le "Bœuf Saveur des fermiers du Dauphiné" (pour la G.M.S.) ou "Lou Bayou" (pour la vente directe) produits par l'association des producteurs de viande de l'Isère et de la Drôme (qui regroupe 250 éleveurs et qui commercialisent environ 2 000 animaux par an).

V.- ANALYSE DE CES DEMARCHES

51 - Les atouts des AOP/IGP pour la viande

=> Une réponse aux attentes des consommateurs

Les habitudes d'achat et de consommation des ménages ont considérablement évolué au cours des dernières décennies. Les crises de l'E.S.B. ont fortement entamé la confiance des consommateurs à l'égard de la viande bovine. Dans ce contexte, le consommateur a besoin de réassurance sanitaire et est demandeur de davantage d'informations sur les conditions de production de la viande.

Ainsi, le consommateur regarde davantage l'origine, la provenance des produits et est preneur d'informations géographiques sur la zone d'élevage.

Une enquête Louis Harris menée auprès des consommateurs en 1998 montrait que 85 à 90 % des personnes interrogées jugeaient "important à très important" de disposer de l'origine de la viande, d'avoir des informations sur l'alimentation et les conditions d'élevage et de bénéficier d'un signe de qualité, la difficulté étant de savoir ce que l'on met derrière origine...

Dans ce contexte, les signes de qualité indiquant une information géographique (comme l'AOP ou l'IGP) ont donc des atouts à faire valoir et peuvent répondre pleinement à ces nouvelles attentes.

Ainsi, par exemple, une enquête a été réalisée en Suisse en janvier 2000 par l'Association Suisse pour la promotion des AOC-IGP pour cerner les attitudes et les attentes des consommateurs à l'égard des AOC. Comme pour le consommateur français, le besoin de réassurance du consommateur suisse est très fortement marqué. Ses principales inquiétudes ont trait au développement de l'industrialisation ("la main de l'homme intervient de moins en moins") et aux multiples discours entendus sur ce qu'il faut, ne faut pas, ne faut plus manger (qui amplifient ses doutes quant à la maîtrise par la filière de la qualité de l'offre alimentaire). Les consommateurs interrogés associent la qualité des produits alimentaires à des valeurs culturelles et plus familières comme la tradition, le terroir, l'origine et le savoir-faire. Les produits portant ces valeurs (produits régionaux, du terroir, spécialités,...) rassurent et ont un capital sympathie important auprès du consommateur. Ces réponses montrent que l'AOC apporte une réponse adaptée aux besoins et attentes du consommateur actuel.

=> La notoriété de l'AOC

L'AOC a de plus une forte notoriété auprès des consommateurs, tout du moins pour les vins et fromages. C'est un signe de qualité bien connu des consommateurs qui associent au produit AOC, une image du territoire, de proximité et de qualité.

Dans le contexte actuel de l'évolution du marché de la viande vers une segmentation de plus en plus forte pour diversifier l'offre et répondre plus finement aux diverses attentes des consommateurs, ces démarches et notamment l'AOC ont des arguments à faire valoir. En effet, la notoriété du signe AOC auprès du grand public dans les autres produits pourrait servir la viande et l'aider plus facilement à trouver ses parts de marché. Cet argument pourrait intéresser bon nombre de distributeurs et points de vente souhaitant se démarquer avec une nouvelle gamme de viande pour laquelle ce signe distinctif est bien connu par une grande partie des consommateurs.

=> La protection de l'appellation géographique

Ces produits (aussi bien AOC qu'IGP) présentent également comme autres intérêts pour les points de vente la possibilité de communiquer sur leur origine géographique, information par laquelle le consommateur est très demandeur aujourd'hui.

De plus, l'AOP et l'IGP assurent une protection à ces mentions géographiques. Ces signes ont donc l'entière exclusivité de ces appellations et ont un droit de regard sur les autres marques ou appellations du territoire dont ils sont issus, voulant elles aussi utiliser ces mentions géographiques pour communiquer. Ce qui garantit pour les distributeurs commercialisant un produit viande AOP ou IGP une protection réglementaire contre toute concurrence déloyale d'un autre point de vente qui souhaiterait utiliser cette même mention géographique pour un produit non AOP ou IGP.

Pour les producteurs, cette protection est la certitude que cette appellation géographique ne puisse être utilisée pour un produit viande autre que celui défini dans l'AOP ou l'IGP, et surtout pour un produit fabriqué "ailleurs" que dans l'aire de délimitation.

C'est la raison pour laquelle par exemple l'Agneau du Quercy a demandé cette protection, de même que l'agneau des "Prés-salés" dont le nom était utilisé abusivement par les restaurateurs de la baie.

=> Une maîtrise du marché en volume et en prix

La délimitation de l'aire géographique de production entraîne dans le cas de l'AOP une limitation des volumes de viande produits. Selon la surface de la zone délimitée, ces volumes de production peuvent être plus ou moins importants. Cette maîtrise des volumes peut permettre une meilleure gestion commerciale du produit par les différents acteurs (des éleveurs aux distributeurs).

Connaissant le potentiel de production, le plus souvent relativement limité car concernant une petite zone, il apparaît plus facile pour les acteurs de gérer la régularité de cette production et les sorties d'animaux et de maîtriser les prix de vente du produit.

Ces produits (AOP comme IGP) sont normalement mieux valorisés et commercialisés plus chers. Les retombées économiques pour les éleveurs sont théoriquement plus intéressantes. Seules référence en la matière en AOC viande aujourd'hui, le "taureau de Camargue" serait vendu autour de 0,45 €/kg de mieux que celui n'ayant pas l'appellation. Au-delà du prix, l'obtention de l'AOC en taureau de Camargue a permis d'augmenter la demande et ainsi faciliter les ventes d'animaux. Autre exemple, avant même la reconnaissance en AOC, le "Fin Gras de Mézenc" a connu une hausse de ses ventes de 54 % en 2001.

De même, l'agneau de lait label "Pyrénées-Axuria" a déposé une demande d'obtention d'IGP. Dans le but de s'ouvrir au marché européen. Car si le label rouge est porteur sur le marché français, l'IGP est davantage reconnu au niveau européen.

En terme de coût, le "taureau de Camargue" et le "Bœuf Maine-Anjou" avouent que les coûts de fonctionnement sont moindres par rapport à un Label ou une CCP. Il existe des taxes à payer mais qui restent bien inférieures au coût d'un organisme certificateur.

=> La défense par un signe d'un produit viande peu intéressant pour le marché classique

L'AOC surtout peut également être un moyen de défendre une race ou un type d'animal.

Dans le cas du "Bœuf Maine-Anjou" par exemple, une des raisons pour laquelle les opérateurs se sont tournés vers l'AOC était de l'associer à la race Maine-Anjou pour tenter d'enrayer son déclin, constaté depuis plusieurs années. Cette même AOC a également pour volonté, sous l'impulsion de l'I.N.A.O. de relancer la production de bœuf mâle castré - qui a partiellement disparu dans cette race.

Les AOC en cours, en viande, concernent d'ailleurs pour la plupart des produits dont les caractéristiques sont souvent à l'opposé des critères habituellement recherchés par le marché de la viande (cas des carcasses des "taureaux de Camargue" très légères avec peu de viande à cuisson rapide ou des "bœufs Maine-Anjou" lourds avec une ossature importante ou encore des "Fins gras du Mézenc" qui ne sont présents sur le marché qu'à peine plus de 4 mois).

Ces démarches AOC peuvent alors être une opportunité pour ces productions de se maintenir grâce à cette appellation dans un contexte de marché qui ne leur est pas forcément favorable, voire de se relancer.

=> Le renforcement d'une dynamique de filière

L'AOC est également un moyen de recréer une vraie dynamique de filière. En effet, l'AOC doit montrer le lien entre les qualités du produit final et le terroir au sens large en incluant toutes les étapes de production et de transformation. Cela nécessite donc un rapprochement et des échanges entre les différents opérateurs de la filière viande.

Ainsi, par exemple, dans le cas du "Fin Gras du Mézenc", ce sont les bouchers qui viennent directement dans les élevages pour acheter les animaux. Dans le cas du "bœuf Maine-Anjou", il faut remettre sur pied toute une filière : trouver des transporteurs, des abatteurs et des points de vente. Pour le mouton "Barèges-Gavarnie" en demande d'AOC, un abattoir est en cours de construction.

=> Des enjeux territoriaux

Au-delà de cet impact économique, ces démarches peuvent avoir rôle territorial fort à jouer. En intégrant davantage l'élevage viande dans sa globalité comparativement aux démarches labels ou CCP plus focalisées sur l'animal, les AOC peuvent intervenir directement dans l'entretien des paysages, du milieu (aussi bien naturel que social).

Le "Fin Gras du Mézenc" est considéré par ses défenseurs comme un véritable outil de développement local dans un pays de montagne vivant de l'élevage et du tourisme. "L'Agneau du Pays d'Arles" a pour vocation d'occuper des terrains difficiles et d'entretenir des grands espaces.

Les enjeux de l'IGP sur le territoire sont moins forts que ceux des AOP mentionnés précédemment car seule une des caractéristiques du produit doit être en lien avec la zone géographique. Cela en fait toutefois un intérêt en terme de montage de dossier puisque l'argumentaire « géographique » d'une IGP doit être moins approfondi que dans le cas des AOC/AOP (seule une réputation du produit peut suffire pour l'IGP).

52 - Les principaux points négatifs ou contraintes des démarches AOP/IGP en viande

=> La lourdeur et la lenteur des dossiers, surtout en AOC

Si la première AOC en viande bovine ("Taureau de Camargue") a mis – seulement – 4 années pour aboutir et obtenir le décret de reconnaissance, les autres AOC bovines ou ovines en cours ont démarré il y a entre 6 et 8 ans pour les plus anciens dossiers ("Bœuf Maine-Anjou", "Fin Gras de Mézenc", ou mouton de "Barèges-Gavarnie") sans encore avoir vu le jour aujourd'hui. Même si ces dossiers sont relativement bien avancés, les décrets ne sont en effet pas encore signés.

A ces délais importants, on peut avancer plusieurs explications.

Tout d'abord, les différentes étapes "administratives" sont nombreuses et souvent longues à se mettre en place (voir chapitre : l'obtention d'une AOC/AOP) avec différentes procédures d'examen mises en oeuvre, des allers-retours nombreux entre les instances de l'I.N.A.O et les responsables des dossiers...

Les procédures sont également relativement lourdes dans le cas des IGP qui nécessitent la construction et la validation de deux cahiers des charges (d'abord le cahier des charges labels ou CCP puis celui de l'IGP) par deux instances administratives (CNLC et INAO). Mis à part les IGP ayant eu recours à la procédure simplifiée, l'obtention d'une IGP aujourd'hui par la procédure classique réclame donc également quelques années de travail et d'attente (environ 3 à 4 ans).

De tels délais en AOC s'expliquent aussi par l'ampleur du travail nécessaire pour construire le dossier, c'est-à-dire :

- trouver un groupe d'éleveurs motivés pour une telle démarche et prêts à travailler ensemble sur le long terme,
- pour ensuite définir et s'accorder sur les conditions de production du produit, argumenter la typicité de la viande en question et son lien au terroir,
- et en finale construire la filière, y compris commerciale (trouver des transformateurs et des points de vente et définir des prix de vente).

=> Des difficultés pour constituer un groupe de travail

La première étape et la première difficulté réside dans la constitution effectivement d'un groupe de travail constitué d'éleveurs représentatifs du produit viande qui reste à définir et prêts à travailler ensemble de manière constructive pendant plusieurs années... Dans les faits, ce groupe s'organise souvent autour d'un premier noyau moteur qui dynamise le groupe. A l'origine de cette dynamique, on peut trouver des opérateurs de la filière viande qui ne sont pas des éleveurs mais qui peuvent trouver un intérêt direct dans une telle démarche : c'est le cas de l'UPRA en Maine-Anjou ou de l'abattoir Alazard et Roux pour le "Taureau de Camargue". Le problème ensuite est d'obtenir l'adhésion d'un grand nombre de professionnels et principalement d'éleveurs autour du projet.

=> La méconnaissance de l'AOC dans la filière viande

Rassembler un certain nombre de professionnels (éleveurs et transformateurs) autour d'un projet AOC n'est pas forcément simple. Certes, les professionnels de la viande connaissent aujourd'hui à peu près bien les contours des démarches types Labels et CCP, dans leur montage et surtout dans leur fonctionnement au quotidien. Mais très peu jusqu'alors ont entendu parlé d'AOC. Pour les éleveurs, l'AOC apparaît souvent au départ comme un cahier des charges qualité supplémentaire dans lequel ils pourront rentrer d'autres animaux que ceux qu'ils pensent mettre en label ou CCP.... Pour le transformateur ou le distributeur, l'AOC est un segment de marché supplémentaire au milieu de nombreuses démarches existantes, segment qu'il raisonne commercialement.

En comparatif, en production laitière et fromagère, l'AOC est aujourd'hui un signe bien développé et bien connu de la filière lait. Ceci étant, dans la filière lait, ce sont surtout les transformateurs qui connaissent bien le rôle qu'ils jouent dans la typicité finale du produit en créant des produits différenciés (camembert, comté, ...), et ne sont donc pas sans ignorer à la fois les enjeux et le contenu des démarches AOC. Les conditions de production qui font la typicité des fromages AOC portaient jusqu'alors en grande partie sur le travail du fromager (fabrication, affinage...).

Concernant la filière viande, le rôle du transformateur est plutôt de démonter des carcasses pour en faire des muscles ou des tranches indifférenciés. Son rôle est plutôt de faire en sorte que ces muscles ou tranches conservent ou expriment au mieux leur qualité propre (tendreté, couleur, ...). Jusque là il ne fabriquait pas de produit "typé" à partir d'une matière première qui était la carcasse. Ceci explique également pourquoi la filière viande (et notamment l'aval) ne s'était pas penchée sur ce type d'approche.

Un gros travail pour les instigateurs de la démarche consiste donc tout d'abord à informer les différents acteurs de la filière viande sur ce qu'est une AOC, ses objectifs, sur sa construction, sur son fonctionnement,.... Ces opérateurs découvrent alors que l'AOC n'est pas le choix d'un type d'animal, d'une race, d'un âge, d'un poids de carcasse ou d'une durée de maturation, ... comme dans le cas d'un label ou d'une CCP.

=> Des difficultés pour les éleveurs de décrire leur produit

Une autre difficulté, une fois que la démarche a été comprise, que les principes et processus de sa construction assimilés, consiste en la définition de la typicité du produit. Or, l'INAO tient à ce que ce soit avant tout les éleveurs, qui produisent la matière première et qui sont responsables du "marquage" de cette matière première, qui décrivent cette viande produite. Bien souvent, les éleveurs connaissent très peu le produit viande qui résulte de l'animal qu'ils ont élevé, engraisé et envoyé à l'abattoir. Leur métier s'arrête pour la plupart d'entre eux au chargement de l'animal dans le camion et rares sont ceux qui ont une idée des caractéristiques du bifteck qui va sortir de leur animal. Ceci s'explique soit par un manque de compétence de leur part dans ce domaine - ce qui est somme toute logique - , soit par un manque d'intérêt pour le produit ou enfin soit par l'incapacité matérielle à redescendre jusqu'à ce bifteck.

Ainsi, dans les AOC viande qui se mettent en place, les éleveurs doivent apprendre à connaître leur produit, à en parler pour ensuite les décrire et en faire ressortir sa typicité.

En Maine-Anjou, le groupe de travail s'est appuyé sur les quelques éleveurs du groupe qui pratique la vente directe de viande et qui ont donc accès à leur produit. Pour l'Agneau de la Baie de la Somme, des échanges sont prévus avec le service Viande de l'Institut de l'Élevage et avec les opérateurs aval de cette filière (abattoirs et bouchers) pour mieux appréhender le produit viande d'agneau.

=> Des difficultés pour faire ressortir des spécificités au sein d'une forte variabilité qualitative des produits viande

En viande, il est ensuite difficile de faire ressortir des caractéristiques propres à un produit issu d'une population d'animaux. Ceci tient essentiellement à la grande variabilité des caractéristiques qualitatives aussi bien sur les carcasses (poids, rendements...) que sur les viandes (couleur, tendreté, gras...), variabilité existante quelle que soit la population choisie (grande ou petite, choisie sur le type d'animal, sa race, son âge ou son alimentation...). Cette variabilité importante tient tout simplement à la variabilité génétique des individus qui fait qu'il y a pratiquement autant de différences sur la tendreté (comme sur le gras ou la couleur) entre des animaux d'une même race, d'une même catégorie ou issus d'un même régime alimentaire,.... qu'entre des animaux de races différentes, de catégories différentes ou alimentés différemment.

De plus, si l'animal fournit une carcasse, il fournit près de 300 muscles de caractéristiques très variables, dont les différences qualitatives sont beaucoup plus importantes qu'entre deux mêmes muscles de deux animaux, ce qui rend la caractérisation de la viande d'un individu beaucoup plus difficile... (ce qui n'est pas le cas du vin, par exemple, produit beaucoup plus homogène).

Enfin, dernier point sur cet aspect : la viande bovine aujourd'hui comme hier est un produit peu transformé. Quand on s'intéresse au produit viande, on s'intéresse à des biftecks ou des rôtis. Ceci fait toute la différence avec les produits laitiers, par exemple, où la transformation en fromage joue un rôle important dans leur démarcation les uns des autres (rien que sur la forme ou la couleur de la croûte par exemple). Ainsi, ce qui fait la différence entre un camembert et un comté réside en grande partie dans le procédé de fabrication. En viande, une entrecôte reste une entrecôte, qu'elle provienne de telle ou telle entreprise de transformation...

Si l'on raisonne sur ces échelles qualitatives classiques pour la viande, seules les viandes en quelque sorte "extrêmes", "hors normes" peuvent alors se démarquer. C'est en quelque sorte le cas des "Taureaux de Camargue" où le poids des carcasses des vaches adultes oscillent entre 150 et 180 kg et celui des mâles de 250 à 300 kg, avec une proportion importante de morceaux à cuisson lente.

Les AOC viande ont peut-être alors à se détacher des critères qualitatifs habituellement gérés par la filière et à rechercher des critères qui leur sont propres.

=> Le manque de descripteurs en viande

La caractérisation sensorielle du produit viande demeure encore aujourd'hui quelque chose de très peu travaillé. Cela tient essentiellement à la complexité de décrire ce que l'on peut ressentir en bouche et à la forte hétérogénéité qualitative du produit. On est très loin, en nombre de descripteurs utilisés pour caractériser le produit viande, de ceux employés dans le cas de fromages (90 descripteurs en Comté) et que dire de ceux des vins (souple, rond, charnu, onctueux, charpenté, fruité, généreux, ...) ... Si pour le vin, un grand nombre de descripteurs sont habituellement utilisés par tout professionnel, en viande, par contre, on se cantonne quotidiennement au classique "tendre/dur" ou "à du goût" ou "peu de goût".

Ainsi, la détermination d'une typicité du produit final s'avère assez difficile en viande et doit faire appel, soit à des viandes assez inhabituelles sur ces critères classiques (cf paragraphe précédent) soit à la recherche de nouveaux descripteurs.

=> Des difficultés pour traduire un lien entre le produit et le terroir

La viande bovine présente la particularité d'être pour la majeure partie issue de vaches de réforme. Ces animaux ont été élevés avant tout pour d'autres produits : lait dans le cas des vaches laitières et broutards puis taurillons pour les mâles dans le cas des vaches allaitantes. Ainsi, très peu de ces vaches ont eu une conduite dès leur naissance vers leur production de viande. D'autre part, ces animaux sont abattus assez âgés (de 7 à 11 ans en moyenne selon les races, pour les races à viande). Le produit final peut donc être la résultante de ces différentes années de conduite d'élevage. Il peut alors être délicat de vouloir relier une caractéristique à un historique de la vie de l'animal souvent complexe. Ce travail peut être "légèrement" plus simple dans le cas d'animaux plus jeunes (veaux, bœufs ou génisses).

D'autre part, les caractéristiques d'un type d'animal qui tiennent à un territoire sont pour les bovins souvent dues à l'adaptation d'une race en un lieu. En effet, l'essentiel des caractéristiques des races françaises ont été "forgées" par l'homme au fil des décennies dans une région (d'où le nom de ces races : Charolaise, Limousin, Aubrac, Gasconne ou encore Parthenaise, Vosgienne, ...).

Ainsi, dans le cas d'une AOC concernant l'une de ces régions dites "berceau de race", le choix de la race en question parmi les conditions de production apparaît comme quasiment inéluctable (au regard de ce que doit prouver un produit AOC). La race (au-delà du problème même du nom qui ne peut être repris par l'appellation) apparaît alors comme un facteur pouvant intervenir de manière assez forte sur certaines caractéristiques du produit. C'est le cas notamment des poids de carcasse des animaux (les carcasses très légères du Taureau de Camargue qui en font sa particularité sont liées aux races utilisées : Camargue ou Brave) ou du rendement en viande (la Maine-Anjou, par exemple, à la particularité d'avoir une ossature relativement développée).

Dans ces cas de figure, la description du produit dans son terroir revient à faire ressortir les principales caractéristiques de la race dans son adaptation au fil des ans à un milieu.

=> Le manque de notoriété pour l'IGP

Si les consommateurs connaissent bien l'AOC comme signe distinctif de qualité (notamment à travers les vins et les fromages), très peu par contre connaissent l'existence de l'IGP. De même, les différents logos européens (AOP, IGP, AS) sont également peu connus aujourd'hui du grand public. Ainsi, aujourd'hui, l'apposition du signe IGP (ou des autres logos européens) sur la barquette de viande devrait avoir peu d'impact commercial direct auprès du consommateur.

=> Les difficultés pour construire une filière commerciale en viande autour de ces signes

L'obtention du signe (AOC ou IGP) d'un point de vue réglementaire ne garantit pas pour autant son succès commercial. En effet, l'apposition du logo (AOC ou IGP) sur des barquettes de viande ne suffit pas pour créer et développer un marché. Il est indispensable, en même temps que l'on travaille au montage du dossier (conditions de production, lien avec l'origine, ...) de réfléchir au positionnement commercial du produit. En effet, quel que soit le type de produit (marques officielles ou commerciales, ...), il apparaît primordial de se demander si le produit va répondre à une attente du client (distributeurs et consommateurs) et chercher à savoir s'il va se vendre et à quel prix.

La réussite de lancement de nouvelles marques, nouveaux produits, en viande, (AOC, IGP ou autres) ... ne se limite pas à l'élaboration d'un cahier des charges, clair, précis, agréé, contrôlé et à une communication autour du produit, mais tient plutôt au fait que le produit va intéresser un certain nombre d'opérateurs commerciaux qui vont le mettre sur le marché, et en bout de chaîne, des consommateurs qui vont l'acheter.

Ce questionnement sur le volet commercial, que doit avoir toute nouvelle filière qui veut se lancer, n'apparaît pas de manière évidente dans le cas de l'AOC. En effet, les textes européens ou français définissant les règles de l'AOC portent essentiellement sur les conditions "techniques" que doit remplir le produit tout au long de son processus de production (ensemble des facteurs naturels et humains d'une zone géographique qui vont marquer qualitativement le produit qui en est issu) et ne font pas mention d'aspects économiques ou commerciaux. Si ce n'est que le produit doit avoir une certaine notoriété, ce qui ne signifie pas pour autant qu'il existe toujours sur le marché... L'AOC protège des initiatives commerciales mais ne se les crée pas.

Ainsi, par exemple, le "bœuf Maine-Anjou" est aujourd'hui confronté à ce questionnement sur le positionnement commercial du produit. En effet, jusque-là, le syndicat de défense a surtout travaillé à l'élaboration des conditions de production de cette viande de Bœuf Maine-Anjou, côté amont (race, type d'animaux, conditions d'élevage, aire de production, ...) et à la typicité du produit, (travail qui devrait aboutir prochainement à l'obtention du décret). Seulement, la question se pose aujourd'hui pour ce syndicat de la commercialisation et la valorisation de ces produits.

Actuellement, un seul abattoir abat ces animaux et les commercialise à ses distributeurs propres (une enseigne de GMS). Ce seul débouché impose donc à cette filière ses propres conditions commerciales. Ainsi, le syndicat se heurte maintenant aux réalités commerciales du marché de la viande et plus particulièrement aux exigences de ce seul débouché. Il doit donc adapter la production et le produit (pourtant bien défini dans les "cahiers des charges" de l'AOC) et en modifier certaines caractéristiques pour répondre aux exigences de ce débouché unique (durée de maturation des carcasses adaptées aux pratiques de l'abattoir, âge à l'abattage des vaches rabaissé à 8 ans, planning d'abattage adapté aux besoins des magasins, ...). De même, aujourd'hui, le prix de vente des animaux (que le syndicat voulait voir déconnecter de celui du marché) est défini uniquement par cet opérateur.

Ainsi, le syndicat de défense du "Bœuf Maine-Anjou" découvre aujourd'hui les contraintes et exigences commerciales du marché de la viande, indispensables à gérer et à intégrer pour espérer voir son produit se développer. Si un produit ne se vend pas et surtout pas bien, il paraît difficile d'envisager le développement de cette production. Relever ce challenge commercial passe notamment, selon le syndicat, par la recherche d'autres partenaires commerciaux (autres enseignes ou autres circuits type boucheries artisanales) pour faire jouer la concurrence et espérer écouler tous les produits AOC à bon prix.

=> Des produits AOC qui ne correspondent pas toujours aux besoins "classiques" de la filière viande

Les difficultés mentionnées précédemment sont d'autant plus vraies que les quelques produits viande se positionnant sur des démarches AOC sont assez atypiques sur un certain nombre de critères comparativement aux besoins des filières "classiques" type GMS (ce qui fait par ailleurs qu'ils rentrent complètement dans le cadre des AOC).

Nous l'avons déjà signalé sur les quelques exemples existant :

- * le "Taureau de Camargue" se distingue par des carcasses très légères et fournissant beaucoup de morceaux à cuisson lente,
- * le "Bœuf Maine-Anjou" au contraire fournit des carcasses plutôt lourdes avec une ossature développée,
- * le "Fin Gras du Mézenc" n'est disponible sur le marché que quelques mois au printemps.

Les GMS sont le principal distributeur de viande auprès du consommateur (près de 80 % des volumes). Or, les principales exigences des GMS sur les produits viande qu'ils commercialisent dans leurs rayons sont avant tout et dans la majorité des cas, que ces produits soient présents toute l'année (pas de rupture d'approvisionnement pour préserver la fidélité des consommateurs), soient davantage des morceaux à cuisson rapide, de calibration assez régulière sur une gamme donnée (ni trop petits, ni trop gros) pour être présentables dans les barquettes. Les quelques exemples de produit AOC viande montrent qu'ils correspondent peu à ce créneau majeur de la distribution de viande (les muscles sont dans un cas trop petits, essentiellement à CL, dans un autre cas trop gros, ou enfin ce produit n'est pas présent toute l'année).

Ainsi, il faut donc trouver pour ces démarches et pour les producteurs qui s'y lancent des distributeurs qui sortent de la Norme et acceptent ce type de produit avec ses spécificités (dans le cas où les circuits commerciaux n'existent plus). Pour ces raisons majeures, ces démarches se tournent en partie vers la Boucherie Artisanale (cas du Taureau de Camargue et du Bœuf Maine-Anjou) ou encore la Restauration où certains professionnels pourraient être intéressés pour valoriser ces produits particuliers.

53 – Les perspectives pour les démarches AOC-IGP en viande bovine

=> AOC-IGP : les meilleures voies de réponse en viande aux demandes d'information des consommateurs sur l'origine ?

La vocation première des AOC et IGP est de désigner un produit par une appellation géographique (région ou lieu déterminé). Cette segmentation du produit par son origine géographique correspond complètement aux nouvelles attentes des consommateurs qui aujourd'hui recherchent davantage à être rassurés sur la provenance de la viande qu'ils vont acheter et plus particulièrement sur la région de production dans laquelle l'animal a été élevé (d'ailleurs plus la région est proche géographiquement du consommateur et plus celui-ci semble rassuré). Avec cette information sur l'origine géographique, le consommateur se construit sa propre image du produit qui porte essentiellement sur les conditions d'élevage de l'animal (par exemple : la Normandie peut évoquer les vaches rouges et blanches, en train de pâturer les vertes prairies du bocage sous les pommiers en fleurs devant le vieux corps de ferme à colombage..., ou encore l'Auvergne peut traduire pour le consommateur l'image des vaches avec leurs cloches élevées à la rude dans ces grands espaces volcaniques...). Le consommateur associe également assez fréquemment à cette image qu'il s'est faite du produit une certaine qualité (cf 5.1), qualité qui pour lui provient de ces bonnes conditions de vie.

On peut alors s'interroger sur le positionnement des AOC ou IGP vis-à-vis de ces attentes des consommateurs. En effet, il existe d'autres voies possibles pour communiquer sur l'origine.

Réglementairement, il n'est pas strictement interdit qu'un produit porte une dénomination géographique dans le nom de la marque (à condition toutefois que ce soit un caractère distinctif, qui ne trompe pas le consommateur, et qui ne porte pas atteinte à une appellation d'origine protégée – selon le code la propriété intellectuelle -). En pratique, ce sont les Services de la DGCCRF qui jugent de la bonne application de cette réglementation et qui sanctionnent les dérives.

D'autre part, à côté de la marque, il est possible aujourd'hui de faire mention de l'origine géographique (pouvant concerner le lieu de naissance jusqu'au lieu d'engraissement de l'animal, zone dont l'échelle peut aller d'un seul élevage à toute une région administrative), ceci dans le cadre de la réglementation sur l'étiquetage facultatif (CE n° 1760/2000) repris par le cahier des charges interprofessionnel (AVVBF02A). Dans ce cas, par contre, des cahiers des charges comportant des systèmes de contrôles réalisés par des organismes EN45011, doivent être agréés par la DGAL et la DGCCRF. Ici, ce n'est alors pas le nom de la marque ou de la désignation du produit qui porte l'indication géographique mais une étiquette mentionnant cette caractéristique (qui peut être la même étiquette que celle désignant le morceau, le prix, ...) et éventuellement un logo communiquant sur cette origine.

Ainsi, si l'on essaye d'analyser l'intérêt aujourd'hui pour une filière (voulant se démarquer sur l'origine), de se lancer plutôt dans l'AOC, ou dans l'IGP que dans un cahier des charges régi par le 1760/2000, on peut le faire sous différents angles.

Tout d'abord, d'un point de vue purement commercial, en terme d'impact auprès du consommateur, on peut imaginer que l'information sur l'indication géographique sera d'autant plus lue par les consommateurs (et aura donc d'impact auprès d'eux) qu'elle sera intégrée dans la désignation du produit (cas de l'AOC ou de l'IGP) – ou voir de la marque ou d'un logo – plutôt que si elle apparaît comme une mention complémentaire parmi d'autres (ex : désignation du produit "Bœuf Maine-Anjou" contre "viande de Bœuf" complété par "bovin né et élevé dans le Maine-et-Loire"). Cette question est, au-delà de la question du choix de la démarche la plus appropriée à la communication souhaitée, également une question de marketing (dans le respect de la réglementation sur l'étiquetage).

Par contre, si l'on raisonne d'un point de vue montage de dossier, l'obtention pour une filière de la validation d'un cahier des charges dans le cadre du 1760/2000 est nettement plus simple et rapide que celui d'une IGP (2 cahiers des charges : 1 pour le dossier label ou CCP et 1 pour l'indication géographique) et encore davantage que celui d'une AOC (cf 5.2). Ces différences importantes dans l'obtention de chacune de ces démarches expliquent en partie la forte croissance actuelle des filières qui se lancent dans l'étiquetage facultatif (1760/2000) et le faible développement des IGP (au nombre seulement de 3 pour les gros bovins en France) et encore moins des AOC (1 seule en France).

Cela tient donc pour partie pour l'IGP au fait que la réglementation française l'a obligatoirement associée à une démarche label ou CCP, ce qui en fait une particularité au niveau européen. Cette association entraîne un traitement du dossier par deux autorités administratives (la CNLC pour les labels et CCP, et l'INAO pour les IGP). Si l'on s'en tenait strictement au texte européen (comme le font les autres pays européens), la démarche d'obtention de l'IGP serait simplifiée.

Concernant les AOC, la lenteur des dossier s'explique entre autre par le fait que les différentes commissions chargées de traiter ces dossiers demandent à ce que les porteurs du projet rassemblent le maximum de preuves et d'éléments pour démontrer, justifier les différents choix qui sont faits. Or l'AOC n'est pas une démarche scientifique où tout doit être étudié, prouvé, mesuré. Si l'on cherche à objectiver le lien entre le produit et le terroir de cette façon, il apparaît à peu près évident qu'aucun projet AOC ne pourra aboutir en viande bovine ! ou ne concernera que quelques viandes "atypiques" (type Taureau de Camargue) à défaut d'être "typiques". Le problème apparaît identique pour l'IGP qui, en France, suit en partie les mêmes voies de traitement administratif que l'AOC (gérés tous les 2 par l'INAO), ce qui participe à entretenir un certain flou entre le positionnement des deux démarches.

Dans ces deux démarches, ce qui fait l'origine, c'est avant tout que le consommateur reconnaisse le produit dans le lieu (cas de l'IGP) ou identifie le lieu à travers le produit (cas de l'AOC), plutôt que de tout vouloir démontrer techniquement et scientifiquement (par des analyses de laboratoire, des tests de dégustation, ...).

Ces lourdeurs et lenteurs administratives pour traiter ces dossiers en France apparaissent donc comme un frein considérable à leur développement et pourraient expliquer, à terme, si ces contraintes n'évoluaient pas, le faible nombre de ces démarches en viande.

D'autant plus, pour l'IGP, qu'elle ne pourra guère compter sur sa notoriété, en tant que signe, auprès du consommateur. Les filières se lançant dans l'IGP recherchent avant tout à mentionner une information sur l'origine géographique dans la désignation du produit ou à légitimer le nom géographique qu'ils utilisaient antérieurement dans leur label ou CCP (plutôt que communiquer sur l'IGP), voire à se servir de la notoriété du label en le mettant en avant (ce qui n'est par contre pas le cas des CCP, possédant peu de notoriété).

Par contre, les démarches AOC souhaitent plutôt mettre en avant dans leur communication ce signe bien connu du consommateur.

Ainsi, aujourd'hui, une filière qui voudrait se démarquer en affichant une information géographique sur l'étiquette du produit aura plutôt intérêt, si elle veut le faire rapidement, à le faire dans le cadre du 1760/2000 (moyennant néanmoins l'utilisation de libellés différents et l'absence de logo officiel). Ce type de filière fait le pari que le consommateur se créera alors une image positive du produit à travers cette seule indication géographique et que le produit le satisfera qualitativement pour qu'il le rachète. Ce "challenge qualité" est un pari très risqué en l'absence de cahier des charges qualité qui pourrait servir de garde-fou pour essayer justement de maîtriser a minima une qualité. L'information sur l'origine ne garantit absolument rien en terme de qualité.

Par contre, vouloir garantir une certaine qualité du produit (ou une qualité supérieure) tout en donnant une indication géographique sur ce produit correspond tout à fait au cadre de l'IGP. Une filière souhaitant atteindre ces deux objectifs peut alors cibler une démarche IGP. L'IGP trouve effectivement - et uniquement - sa raison d'être (telle qu'elle est définie aujourd'hui en France) dans ce cas de figure.

L'IGP peut trouver dans cette optique (origine + qualité) également sur sa route la concurrence du 1760/2000 qui permet, au-delà de l'origine, de mentionner dans son cahier des charges, et de communiquer dessus, un facteur important de gestion de la qualité : la maturation. Cette communication est d'ailleurs prévue dans le cahier des charges Interbev (avenant au n° 98-02).

Autre voie possible, pour des démarches qui souhaiteraient aller plus loin dans la maîtrise de la qualité en incluant d'autres facteurs que la seule maturation (tout en communiquant sur l'origine), l'association sur une barquette de viande d'une démarche label ou CCP à une origine (via le 1760/2000) autorisée à condition que les zones d'affichage sur la barquette de ces deux mentions soient bien distinctes (donc sans avoir recours à l'IGP...).

Pour conclure, la filière dispose aujourd'hui globalement de quatre niveaux de segmentation vis-à-vis de l'indication géographique portée sur le produit et du message qu'elle véhicule auprès du consommateur :

- * le 1^{er} niveau concerne simplement l'indication de l'adresse du fabricant (cas de la vente directe par exemple où l'indication de l'élevage est possible, mais doit se faire dans le cadre du 1760/2000 : l'image que le consommateur se fait du produit est alors très liée à l'information dont il dispose sur le fabricant ou l'éleveur) ;
- * le 2^{ème} niveau porte sur une indication d'un lieu de production (d'élevage) type Pays, Région, ... (toujours dans le cadre du 1760/2000). L'image du produit est alors associée à la notoriété du lieu (ex : la Normandie) ;
- * le 3^{ème} niveau porte sur la notoriété du produit dans le lieu (ex : les calissons d'Aix ou les nougats de Montélimar). Ce cas de figure est clairement celui de l'IGP, version réglementation européenne ;
- * enfin le dernier niveau correspond à l'identification du lieu à travers le produit (ex : le Comté). On se trouve ici dans le cadre de l'AOC. La simple désignation du produit évoque le territoire dont il est issu, voir également une certaine idée des conditions de production.

=> Des nouveaux débouchés pour la viande à travers ces nouvelles démarches de segmentation du marché ?

Segmenter peut paraître bénéfique pour le marché de la viande. En effet, en augmentant le nombre de marques, de signes, ..., on augmente l'offre proposée au consommateur en terme de choix et on peut espérer une augmentation des ventes du rayon viande. Mais comment le consommateur et avec lui le marché de la distribution va réagir à cette nouvelle segmentation ? Est-ce que le consommateur est prêt à acheter et à payer ces produits ? Est-ce que la distribution (que ce soient les GMS ou la Boucherie Artisanale) est intéressée commercialement et économiquement par ces nouveaux signes et prête à les rémunérer ?

Il est difficile de se projeter dans l'avenir et d'imaginer qu'elle peut être la réaction du marché de la viande à ces nouveaux signes. Ceci étant, les quelques exemples connus en AOC montrent aujourd'hui que de tels produits, qui n'ont pas ou très peu de notoriété auprès du grand public (cas du Bœuf Maine-Anjou), ont beaucoup de mal à trouver des opérateurs commerciaux intéressés. Ainsi, dans ce cas précis du Maine-Anjou, le seul opérateur (abatteur-transformateur) travaillant et commercialisant ces viandes à des GMS, d'une part impose de nouvelles contraintes au produit (cf 5.2) et surtout est loin de répondre aux attentes des éleveurs en terme de rémunération... Cela tient en partie à la difficulté d'écouler ces produits et notamment de convaincre des enseignes de commercialiser une viande qu'elles et que leurs consommateurs ne connaissent pas...

Ainsi, le succès et le développement d'une démarche AOC ou IGP apparaît très dépendant à la fois de la notoriété déjà existante du produit et d'une réalité économique déjà en place. Il apparaît en effet à peu près évident qu'une filière a intérêt à se lancer dans une telle démarche sur un produit qui connaît déjà une certaine notoriété et qui se commercialise. Il semble par contre peu probable que l'on puisse créer "artificiellement" avec un dossier IGP ou AOC une notoriété qui n'existe pas ! Sur ce point, on peut faire le parallèle avec la CCP, signe nouveau pour le consommateur et pour la filière et qui, finalement, malgré des volumes encore importants, a du mal à maintenir ses parts de marché.

Si l'on raisonne sur la base de la notoriété, et plus précisément sur celle qui associe le lieu au produit (cas de l'AOC), on peut imaginer qu'en viande bovine, ce signe ne devrait concerner que quelques cas particuliers et de petites régions (type Taureau de Camargue, Bœuf de Chalosse ou Agneaux des Prés Salés où le produit est soit bien connu du consommateur, soit réellement différent).

Par contre, dans le cas de l'IGP, la région concernée pourrait être plus importante (ex de l'Agneau et du Veau du Limousin ou du Bœuf du pays Normand). On joue ici sur la notoriété du lieu. Et dans ce cas, est-il indispensable d'aller jusqu'à l'IGP. Si l'on souhaite simplement afficher une origine pour communiquer dessus, l'étiquetage facultatif via le 1760/2000 semble plus approprié. C'est le cas par exemple d'une grande surface en Vendée qui réalise une opération publicitaire pendant l'été sur la viande de bœuf originaire de Vendée et qui se traduit par un certain succès commercial.

De plus, dans les deux cas de figures AOC ou IGP, ces filières ne devraient concerner que de petits volumes : les volumes étant limité en AOC par le fait qu'elles ne devraient s'intéresser qu'à de petites régions - sauf exception type Maine-Anjou - limitées volontairement pour tenter de mieux "typer" le produit, et dans le cas des IGP par le fait que les viandes éligibles doivent respecter le cahier des charges du label ou de la CCP.

Ces petits volumes sont un frein supplémentaire à leur commercialisation surtout en grande distribution, qui recherche un certain volume et un produit présent toute l'année.

Peu de magasins ou d'enseignes de la grande distribution sont prêts à partir aujourd'hui sur ce type de micro-filières où le risque de rupture d'approvisionnement est beaucoup plus marqué par rapport aux filières classiques (type viande charolaise Carrefour) où les volumes sont beaucoup plus importants (et la possibilité de trier également plus forte). D'autant plus que l'on peut imaginer que certaines démarches AOC devraient concerner des produits saisonnés finis soit au pâturage, soit à l'étable - la finition marquant le produit - (type "Fin gras du Mézenc"). Ces démarches, à l'image des labels, devraient alors davantage s'orienter sur les débouchés de la boucherie artisanale, voir sur d'autres, type restauration.

Ceci étant, la multiplication actuelle de micro-filières de ce type, à travers des démarches régionales ou de pays se lançant dans l'étiquetage facultatif (1760/2000), va faire qu'elles vont se trouver confrontées à cette même problématique de régularité de l'approvisionnement quel que soit leur circuit de commercialisation.

=> La protection de l'origine : une opportunité pour défendre une production régionale ou le début des rivalités entre viandes locales

La question de l'intérêt et surtout des conséquences de la protection du nom géographique dans le cas des AOC et IGP doit être posée et discutée au sein de la filière viande. Comme on vient de l'analyser précédemment, les démarches AOC ou IGP (et avec elles la protection d'un nom sur un produit) ne semble présenter un intérêt que dans le cas de l'existence d'une notoriété et d'une réalité économique et commerciale autour du produit.

Ceci étant, quelles peuvent être les conséquences pour l'ensemble de la filière viande, notamment régionale, de l'existence d'une démarche AOC ou IGP sur la zone ? En effet, qui dit protection, dit exclusivité et interdiction d'utilisation du nom protégé par d'autres produits. Qu'advient-il si une démarche régionale obtient un de ces deux signes avec une utilisation exclusive d'une appellation géographique comme la Bourgogne ou la Normandie. Y-a-t-il un intérêt pour la filière viande à entraîner de telles démarches vers cette protection ?

Concernant les AOC, on peut imaginer que les conséquences seront somme toutes limitées quant à l'impact de la protection d'un nom sur les autres viandes régionales. En effet, les produits AOC devraient concerner des régions relativement petites, typées faisant référence à une indication géographique qui se détache du zonage géographique administratif (cas du "Fin Gras du Mézenc" ou de l'agneau de "Barège-Gavarnie" par exemple). Ceci étant, dans certains cas, cette protection peut poser quelques problèmes d'appellation. Ainsi, sur le même secteur devraient bientôt cohabiter l'AOC "Bœuf Maine-Anjou" après l'IGP "Bœuf du Maine". Si l'IGP "Bœuf du Maine", première démarche à avoir obtenu sa protection du nom, semble accepter l'appellation "Maine-Anjou", l'AOC "Bœuf Maine-Anjou" devrait néanmoins réajuster son nom sur seulement "Maine-Anjou" (en perdant le "bœuf") pour éviter toute confusion. Moyennant ce type de réajustement, la présence d'une AOC ne devrait donc pas bloquer d'autres initiatives locales sur des démarcations géographiques de viande.

Par contre, la question se pose davantage pour les IGP où un certain nombre de démarches pourraient demander à ce qu'il y ait une protection portée sur un nom du département ou de régions administratives (cas de l'Aveyron et du Limousin obtenus en veau ou agneaux qui pourraient être suivis par la Bourgogne, la Normandie ou le Cantal en Bœuf). Ces démarches, si elles aboutissent, ne concerneront que des volumes somme toute modérés (par rapport au potentiel de la région) qui seront ceux de la CCP ou du label associé. Pourtant, elles bloqueront toutes les autres viandes de Bourgogne, de Normandie ou du Cantal (par exemple) qui voudraient également utilisées cette dénomination dans leur communication. Y-a-t-il vraiment intérêt dans ce cas à protéger ces noms géographiques, avec le risque de créer des conflits et rivalités entre filières locales...

Pourtant, cette concurrence entre viandes d'une même zone communiquant sur leur origine devrait avoir tendance à se développer via la multiplication des filières se lançant dans le 1760/2000 depuis l'éleveur indiquant son élevage jusqu'à la région administrative (région qui d'ailleurs peut être reprise par plusieurs filières distinctes dans ce cadre réglementaire).

54 - Les démarches AOC-IGP et la question de l'avenir du troupeau allaitant

La question de l'avenir du troupeau allaitant est une question qui a été largement évoquée ces derniers temps par la filière et débattue notamment au sein du groupe "Mordant". L'objet de ce paragraphe n'est pas de refaire ce débat mais plutôt de voir dans quelle mesure plus spécifiquement les démarches AOC et IGP peuvent avoir un lien et un rôle à jouer vis-à-vis de ce troupeau allaitant.

Il est bon néanmoins de rappeler ici quels ont été les principales orientations dégagées par le groupe de travail "Mordant" pour espérer une stabilisation, voir un développement du marché de la viande bovine. Ce groupe a convenu pour cela que tous les créneaux devaient être utilisés et que la segmentation du marché apparaissait comme un outil incontournable dans cette optique de redynamiser le marché ("fournir une plus grande offre de produits devrait assurer une maximisation de la demande globale"). Enfin et surtout, cette redynamisation passe par des efforts de la filière sur la mise en avant de la viande d'animaux de race à viande. Aujourd'hui, on peut estimer à environ 700 000 tonnes (équivalent carcasse) la viande consommée en France d'origine allaitante. Sur ces 700 000 tonnes, les seules viandes sur lesquelles est communiquée la race (au sens race et non type racial) doivent concerner moins de 100 000 tonnes (les labels, une partie des CCP, et quelques autres démarches locales), ce qui reste faible.

Si les démarches AOC et IGP participent au développement de la segmentation du marché, moyennant un certain nombre de limites et conditions (discutées dans les chapitres précédents), concourent-elles pour autant à mettre en avant les viandes du troupeau allaitant ?

Dans les conclusions du groupe Mordant, il a également été précisé que la valorisation des produits du troupeau allaitant ne passait pas uniquement par une communication sur la race (à viande), mais aussi sur le mode d'élevage, l'ancrage au territoire, ou encore l'image.

Si à première vue, les démarches AOC-IGP n'ont pas cette vocation, en y regardant de plus près, territoire et troupeau allaitant sont deux entités très liées historiquement, géographiquement et culturellement.

En effet, si les grandes races françaises (en effectif) sont maintenant présentes sur beaucoup de régions, elles ont toujours gardé leur noyau (mis à part la Prim'Holstein, qui n'est pas d'origine française) dans leur berceau d'origine (la Charolaise au Nord et à l'Est du Massif Central, la Limousine dans la région du même nom, la Blonde d'Aquitaine dans le Sud-Ouest, la Salers dans le Cantal, l'Aubrac dans le Sud du Massif Central, ...).

Dans une race, la proportion de vaches présentes dans le berceau d'origine est d'autant plus important (par rapport à celle hors berceau) que cette race est à petits effectifs (cas par exemple de la Gasconne, de la Vosgienne ou de la Nantaise). Ainsi, race et territoire sont toujours assez fortement liés. Preuve en est que nombre de noms de ces races sont l'émanation d'appellations de territoire ou de lieu (Nantaise, Parthenaise, Salers, Limousine ou Maine-Anjou). Il apparaît ainsi assez logique qu'une IGP en Bourgogne concerne plutôt la Charolaise que la Blonde d'Aquitaine...

Ceci étant, l'IGP, telle qu'elle est gérée aujourd'hui en France (à savoir associée aux labels ou CCP) comme on l'a vu précédemment, reste relativement limité en terme de développement potentiel. Portant sur des démarches sélectives (label et CCP), lourde et longue à mettre en œuvre, elle n'apparaît pas comme une piste permettant d'influer significativement en volumes commercialisés sur le devenir du troupeau allaitant. D'ailleurs, on peut se demander qu'elle pourrait être la réaction du consommateur face à des viandes identifiées : IGP "Bœuf Charolais de Vendée" (label) d'un côté et de l'autre IGP "Bœuf Charolais de Bourgogne" (CCP).

L'AOC, dans sa vocation, intègre bon nombre de paramètres qui concernent également le troupeau allaitant : la notion de race, de lieu, de systèmes d'élevage, d'adaptation de l'animal au milieu (la race étant le fruit d'une sélection par les hommes, au cours des générations, d'animaux les mieux adaptés dans leurs territoires), de valorisation du territoire... Les démarches AOC peuvent donc porter avec elles les valeurs d'une race sur un territoire (cas de la Maine-Anjou par exemple ou des races Brave et Camargue pour le Taureau de Camargue). La participation de la race en viande bovine dans le lien entre la typicité des produits et l'origine est peut-être aussi fort que l'alimentation de l'animal ou son mode d'élevage (cas vraisemblable sur l'AOC Maine Bœuf où l'on met en avant des poids de carcasse important et un rendement en viande médiocre lié à une ossature développée ou également sur le Taureau de Camargue avec des carcasses légères).

Ainsi, en terme de perspectives, AOC et race peuvent être certainement associées dans un certain nombre de cas, cas qui devraient concerner essentiellement les races à petits effectifs qui sont restées dans leur berceau d'origine. L'intérêt de l'AOC pour le troupeau allaitant réside alors dans ce cas de figure surtout sans la sauvegarde de ces races allaitantes à petits effectifs. Par contre, là non plus, pour l'ensemble du troupeau allaitant, cette démarche ne se présente pas comme une solution rapide à mettre en œuvre et pouvant concerner des volumes importants.

De plus, se pose le problème de l'interdiction de l'utilisation du nom de la race dans celui de la désignation du produit. Or, auprès du consommateur, c'est bien souvent le nom de la race qui a une certaine notoriété. Faut-il alors, comme pour la Maine-Anjou, changer le nom de la race et plutôt l'utiliser pour l'AOC... ? Surtout cela est-il envisageable pour les principales races françaises dont les effectifs aujourd'hui sont plus importants qu'à l'intérieur du berceau d'origine ?

Ainsi, en définitive, si l'association entre une information sur l'origine géographique des viandes et une information sur la race peut apparaître assez naturelle vu le contexte de l'élevage en France, sa formalisation à travers une démarche AOC ou IGP ne devrait pas présenter un impact significatif sur le marché global des produits de troupeau allaitant.

Quelles pourraient être les autres pistes à explorer ?

La question qui se pose en fait est celle de déterminer quels sont les critères spécifiques aux viandes du troupeau allaitant sur lesquels on pourrait communiquer. La première difficulté réside dans le fait que cette viande du troupeau allaitant ne peut être définie précisément par un seul critère (figure 5). Par exemple, concernant les deux critères : race à viande et troupeau allaitant. Certains animaux "allaitant" sont de races laitières et inversement certains animaux de race à viande n'allaitent pas... Il n'y a pas juxtaposition totale entre ces différents critères. Il convient donc de choisir celui qui paraît le plus pertinent, voire la combinaison de plusieurs d'entre eux.

Un travail s'avère donc nécessaire pour essayer de caractériser au mieux non seulement les animaux produits (race, âge, type), leur qualité (carcasse et viande) mais aussi leur mode d'élevage (zone, milieu pédo-climatique, conduite de la naissance à l'abattage, alimentation, chargement des systèmes...).

La 2^{ème} difficulté réside dans le choix du type de démarche à retenir pour lancer cette communication. La démarche est à associer aux types de critères sur lesquels on veut communiquer. Si l'on ne veut communiquer que sur la race à viande, cette communication est permise par l'étiquetage facultatif (1760/2000). D'ailleurs, l'avenant au cahier des charges VBF d'Interbev permet également (au-delà de l'origine) de préciser la race sur l'étiquette. Ainsi, une communication rapide peut être mise en place sur un certain nombre de filières sur les races à viande dans ce cadre (moyennant le respect de ce cahier des charges).

Si en plus de la race (à viande), on veut garantir un certain niveau qualitatif au produit, on retombe là soit sur des cahiers des charges qualité type label ou CCP, soit on se suffit d'une durée de maturation, ce qui est possible via l'avenant d'Interbev au 98-02.

D'ailleurs, aujourd'hui, l'interprofession réfléchit à une communication sur les races à viande, qui concernerait l'ensemble des races à viande et serait mise en place assez rapidement (dans le cadre du 1760/2000) en associant néanmoins dans ce cahier des charges un certain nombre de critères garantissant un niveau de qualité minimum. Cette communication devrait bientôt voir le jour.

Une autre forme de communication pourrait concerner les modes d'élevage des animaux des troupeaux allaitants. Ce type de communication n'est permise aujourd'hui en France que dans le cadre d'un signe officiel de qualité (d'après l'interprétation française du règlement CE n° 1760/2000), ce qui limite également son développement.

Toutefois, il est un signe officiel qui, jusqu'à ce jour, n'a été que très peu utilisé pour les produits agro-alimentaires et jamais encore en France : la Spécialité Traditionnelle Garantie (STG). Ce signe protège les produits agricoles ou denrées alimentaires soit produits à partir de matières premières traditionnelles, soit dont le mode de production et/ou de transformation est traditionnel (règlement CE n° 2032/92, cf 2.2). Seuls quelques produits en Europe, surtout transformés, possèdent ce signe de qualité (6 bières dont 5 belges, 3 plats cuisinés dont 2 finlandais, 1 charcuterie en Suède, 1 jambon serrano en Espagne, 1 mozzarella en Italie). Par contre, quasiment aucune matière première n'est marquée par ce signe (1 seul lait : 1 lait frais en Espagne et 1 seule viande : une dinde fermière en Grande Bretagne – annexe 1).

L'élevage allaitant qui présente dans le mode de conduite de ses animaux une pratique on ne peut plus traditionnelle (de faire allaiter les veaux sous leur mère pendant plusieurs mois jusqu'à leur sevrage), pourrait tout à fait prétendre à ce signe officiel. Ce signe officiel pourrait alors s'avérer être un signe très intéressant en terme de démarcation et de communication pour le troupeau allaitant français.

Toutefois, la France, comme pour l'IGP, a associé obligatoirement l'obtention d'une STG à un label ou une CCP (chapitre III du code Rural). Ainsi la complexité et la lourdeur d'une démarche STG peut être comparée à celle d'une IGP, sans compter que le mode d'instruction d'un tel dossier au niveau français n'a jamais été réalisé... et reste donc à construire.

VI.- EN CONCLUSION : LES DEMARCHES AOC ET IGP EN FRANCE SUR LA VIANDE BOVINE

=> Des traitements particuliers de ces dossiers en France qui freinent leur développement

Pour l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), qui est l'émanation de l'AOC au niveau européen, la lourdeur de l'instruction du dossier en France pour le produit viande bovine tient à plusieurs difficultés, propres à la nature de cette démarche et à son traitement :

- * la méconnaissance de cette démarche en viande et la quasi-absence d'antécédents,
- * la difficulté pour trouver des professionnels (éleveurs - abatteurs - distributeurs) intéressés et partageant les mêmes motivations pour travailler sur le dossier plusieurs années sans avoir immédiatement des retombées positives,
- * la difficulté en viande bovine à faire ressortir une typicité du produit au sein d'une variabilité qualitative existentielle spécifique à la viande bovine,
- * des exigences très - trop ? - fortes, demandées par les différentes commissions statuant sur ces dossiers, en terme d'argumentation, d'apport des preuves, d'"objectivation" du lien entre le produit et son terroir.

Par contre, concernant l'Indication Géographique Protégée (IGP), le frein majeur au développement de ce type de démarche tient essentiellement à la complexité de la réglementation française définissant les conditions d'attribution de ce signe.

En effet, si la réglementation européenne sur l'IGP définit clairement les conditions d'obtention de ce signe sur des bases proches de l'AOP (nom du produit, cahier des charges, groupement demandeur, structure du contrôle) tout en étant moins contraignant que cette dernière (seule une réputation sur le produit peu suffire pour l'IGP), la France a compliqué considérablement ces conditions d'attribution en subordonnant l'IGP à l'obtention d'un label ou d'une CCP.

Ainsi, le dossier doit d'abord passer devant deux commissions nationales (la CNLC pour le label ou la CCP et l'INAO pour l'IGP) avant de remonter à Bruxelles. La France est le seul pays à avoir instauré une telle procédure, les autres pays se basant seulement sur la réglementation européenne avec des démarches d'instructions plus simples.

Le renforcement du processus d'instruction de l'IGP en France entraîne un accroissement des délais quant à leur obtention, ce qui a freiné considérablement ces derniers temps les initiatives de démarches sur ce signe pour la viande bovine. Qu'en serait-il de son développement si l'on ne s'en était tenu qu'aux textes européens ?

=> En terme de perspectives de développement pour la viande bovine : un intérêt pour ces signes qui devrait être limité à certaines démarches

Il est difficile de faire un pronostic sur le développement de ces signes à moyen ou long terme. Ceci étant, l'analyse menée sur l'expérience des quelques démarches existantes ou en cours sur ces deux signes laisse à penser que ces signes de segmentation ne devraient pas concerner des volumes très importants en viande bovine. En effet, les principales contraintes rencontrées par les quelques initiatives existantes pour lancer commercialement ces "nouveaux" produits résident essentiellement dans le manque de notoriété des produits auprès du grand public (consommateurs mais aussi distributeurs), manque de notoriété de ces signes (surtout le cas de l'IGP) et surtout la quasi inexistence d'activité économique spécifique aujourd'hui pour traiter ces produits (circuits commerciaux, distribution, ...).

Ainsi, parmi les initiatives qui se lancent dans cette segmentation (AOP ou IGP), celles qui devraient réussir sur le marché de la viande sont avant tout celles qui possèdent déjà une forte notoriété et qui ont encore une activité économique et commerciale non nulle sur le produit en question. Ces démarches ne devraient pas représenter, par nature, des volumes très importants sur le marché de la viande (l'AOC ne concernant que des produits "typiques" liés à un terroir et l'IGP devant cumuler origine géographique et signe de qualité : label ou CCP). Il paraît difficile d'espérer créer de toute pièce une notoriété et une activité commerciale qui n'existaient pas sur un produit, grâce uniquement à l'obtention et à l'apposition du logo AOP ou IGP sur ce produit.

=> Une concurrence forte vis-à-vis de ces signes pour afficher l'origine, de la réglementation européenne sur l'étiquetage de la viande bovine

Au-delà de la réassurance sanitaire, le consommateur est à la recherche maintenant de réassurance sur les conditions d'élevage des bovins viande. L'information sur la zone d'élevage de l'animal dont provient le morceau de viande est une des premières informations qui intéresse le consommateur. De cette seule information, le consommateur se fait déjà une première image des conditions de vie de l'animal.

Aujourd'hui, la réglementation européenne sur l'étiquetage (règlement CE n° 1760/2000) permet, au-delà des mentions obligatoires, d'afficher sur le morceau de viande, sur le point de vente, d'autres indications, dites facultatives, comme la zone d'élevage. Interbev a repris cette réglementation pour la décliner dans un cahier des charges interprofessionnel (avenant à VBF n° 98-02) définissant notamment l'utilisation de la mention du lieu (naissance, élevage et/ou engraissement). Ainsi, aujourd'hui, moyennant la validation de ce cahier des charges, toute filière locale, régionale peut communiquer rapidement sur des notions d'origine (au sens de la zone administrative – élevage, commune, pays ou région – dans laquelle l'animal a été élevé).

Cette opportunité donnée à la filière viande bovine est reprise actuellement par de nombreuses initiatives à différentes échelles (élevage, pays...). Sans cette réglementation, ces productions n'auraient pas communiqué sur l'origine, ou alors, pour quelques unes, se seraient lancées dans une IGP, voire une AOP. Ce règlement 1760/2000 apparaît donc comme un fort concurrent à ces deux signes. Reste qu'une seule indication d'une zone d'élevage sur le produit ne garantit absolument rien sur la qualité de cette viande. L'IGP permet par contre d'apporter cette garantie (sur une qualité "minimale") alors que l'AOC garantit une "certaine" qualité du produit (ce qui en fait sa typicité). Ceci étant, certaine démarche contourne les lourdeurs administratives de l'IGP en couplant pour le même produit une démarche type CCP ou label (pour la qualité) d'un côté et le 1760/2000 de l'autre (pour l'information géographique), les deux étant affichés sur des zones de la barquette de viande bien distinctes. L'avenant à VBF permet d'ailleurs d'associer une communication sur la zone d'élevage et sur une durée de maturation.

Enfin, un des atouts apparents pour une AOP ou une IGP est la protection portée sur la désignation géographique du produit. Ceci étant, faut-il protéger "à tout va" ? La protection de l'origine ne présente un intérêt que quand il y a une forte notoriété du lieu associé au produit (AOC), ou du produit dans le lieu (IGP). Si l'on ne veut jouer que sur la notoriété du lieu, y-a-t-il intérêt à protéger ? Trop de protections géographiques seront-elles bénéfiques globalement pour la filière ... ?

=> Globalement, peu d'impact important de ces signes sur le devenir du troupeau allaitant

Race et territoire sont deux entités assez étroitement liées concernant l'élevage bovin français. On pourrait alors imaginer qu'une communication sur l'origine géographique des viandes via une AOP ou une IGP aurait pu servir notamment aux animaux du troupeau allaitant, qui, dans une certaine mesure, sont encore bien présents dans leur berceau d'origine.

Ceci étant, les grandes races allaitantes françaises (Charolaise, Limousine, Blonde d'Aquitaine ou encore Salers) ont largement migré hors de leur berceau d'origine. Ainsi, même si une AOP ou une IGP concernait ces berceaux (intégrant dans leur cahier des charges assez "naturellement" la race locale), une grande partie des effectifs de cette race - celle hors berceau - ne pourrait y prétendre. De plus, seulement une proportion plus ou moins importante des animaux dans la zone définie pourrait intégrer l'un de ces signes (l'autre partie en serait exclu car ne répondant pas aux critères du cahier des charges). Ainsi, AOP ou IGP, ne devraient concerner qu'un segment du marché relativement faible en terme de volumes et ne se présentent donc pas comme une solution globale pour l'ensemble du troupeau allaitant.

De toute façon, vu les délais nécessaires pour l'obtention de ces signes (plusieurs années), cette piste n'apparaît pas comme la solution rapide dont a besoin le troupeau allaitant aujourd'hui.

Par contre, si ce n'est d'un point de vue quantitatif, l'AOP peut permettre le maintien du troupeau allaitant d'un point de vue qualitatif, dans sa diversité de races. En effet, dans le cas des races à petits effectifs, les animaux de ces races sont majoritairement restés dans leur berceau d'origine et territoire et race ne font qu'un. L'AOC, dans ce cas, peut participer à la sauvegarde de la race, à travers une valorisation commerciale de ses produits viande.

Le maintien (ou mieux le développement) des 4 millions de vaches allaitantes en France devrait davantage passer par une communication collective (pour l'ensemble des races à viande), à l'échelle nationale et mise en œuvre relativement rapidement, en laissant la possibilité d'y associer, pour les démarches régionales qui le souhaiteraient, une communication sur l'origine (via le règlement européen n° 1760/2000).

SOURCES DOCUMENTAIRES

* Textes réglementaires européens :

- Règlement communautaire n° 2092/91 du 24 juin 1991 relatif au mode de production et à l'emploi de la mention "Agriculture Biologique".
- Règlement communautaire n° 2081/92 du 14 juillet 1992 relatif aux Appellations d'Origine Protégées et aux Indications Géographiques Protégées.
- Règlement communautaire n° 2082/92 du 14 juillet 1992 relatif aux Attestations de Spécificité des produits agricoles et des denrées alimentaires.
- Règlement communautaire n° 535/97 du 17 mars 1997 relatif aux AOP et IGP modifiant celui n° 2081/92.
- Règlement communautaire n° 1804/1999 du 19 juillet 1999 n° 2092/91 relatif au mode de production biologique.
- Règlement communautaire n° 331/2000 du 19 février 2000 modifiant l'annexe du règlement n° 2092/91 concernant le mode de production biologique.
- Règlement communautaire n° 2082/92 du 14 juillet 1992 relatif aux Attestations de Spécificité des produits agricoles et des denrées alimentaires.
- Règlement communautaire n° 1760/2000 du 17 juillet 2000 relatif à l'identification et l'enregistrement des bovins et à l'étiquetage de la viande bovine et des produits à base de viande bovine.

* Textes réglementaires français :

- Le Code de la Consommation (Articles L115).
- Le Code Rural (articles L641, L642, L643, L645, L646) relatif à la définition et aux procédures d'obtention des AOC, IGP, labels et CCP, et produits de l'agriculture biologique.
- Le Code de la propriété intellectuelle (Articles L711, L712, L715 et R712 concernant les marques de fabrique, de commerce ou de service, individuelles ou collectives).
- La loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999.
- Décret n° 91-368 du 15 avril 1991, relatif à l'organisation et fonctionnement de l'INAO.
- Décret n° 96-193 du 12 mars 1996 relatif à la certification des denrées alimentaires et des produits agricoles non alimentaires et non transformés.
- Décret 2000-826 du 26 août 2000 relatif aux procédures d'examen des demandes d'enregistrement des attestations de spécificités.
- Décret n° 2000-1231 du 15 décembre 2000 relatif à l'appellation "montagne".

- Arrêté du 19 décembre 1990 concernant la notice technique pour les labels viande de veaux de boucherie nourris au lait entier ou nourris sous la mère.
- Arrêté du 7 août 1997 concernant la notice technique pour les labels viande de gros bovins de boucherie.
- Arrêté du 15 février 2001 concernant la notice technique pour les labels viande d'agneaux.

× **Autres documents** :

- "L'identification de la qualité des produits agricoles et agro-alimentaires", Avis n° 16, Conseil national de l'alimentation, 7 juin 1996.
- "Le lien au terroir", bilan des travaux de recherche, D. Berjolle et al, Institut d'Economie Rurale, ETHZ, Zurich, mai 1998.
- "Des éléments techniques au service du projet de l'AOC", Institut de l'Elevage, UP AOC, 26 mai 1999.
- "Evolution et devenir de la commercialisation des produits laitiers AOC", B. Ruch, 2000, Intervention lors de l'Assemblée Générale des Amicales de ENIL de Poligny et de Mamirolle à Juraparc à Lons le Saunier le 7 octobre 2000.
- "Les différents aspects de la qualité – Enjeux – Outils – Démarches", P. Parguel, Institut de l'Elevage, décembre 1999.
- "Qualitor : l'Officiel des produits alimentaires de qualité et d'origine", Edition 1999, Demeter.
- "Qualitor : l'Officiel des produits alimentaires de qualité et d'origine", Edition 2000, Demeter.
- Les aliments sous labels – Origine, Sécurité, Qualité, André Rival, Editions RIA, Editions France Agricole, 2000.
- Cahier des charges Interbev : avenant n° AVVBF02A du 16 septembre 2000 complétant le cahier des charges "Viande Bovine Française".
- "Guide du demandeur d'IGP", INAO-Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 23 octobre 2001.
- "Etat des lieux sur les signes de qualité et d'origine en France", B. Lassant, INRA-UREQUA le Mans, novembre 2001.
- "La viande bovine sur le chemin de l'AOC", Dossier Réussir Bovins Viande, n° 78, décembre 2001.
- "Signes de qualité et d'origine" – Aperçu synthétique sur les signes distinctifs applicables en France aux produits agricoles et alimentaires", G. Carrotte, Institut de l'Elevage, janvier 2002.
- "Réseau ACTA : Animal et AOC", P. Parguel, Institut de l'Elevage, CR n° 2023118, octobre 2002.
- "Les signes de qualité dans les filières animales", document OFIVAL.

- "Projet de guide du demandeur d'AOC pour les produits laitiers", I NAO-Institut de l'Elevage.
- Site internet de la commission européenne : europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/
- Site internet du Ministère de l'Agriculture : www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/
- Site internet de l'Institut de l'Elevage : www.inst-elevage.asso.fr
- Site internet du CEPRAL : www.cepral.com
- Site internet d'INTERBEV : www.interbev.asso.fr

ANNEXES

ANNEXE 1 :
INVENTAIRE DES AOP, IGP ET STG DANS L'UE EN VIANDE ET PRODUITS
LAITIERS, EN 2002

SIGNE	PRODUIT	NOMBRE DE DEMARCHE PAR PAYS	
Appellation d'Origine Protégée (AOP)	Viande bovine	1	en France
		9	au Portugal
		1	au Royaume-Uni
	Viande de veau	-	
	Viande ovine	2	en Allemagne
		3	au Portugal
		2	au Royaume-Uni
	Viande caprine	1	au Portugal
	Viande de porc, jambon, charcuterie	4	en Espagne
		20	en Italie
		1	au Portugal
	Viande de volaille	2	en France
Produits laitiers (fromages, beurres, crèmes, lait)	38	en France	
	1	en Belgique	
	4	en Allemagne	
	20	en Grèce	
	16	en Espagne	
	1	en Irlande	
	30	en Italie	
	4	au Pays-Bas	
	6	en Autriche	
	11	au Portugal	
	9	au Royaume-Uni	
Indication Géographique Protégée (IGP)	Viande bovine	3	en France
		1	au Portugal
		2	au Royaume-Uni
	Viande de veau	2	en France
		1	en Espagne
		1	en Italie
		1	au Portugal
	Viande ovine	4	en France
		5	en Espagne
		3	au Portugal
		1	au Royaume-Uni
	Viande caprine	4	au Portugal
	Viande de porc, jambon, charcuterie	7	en France
		2	en Belgique
		5	en Allemagne
		5	en Espagne
		1	en Irlande
		6	en Italie
	2	au Luxembourg	
	2	en Autriche	
	13	au Portugal	

IGP (suite)	Viande de volaille	31 en France 1 en Espagne
	Produits laitiers (fromages, beurres, crèmes, lait)	5 en France 2 au Danemark 1 au Portugal 1 en Suède 3 au Royaume-Uni
Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)	Viande de porc, jambon, charcuterie	1 en Espagne
	Viande de volaille	1 au Royaume-Uni
	Produits laitiers	1 en Italie 1 en Espagne

<p>Label (suite)</p>	<p>Bœuf de race charolaise Charolais du Centre Organisme certificateur : AUCERT Groupement qualité : APVC</p> <p>Bœuf de race charolaise Charolais-Terroir Organisme certificateur : BVQI -France Groupement qualité : CHAROLAIS TERROIR</p> <p>Bœuf gascon Label Rouge Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AIBG</p> <p>Bœuf Limousin Blason Prestige Organisme certificateur : CERTILIM Groupement qualité : ASSOCIATION LIMOUSIN PROMOTION</p> <p>Bœuf Limousin Junior Blason Prestige Organisme certificateur : CERTILIM Groupement qualité : ASSOCIATION LIMOUSIN PROMOTION</p> <p>Bœuf de race Blanc Bleu Belle Bleue Organisme certificateur : ASSOCIATION QUALITE NORD PAS-DE-CALAIS Groupement qualité : ASSOCIATION BELLE BLEUE PROMOTION</p> <p>Bœuf fermier de l'Aubrac Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : ASSOCIATION BŒUF FERMIER DE L'AUBRAC</p>		<p>en cours</p> <p>en cours</p>
<p>Certification de conformité produit (CCP)</p>	<p>Bœuf de Tradition Bouchère Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : INTERBEV</p> <p>Bœuf Verte Prairie Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : INTERBEV</p> <p>Bœuf de race Blonde d'Aquitaine Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : ASSOCIATION DES PRODUITS FERMIERS DU SUD-OUEST</p> <p>Bœuf de race Salers Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : ASSOCIATION DES VIANDES DE QUALITE DU CANTAL</p>		

<p>CCP (suite)</p>	<p>Bœuf du Cantal - Saveurs d'Espace Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : ASSOCIATION DES VIANDES DE QUALITE DU CANTAL</p> <p>Bœuf les Viandes du Limousin Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : ASSOCIATION LES VIANDES DU LIMOUSIN</p> <p>Bœuf Fleur de Limousine Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : GIE FLEUR DE LIMOUSINE</p> <p>Bœuf du Pays Normand Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur: NORMAND VIANDE</p> <p>Boeuf Lorraine Qualité Viande Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : LORRAINE QUALITE VIANDE</p> <p>Bœuf de Qualité France Organisme certificateur : QUALI TE France Organisme demandeur : QUALI TE France</p> <p>Viande bovine Sabim Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : Sabim</p> <p>Bœuf Sélection Auchan Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : Auchan</p> <p>Viande bovine filière qualité Carrefour : - Bœuf de race Charolaise Carrefour - Bœuf de race Blonde d'Aquitaine Carrefour - Bœuf de races Limousine et Charolaise Carrefour - Bœuf de race Montbéliarde Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : CARREFOUR</p> <p>Viande de gros bovins de race NORMANDE Organisme certificateur : BVQI - FRANCE Organisme demandeur : Association Filière Qualité Race Normande</p> <p>Viande fraîche de gros bovins COPVIAL Organisme certificateur : CERTI QUAL Organisme demandeur : COPVIAL</p>		<p>en cours</p>
------------------------	---	--	-----------------

<p>CCP (suite)</p>	<p>Bœuf Charolais de Bourgogne Organisme certificateur : FRANCERT Organisme demandeur : ASSOCIATION CHAROLAIS DE BOURGOGNE</p> <p>Bœuf Limousine Tradition Organisme certificateur : ASOLA Organisme demandeur : VLT</p> <p>Jeunes Bœufs et Génisses Organisme certificateur : CERTIS Organisme demandeur : SVA</p>		<p>en cours</p>
-------------------------------	--	--	-----------------

VIANDE DE VEAU

<p>Label</p>	<p>Veau élevé sous la mère Organisme certificateur : ASOLA Groupement qualité : ASOLVO</p> <p>Veau du Limousin Organisme certificateur : CERTILIM Groupement qualité : SUA QUALITE DE LA CHAMBRE D'AGRICULTURE DU LIMOUSIN</p> <p>Veau fermier du Lauragais Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : ASSOCIATION VEAU DEL PAÏ S</p> <p>Veau fermier des Versants de Pyrène Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : ASSOCIATION VEAU DEL PAÏ S</p> <p>Veau d'Aveyron et du Ségala Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : IRVA</p> <p>Veau Breton/Tradition - Tradiveau Organisme certificateur : CERTI - France Groupement qualité : ASSOCIATION BOVINS QUALITE BRETAGNE</p> <p>Veau fermier de Normandie Organisme certificateur : AVI CERT Groupement qualité : NORMANDIE BOVINS</p> <p>Veau fermier Vendée-Val de Loire Organisme certificateur : ACLAVE</p>		<p>IGP</p> <p>IGP</p> <p>en cours</p>
---------------------	---	--	---------------------------------------

	Groupement qualité : ASSOCIATION "LE VEAU DE LAIT"		
Certification de conformité produit (CCP)	<p>Veau Brioutin - veau Le Gastounet - veau Vitellor Organisme certificateur : AFAQ - ASCERT INTERNATIONAL Organisme demandeur : GASCOGNE LIMOUSIN VIANDES</p> <p>Veau de couleur claire Primeveau - Excel - De Veaupré - Les Eleveurs du Bourbonnais Organisme certificateur : QUALITE FRANCE Organisme demandeur : GROUPE AIM</p> <p>Veau Kerméné Organisme certificateur : AFAQ - ASCERT INTERNATIONAL Organisme demandeur : KERMENE</p> <p>Veau sur paille Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : SOVI BA</p> <p>Veau Les Vitelliers Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : GIE LES VI TELLIERS</p> <p>Veau Plaisir de France - Valfleuri - Prairial Organisme certificateur : QUALI TE France Organisme demandeur : SOFI VO</p> <p>Veau André Rondeau Organisme certificateur : ACLAVE Organisme demandeur : SEVO</p> <p>Veau du Grand Terroy Organisme certificateur : QUALI TE France Organisme demandeur : SOFI VO</p> <p>Veau de la Laitière / Veau de Pérette Organisme certificateur : AVI CERT Organisme demandeur : GROUPE AIM</p> <p>Veau Maître Veau / 4 Saisons Organisme certificateur : AVI CERT Organisme demandeur : GROUPE AIM</p> <p>Veau Tendre Veau Organisme certificateur : ACLAVE Organisme demandeur : CEVAP</p> <p>Veau Plaisir de France - Valfleuri - Prairial Organisme certificateur : QUALI TE France</p>		

	Organisme demandeur : SOFI VO		
--	-------------------------------	--	--

VIANDE D'AGNEAU

Label	<p>Agneau Agnocéan Organisme certificateur : ACLAVE Groupement qualité : GIE AGNOCÉAN</p> <p>Agneau de l'Aveyron Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : FEDERATION DE L'AGNEAU DE BERGERIE LABEL</p> <p>Agneau des Bastides Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AREOVLA</p> <p>Agneau du Bourbonnais Organisme certificateur : AUCERT Groupement qualité : ADET</p> <p>Agneau fermier César - Drailles de Sisteron Organisme certificateur : ULASE Groupement qualité : CESAR</p> <p>Agneau Cœur de France Organisme certificateur : AUCERT Groupement qualité : APVC</p> <p>Agneau Le Diamandin Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : GIE OVINS DU CENTRE-OUEST</p> <p>Agneau fermier Lou Paillol Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : FEDERATION DE L'AGNEAU DE BERGERIE LABEL</p> <p>Agneau fermier des Pays d'Oc Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : FEDERATION DE L'AGNEAU DE BERGERIE LABEL</p> <p>Agneau fermier du Périgord Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AREOVLA</p> <p>Agneau de lait des Pyrénées Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AREOVLA</p> <p>Agneau de lait Pyrénées-Axuria Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AREOVLA</p>		<p>IGP</p> <p>IGP</p> <p>en cours</p>
--------------	--	--	---------------------------------------

<p>Label (suite)</p>	<p>Agneau de lait Pyrénées-Baskari Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : AREOVLA</p> <p>Agneau fermier des Pyrénées-Garonne Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : FEDERATION DE L'AGNEAU DE BERGERIE LABEL</p> <p>Agneau fermier des Quatre Saisons - des Pastoureaux Organisme certificateur : ACLAVE Groupement qualité : SYNDICAT ELEVAGE OVI NS DE VENDEE (SEOV)</p> <p>Agneau du Quercy Organisme certificateur : QUALI SUD Groupement qualité : FEDERATION DE L'AGNEAU DE BERGERIE LABEL</p> <p>Agneau élevé sous la mère Vivalp'Agneau Organisme certificateur : QUALI TE France Groupement qualité : ASSOCIATION VIVALP'AGNEAU</p>		<p>IGP</p>
<p>Certification de conformité produit (CCP)</p>	<p>Agneau de l'Adret Organisme certificateur : AFAQ-ASCERT INTERNATIONAL Organisme demandeur : ASSOCIATION DE PROMOTION DE L'AGNEAU DE L'ADRET</p> <p>Agneau l'Agnolin Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : SICAGNOLIN</p> <p>Agneau du Limousin Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : GIE OVI NS DU LI MOUSI N</p> <p>Agneau de Lorraine Organisme certificateur : QUALI CERT Organisme demandeur : LORRAI NE QUALI TE VI ANDE</p>		<p>IGP</p>

Annexe 3 : AOC obtenue

A.O.C. « Taureau de Camargue »

Décret	<ul style="list-style-type: none">- Obtention de l'A.O.C. le 7 juin 2000 (JO du 10 juin 2000).- Obtention de l'A.O.C. le 17 octobre 2001 (JO du 18 octobre 2001).
Aire géographique	Certains cantons des Bouches du Rhône, du Gard et de l'Hérault avec définition d'une « zone humide » à l'intérieur de cette aire géographique.
Type d'animaux	<ul style="list-style-type: none">- Bovins mâles ou femelles nés, élevés, abattus et découpés dans l'aire géographique.- Race camarguaise ou brave ou croisements entre ces races.- 18 mois minimum à l'abattage.- Poids de carcasse minimum de 100 kg (85 kg pour génisses de 18 à 30 mois).
Elevage	<ul style="list-style-type: none">- Type manades ou ganaderias.- Sélection pour jeux taurins.- En liberté de façon extensive (chargement < 1 UGB pour 1,5 ha).- 6 mois minimum sans affouragement dans la zone humide.- Alimentation essentielle : la pâture.- Aliment composé ou médicamenteux interdit.
Abattage-Découpe	<ul style="list-style-type: none">- Dans aire géographique.- Maturation des carcasses à l'abattoir entre 48 heures et 5 jours.
Volume	<ul style="list-style-type: none">- (en 2000) Potentiel : 86 élevages, 21 600 ha, 13 600 têtes.- (en 1999) 1 328 carcasses A.O.C. (217 tonnes).
Groupement de producteurs	Association de promotion de la viande bovine de Camargue Mas du Pont de Rousty 13200 - ARLES

Annexe 4 : Démarches AOC "en cours"

« Fin Gras du Mézenc »

Décret	En attente d'obtention du décret de reconnaissance A.O.C.
Aire géographique	Hauts plateaux du Mézenc entre Ardèche et Haute-Loire.
Type d'animaux	- Bœuf ou génisse de plus de 2 ans, nés et élevés sur l'aire géographique. - Race à viande ou croisés viande x lait (seules les Montbéliardes et Abondance sont autorisées).
Elevage	- Alimentation à base d'herbe pâturée et foin. - Finition avec du foin des hauts plateaux. - Production saisonnée du 1er mars au 1er dimanche de juin.
Volume (potentiel)	- Environ une centaine d'éleveurs pour quelques centaines d'animaux produits par an (80 éleveurs en 99 pour 420 animaux).
Groupe de producteurs	Association Fin Gras du Mézenc Ferme de Mathias 43430 - FAY SUR LIGNON

« Bœuf Maine Anjou »

Décret	En attente d'obtention du décret de reconnaissance A.O.C.
Aire géographique	S'étendant sur certaines communes de 7 départements : Ile et Vilaine, Loire-Atlantique, Maine et Loire, Mayenne, Sarthe, Deux-Sèvres et Vendée.
Type d'animaux	- Femelles ayant vêlé au moins une fois, de plus de 380 kg de carcasse, âge maximum de 10 ans. - Bœufs de 30 mois minimum et 400 kg de carcasse minimum. - Animaux de race « Rouge des Prés » exclusivement.
Elevage	- Obligation de justifier d'une surface d'herbe d'un hectare par vache. - Interdiction de tous les ensilages en finition. - Durée de finition : minimum 60 jours.
Volume (potentiel)	- Plusieurs centaines d'éleveurs pour plusieurs milliers d'animaux.
Groupe de producteurs	Syndicat de défense de la viande Maine-Anjou 36, avenue de Razilly - BP 339 53203 - CHATEAU GONTIER Cedex

Annexe 5 : IGP obtenues

I.G.P. « Veau de l'Aveyron et du Ségala »

Décret	Label Rouge : obtenu le 12 février 1994.
IGP	Obtenu le 12 juin 1996, règlement CE n° 1107/96.
Aire géographique	75 cantons répartis dans les départements de l'Aveyron, du Tarn, du Lot, du Tarn et Garonne et du Cantal.
Type d'animaux	- Veaux abattus entre 6 et 10 mois environ. - Race à viande ou croisées entre elles. - Poids de carcasse de 170 à 250 kg.
Elevage	- « Sous la mère » et complément à base de céréales en distribution libre dès la naissance.
Lien avec l'aire géographique	- Une caractéristique : le mode d'élevage « sous la mère » associé à une distribution de céréales dès la naissance. - La réputation du produit qui remonte au 19 ^e siècle.
Volume (potentiel)	- Environ 700 producteurs pour 15 000 veaux produits.
Organisme certificateur	QUALI SUD
Groupe ment qualité	Interprofession régionale du veau d'Aveyron Carrefour de l'Agriculture 12000 - RODEZ

Annexe 5 (suite) : IGP obtenues

I.G.P. « Veau du Limousin »

Label Rouge	Obtenu en 1992.
I.G.P.	Obtenu le 12 juin 1996.
Aire géographique	Région Limousin et départements limitrophes.
Type d'animaux	<ul style="list-style-type: none">- Races Limousines et Charolaises croisées entre elles ou avec la Salers.- Veaux abattus entre 90 et 150 jours.- Poids de carcasse entre 85 et 150 kg.- Couleur : blanc au rosé.- conformation : E, U, R, état d'engraissement : 2 et 3.
Elevage	<ul style="list-style-type: none">- Veaux allaités par la mère naturelle ou adoptive.- En cas de besoin : complémentation par du sucre et des oeufs frais et par un aliment d'allaitement complet dont la quantité est limité par veau à 35 kg pour l'ensemble de la période d'engraissement.
Lien avec l'aire géographique	<ul style="list-style-type: none">- Une caractéristique : la blancheur de la viande liée à la carence naturelle du sol de la région en fer.- La réputation du produit qui remonte au 19^e siècle.
Volume	- 10 000 éleveurs en 1999 pour 2 000 tonnes commercialisées.
Organisme certificateur	CERTILIM
Groupeement qualité	Limousin Promotion 32, avenue du Général Leclerc 87065 - LIMOGES Cedex

Annexe 5 (suite) : IGP obtenues

I.G.P. « Bœuf de Chalosse »

Label Rouge	Obtenu en 1991.
I.G.P.	Obtenu le 12 juin 1996 – Règlement CE n° 1107/96.
Aire géographique	Zone de collines du Sud de l'Aquitaine comprise entre le Gave de Pau et l'Adour, limitée au département des Landes et étendue aux cantons limitrophes des Pyrénées Atlantiques.
Type d'animaux	- Femelles de 30 mois à 9 ans maximum. - Bœufs de 32 mois minimum. - Races : Blonde d'Aquitaine, Limousine, Bazadaise et leurs croisements.
Elevage	- A l'herbe ou avec des fourrages de l'exploitation. - Finition de 6 à 12 mois au maïs grain.
Lien avec l'aire géographique	- La réputation du produit depuis de le début du 19 ^e siècle.
Volume (2002)	- Environ 400 producteurs et 2000 animaux.
Organisme certificateur	QUALI SUD
Groupe qualité	Association bœuf de Chalosse Mairie de Lomques 75, route de Mugron 40250 - LOURQUEN

Annexe 5 (suite) : IGP obtenues

I.G.P. « Bœuf du Maine »

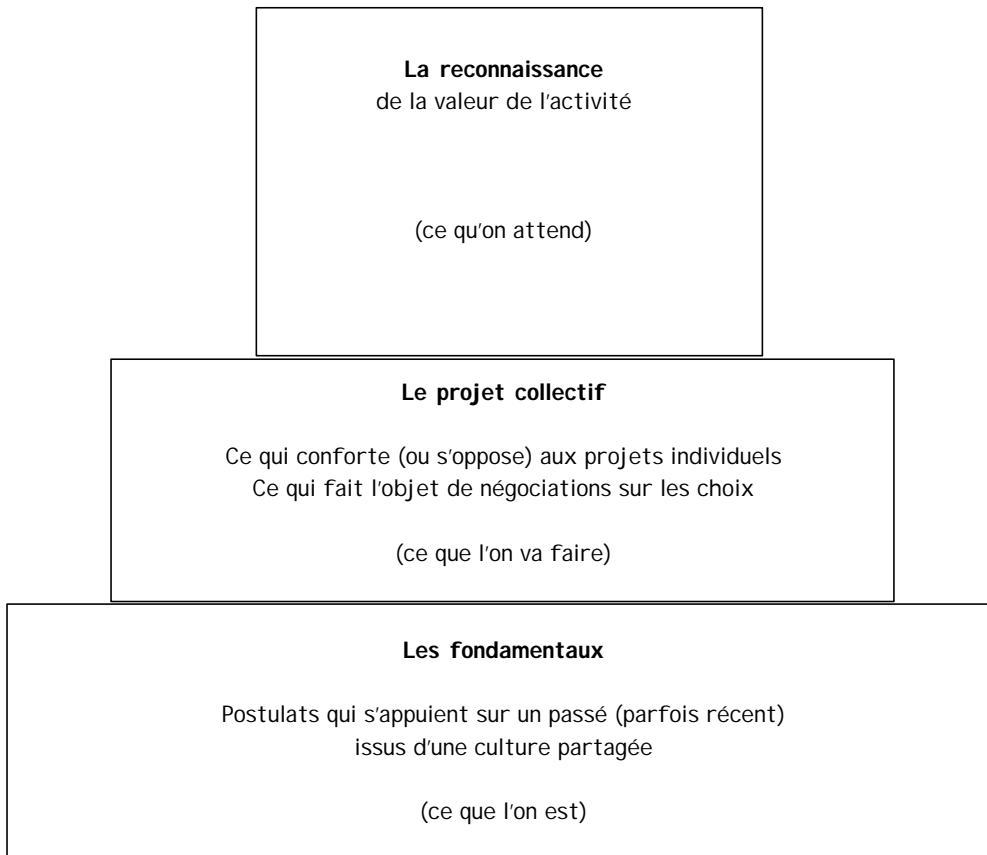
Label Rouge	Obtenu en 1986.
I.G.P.	Obtenu le 12 juin 1996 – Règlement CE n° 1107/96.
Aire géographique	Sarthe, Mayenne et leurs cantons limitrophes + Maine et Loire et arrondissements limitrophes + arrondissements de Mortagne et Alençon dans l'Orne.
Type d'animaux	<ul style="list-style-type: none"> - Races à viande et croisement entre elles. - Abattage entre 30 et 51 mois pour les femelles. - Abattage entre 30 et 48 mois pour les bœufs. - Poids de carcasse minimum: 350 kg pour les femelles (330 kg pour les limousines). - Conformation mini R-, état d'engraissement : 2 et 3.
Elevage	<ul style="list-style-type: none"> - Séjour en étable limité à 5 mois par an. - Alimentation avec les produits de la ferme et aliments du commerce référencés par le groupement qualité.
Lien avec l'aire géographique	- La réputation du produit depuis de le début du 18 ^e siècle.
Volume (2002)	- 1 250 producteurs et environ 5 000 animaux par an.
Organisme certificateur	QUALITE France
Groupement qualité	Association pour la promotion du Label « Bœuf fermier du Maine » Espace Coëvrans BP 0130 53601 – EVRON Cedex

Annexe 5 (suite) : IGP obtenues

I.G.P. « Bœuf Charolais du Bourbonnais »

Label Rouge	Obtenu le 1er février 1974.
I.G.P.	Obtenu le 12 juin 1996 – Règlement CE n° 1107/96.
Aire géographique	Allier et cantons limitrophes : le Bourbonnais.
Type d'animaux	- Race Charolaise.
Elevage	- Alimentation à base d'herbe, de fourrages grossiers, d'aliments déshydratés, céréales, tourteaux, concentrés, racines et tubercules. - Age d'abattage minimum : 30 mois.
Lien avec l'aire géographique	- Une caractéristique : exploitation des prairies naturelles. - Une réputation : place du bœuf Charolais du Bourbonnais dans la gastronomie et les fêtes locales.
Volume (2002)	- Environ 120 éleveurs et 2 000 animaux labellisés (plus de 800 tonnes).
Organisme certificateur	AUCERT.
Groupe qualité	Association pour la défense de l'élevage traditionnel en Bourbonnais 18, rue Albert Roudoux 03160 - BOURBON L'ARCHAMBAULT

Figure 1 :
Schéma de construction du projet collectif AOC ou IGP



(Institut de l'Elevage, 2000)

Figure 2 :
Processus de reconnaissance d'une AOC en viande

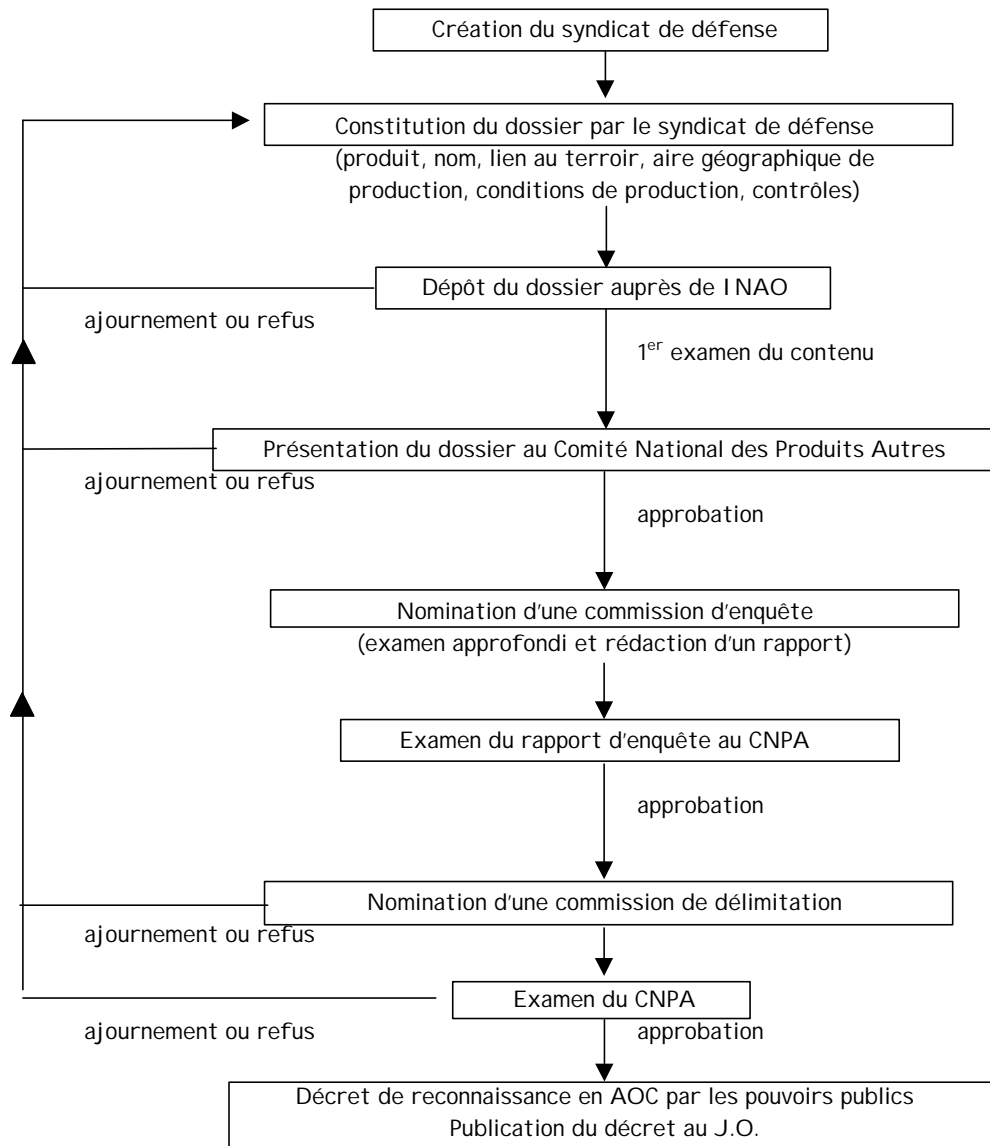
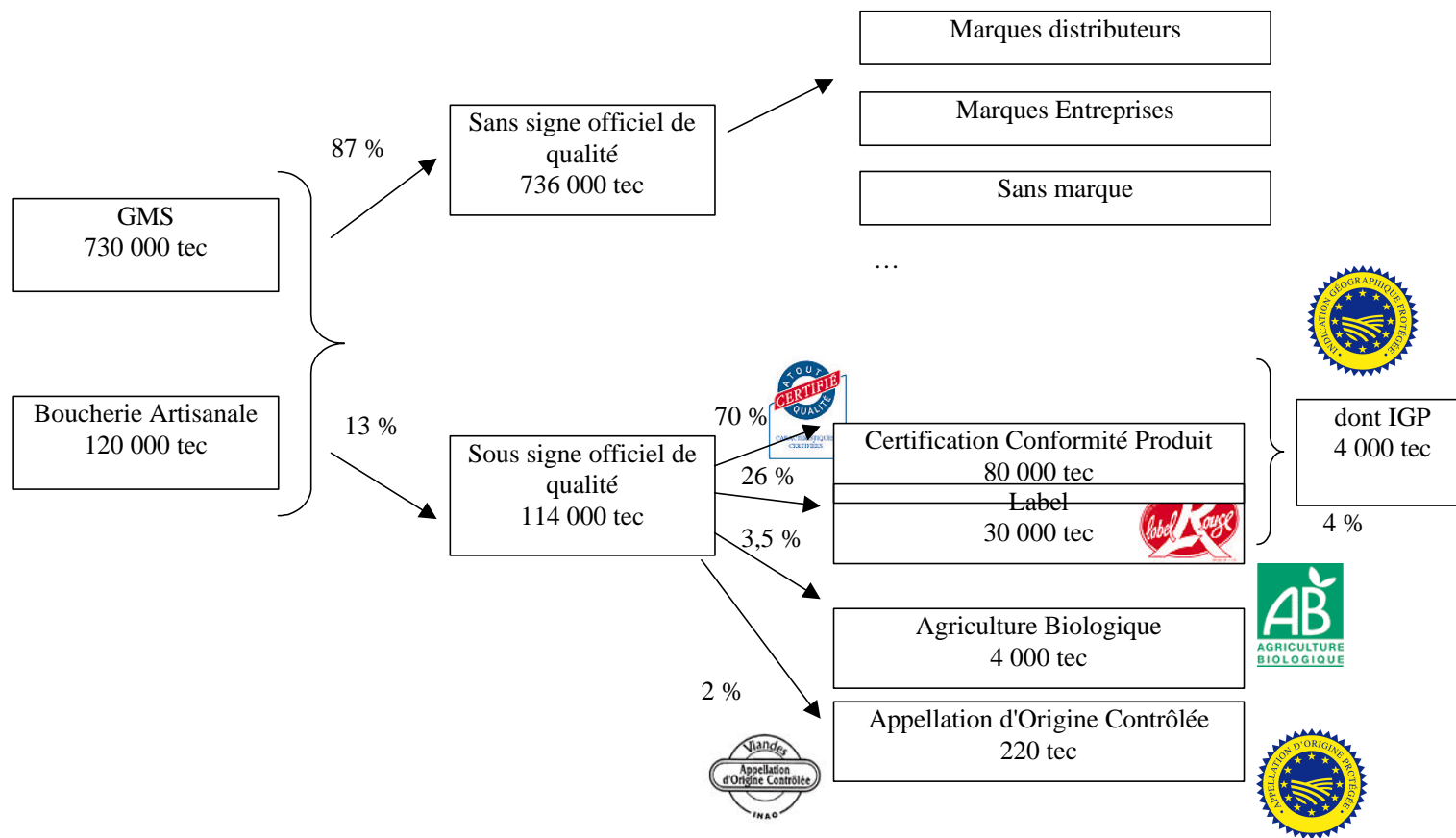


Figure 4 : Le marché français de la distribution de viande bovine en 2002 (850 000 tec)



(Estimations Institut de l'Elevage)

Figure 5 :

Le troupeau allaitant : peu de critères se recoupent entre eux pour bien le définir

