



Consignes aux auteurs dans la collection *Options Méditerranéennes*

Conformément aux suggestions émises par le Conseil scientifique du CIHEAM sur la présentation des numéros d'Options Méditerranéennes, et afin que la publication puisse être réalisée de façon rapide et efficace, nous vous demandons de bien vouloir vous conformer au plus près aux recommandations suivantes.

Tout fichier non conforme à ces règles pourra être refusé par le Responsable d'édition de l'IAMM éditeur et peut entraîner un refus de « Bon à tirer » (BàT) en fin de production.

En tant qu'auteur ou éditeur, n'hésitez pas à contacter le Responsable d'édition si besoin.

Remarques générales

1. Langue

Les textes seront rédigés en anglais ou en français. Vérifiez avec le correcteur d'orthographe du traitement de texte utilisé qu'il n'y ait aucune faute. Si la langue dans laquelle est rédigé le texte n'est pas votre langue maternelle, faites le réviser par un expert avant de le présenter.

2. Présentation de l'auteur

Nom et prénom : Arial, corps 9, gras

Institution (Pays) : Arial, corps 8, normal.

Les fonctions (Directeur, Président, etc.), les statuts (Professeur, Consultant, etc.) ou les coordonnées ne sont pas indiqués ici, mais peuvent faire l'objet, si nécessaire, d'une note infra-paginale.

3. Résumés et mots-clés

Chaque communication sera précédée d'un résumé de 175 à 220 mots et de mots-clés (4 au minimum). Ces éléments seront fournis dans les deux langues (Français, Anglais).

Pour le choix des mots-clés, vous pouvez aller consulter le thésaurus :

- Agrovoc (FAO) : (<http://aims.fao.org/standards/agrovoc/functionalities/search>)
- Meditagri (IAMM) : qui a complété le précédent par des mots-clés en politique et économie agricole et alimentaire.
(http://www.iamm.fr/ressources/opac_css/index.php?search_type_asked=term_search)

Pour utiliser Meditagri, dans cette page cliquez sur « Recherche par termes », saisissez le mot-clé que vous envisagez d'utiliser, puis cliquez sur « Rechercher » : le thésaurus vous donnera le sens exact attribué à ce mot, ainsi que ses termes génériques, spécifiques ou associés qui vous permettront d'accéder au mot le plus proche de votre contenu.

Vous pouvez également vous faire aider par un(e) documentaliste.

4. Les niveaux de lecture du texte

De manière générale, les styles automatiques de titres contiennent un « espace après » et un « espace avant » de quelques points. Lors de la rédaction, il n'est pas nécessaire d'insérer un retour à la ligne entre un titre et le texte qui suit, ni entre un titre et un sous-titre, ni entre deux paragraphes de texte.

Distribuez le contenu du texte sous différentes rubriques, de façon à faciliter la lecture et la compréhension, mais n'utilisez pas plus de 4 niveaux.

5. Traitement des documents insérés

Pour les **cartes, tableaux, graphiques, photos**, etc. insérées dans le fichier Word, veillez à :

- vous assurer que vous avez obtenu les droits de diffusion pour ce document ;
- indiquer les sources : auteur, année et institution (obligatoire) ; ouvrage d'où est extrait le document (facultatif) ;
- formater les fichiers numériques d'origine de manière à assurer la qualité de la reproduction, notamment pour les images : TIFF (.tif) ou JPEG (.jpg), en 150 dpi minimum, 300 dpi maximum.

Tableaux

Les **tableaux** doivent être numérotés de 1 à n, avoir un titre placé au-dessus, être parfaitement lisibles avec des traits horizontaux entre les lignes, les traits verticaux étant inexistant autant que possible. Ils doivent comporter des précisions concernant les unités des chiffres présentés, comporter l'indication de la source, ne pas avoir plus de 20 colonnes. Choisissez des unités qui permettent de simplifier la saisie et aident à la compréhension. Exemple : 3,5 millions et non 3547 milliers.

Évitez également, sauf lorsque cela a une véritable signification scientifique, les 3,54 % et autres précisions décimales superflues.

Figures, graphiques, schémas, organigrammes, cartes, etc.

Les **figures, graphiques, schémas, organigrammes** constitueront pour nous des figures (« Fig. » dans le texte) numérotées de 1 à n.

Les sources seront citées.

S'il y a un grand nombre de **cartes**, elles pourront toutefois faire l'objet d'une numérotation particulière selon le même principe (Carte x. Titre de la carte). Pensez à indiquer l'échelle et l'orientation, et vérifiez qu'à chaque symbole utilisé corresponde une légende. N'oubliez pas de citer les sources.

Vous pouvez introduire de la couleur dans ces documents graphiques. La couleur apportera une plus grande lisibilité et un attrait supplémentaire pour les versions au format .pdf qui seront mises en ligne sur le site du CIHEAM.

Cependant, ils seront généralement imprimés en Noir et Blanc, il vous faut donc veiller à ce que les couleurs soient lisibles en N&B. Si ce n'est pas le cas, la page pourra être imprimée en couleur. Dans le fichier destiné à l'imprimeur, il faudra alors mettre les titres de niveau 1 (qui sont en bleu) en niveau de gris (13% de l'échelle Microsoft Word = 87% noir). Cette valeur est approximative, elle sera à valider par votre imprimeur.

6. Annexes

Fournir une liste des annexes s'il y a lieu et les numérotées de 1 à n.

7. Notes et appels de notes

Les notes sont disposées en fin d'article et non en bas de page.



8. Citations dans le texte

Les références aux auteurs placées dans le texte seront sous la forme : (Nom, année ; Nom, année). Toutes les références aux auteurs faites dans le texte doivent figurer dans les références bibliographiques en fin d'article, et vice-versa.

9. Références bibliographiques en fin d'article

L'écriture des références bibliographiques est un aspect important de la qualité d'une publication et obéit à des normes bien précises. Vous trouverez des informations détaillées sur les normes de présentation sur le site de l'IAMM :

http://www.iamm.fr/content/download/2309/17466/file/guide_normes_biblio.pdf

Nous vous conseillons de faire valider votre bibliographie par un(e) documentaliste. Voici quelques conseils de présentations, issus du document cité ci-dessus.

Voici quelques règles de base :

- S'il y a plus de trois auteurs, la liberté est laissée à l'éditeur scientifique de les citer tous ou de ne citer que les premiers suivis de « *et al* ».
- S'il s'agit d'un ouvrage, son titre sera en italique
- S'il s'agit d'un article dans une revue, le nom de la revue sera en italique et le titre de l'article en normal, entre guillemets
- Ne pas oublier d'indiquer l'année d'édition
- Préciser le nombre de pages de l'ouvrage ou de l'article.

10. Règles et usages typographiques

Les règles utilisées jusqu'à présent dans la mise en forme typographique des OM restent valides. En voici une liste non exhaustive :

- Les guillemets utilisés sont : « » en français, et ' ' en anglais
- Les acronymes sont écrits sans « . » : IAM et non I.A.M.
- En français, les nombres sont sous la forme : 10 000,00 €
- En anglais, les nombres sont sous la forme : €10,000.00
- En anglais, les listes numérotées seront du type : (i) ; (ii) ; etc.
- Les doubles ponctuations sont précédées d'un espace en français, pas en anglais : « ; », « : », « ! », « ? ».

11. Quatrième de couverture

L'Editeur scientifique fournira au Responsable d'édition un résumé en anglais et français (200 mots maximum) qui figurera sur la 4^{ème} de couverture.

ATTENTION !!

Les auteurs devront impérativement :

- 1] **Saisir leur texte (ou le copier/coller) dans le fichier-type fourni** (modele_article_langue.doc)
- 2] **Appliquer les styles automatiques de Word** pour marquer les niveaux de lecture : Titre 1, titre 2, normal, etc...

Idéalement, l'auteur choisira les styles qui ont été créés selon la charte graphique d'*Options Méditerranéennes* et qui sont détaillés ci-après.

Présentation des communications et règles typographiques

1. Formatage du document

- Impression Recto-verso
- Format des Options Méditerranéennes : 170 x 240 mm
- Marges de 15 mm en haut, 25 mm en bas, 20 mm intérieur, 15 mm extérieur

Pieds de page :

- sur la première page de chaque texte : Arial 8, italique
"Options Méditerranéennes, A(ouB) n°XX, année - Titre du volume".
- sur les autres pages des articles, toujours en pied de page :
 - o page paire : le numéro de page fer à gauche [Optimum 11] et "Options Méditerranéennes A(ouB) XX" fer à droite [Arial 8 italique] ;
 - o page impaire : "Titre du volume" fer à gauche [Arial 8 italique] et le numéro de page fer à droite [Optimum 11].

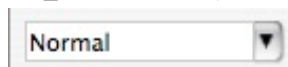
Les numéros de page sont soulignés par un trait réalisé en dessin. Si ce filet devait disparaître au cours des manipulations, il suffit d'ouvrir le « modele_omarticle », de copier la numérotation et de la coller dans le fichier en cours.

Conseil technique : Pour utiliser les styles automatiques du modèle fourni

Il existe deux manières d'utiliser correctement le fichier modèle fourni pour la mise en forme des articles d'OM.

1. Le plus simple est d'utiliser le fichier-type « **modele_omarticle.doc** » (en français ou en anglais) qui est en lecture seule. Il suffit de l'ouvrir, d'y saisir votre texte, ou bien de copier votre article d'origine et de le coller dans ce fichier, et enfin vous « enregistrez-sous » en lui donnant un nouveau nom.
Etant donné qu'il y a toujours un risque qu'au cours des manipulations l'on modifie sans le vouloir la mise en page ou les styles, il faut veiller à utiliser le fichier « modele_omarticle » pour chaque article, et non une copie.
2. Si vous utilisez le fichier « **modele_omarticle.dot** » que nous vous fournissons, il doit être mis dans le dossier contenant les modèles de Word sur votre ordinateur.
Ensuite, lorsque vous ouvrirez Word et que vous cliquerez sur :
Menu Fichier / Nouveau, le modèle OM s'affichera dans la liste des modèles disponibles et vous le choisirez pour y saisir ou copier/coller votre texte.

Quelle que soit la méthode utilisée, une fois ouvert le fichier « modele_omarticle... », vous trouverez les styles automatiques dans la barre d'outils de Word :



2. Résumés et mots-clés

Style "Abstract_keywords"

Résumé. Suivi du texte du résumé

Arial 8 bdc (minuscules), gras pour "Résumé", non gras pour le texte du résumé - Justifié - Interligne : 9,5 pts.

Mots-clés. Mot - Mot - Mot.

Même style que le résumé.

La première ligne de résumé sera surmontée d'un filet de ½ point, avec un espace de 6 points au-dessus du texte ; la dernière ligne des mots-clés sera suivie d'un filet de la même épaisseur, avec un espace de 6 points au-dessous du texte.



3. Niveaux de lecture

Style "Article Title" **Titre du texte**
 Arial 16 gras bdc - Brun : colonne de gauche dans la fenêtre des couleurs, 2^{ème} en partant du haut ou 11/85/96/33 en valeurs CMJN - Centré - Interligne continu. Si le titre est long, mettre une partie en sous-titre : Arial 14 même couleur.

Style "Title1" **I - Exemple de titre**
 Arial 12 gras bdc - Bleu foncé : ligne du haut dans la fenêtre des couleurs, 3^{ème} en partant de la droite ou 98/80/5/15 en valeurs CMJN - Fer à gauche - Interligne : 18 pts - Espace avant de 12 pts, espace après de 6 pts - Trait d'union entre le n° et le titre.

"Title2" **1. Exemple de titre**
 Arial 11 gras bdc - Fer à gauche - Interligne continu - Espace avant de 8 pts, espace après de 3 pts - Point entre le n° et le titre.

"Title3_OM" **A. Exemple de titre**
 Arial 10 gras/italique bdc - Fer à gauche - Interligne continu - Espace avant de 6 pts, espace après de 3 pts - Point entre le n° et le titre - Marge gauche de 15mm - Retrait négatif de première ligne de 4mm.

"Title4_OM" **a) Exemple de sous-titre**
 Arial 9 gras bdc - Fer à gauche - Espace avant de 5 pts, espace après de 2 pts - crochet entre le n° et le titre.

Les niveaux inférieurs seront rendus avec des puces et des tirets.

"Normal_OM" Corps du texte
 Arial 9 - Justifié - Espace avant de 2 pts, espace après de 4 pts.

"Appel de note" Appel de note
 Arial 8 gras - Exposant.

"Notedefin_OM" Les notes de fin
 1. Exemple de texte de note.
 Arial 8 - Justifié - Interligne : 9,5 pts - Marges 10, retrait négatif 5 - Espace après : 2 pts

Les titres "Remerciements" et "Références" n'ont pas de style automatique et ne sont pas numérotés. Ils seront en Arial 11 Gras bdc - Espace avant : 8 pts, espace après : 3 pts pour "Remerciements", 6 pts pour "Références" - Pas de retour chariot avant ni après.

"ReferenceOM" Ce style est à appliquer au texte des références bibliographiques :
 Arial 8, retrait négatif de 5cm
 Les **nom, prénom, année** sont à mettre en gras.

4. Tableaux, figures, graphiques, schémas, organigrammes, cartes, etc.

Les titres de tableaux, figures, etc. n'ont pas de style automatique pré-défini. Ils seront mis en forme comme indiqué ci-dessous :

Tableau x. Titre du tableau : en Arial 8 gras - Fer à gauche.
En-têtes de colonnes : Arial 8 gras - Centré dans la colonne - Interligne 9 pts
Texte du tableau : Arial 8 - Interligne 12 pts
Sources : Arial 8 - Interligne 8 pts - Italique.

Insérez un retour chariot avant le titre du tableau, et après les tableaux.

Conseil technique : *Pour insérer une numérotation automatique des tableaux dans Word*

- Positionnez le curseur à l'endroit du titre du tableau
- Cliquez sur le menu "Légende" et choisissez "Tableau"

Cette manipulation peut être utilisée pour numéroter automatiquement les graphiques, etc.

Fig. x. Titre de la figure : Arial 8 gras - Fer à gauche

Le titre sera placé au-dessous de la figure. Insérez un retour chariot avant et après les figures.

Références bibliographiques en fin d'article

DOCUMENTS PUBLIES

S'il s'agit d'un ouvrage nous écrivons, en respectant à la fois l'ordre des informations et le style :

Nom [espace] Initiale du prénom. Année de publication. *Titre de l'ouvrage : sous-titre*. Numéro d'édition. Lieu de publication : Editeur. XX p. (Collection, n° dans la collection). Notes éventuelles.

S'il s'agit d'une contribution dans un ouvrage collectif nous écrivons :

Nom de l'auteur de la contribution [espace] Initiale du prénom. Année de publication. Titre de la contribution. In : Auteur(s) de l'ouvrage (fonction). *Titre de l'ouvrage*. Lieu de publication : Editeur. p. NN-XX.

S'il s'agit d'un article de revue nous écrivons :

Nom de l'auteur de l'article [espace] Initiale du prénom. Année de publication. Titre de l'article. *Titre de la revue*, date précise (si nécessaire), volume, numéro. p. NN-XX.

S'il s'agit d'un annuaire statistique nous écrivons :

Titre. Année. Auteur. N° d'édition. Année du fascicule. Lieu de publication : Editeur (Collection). Notes éventuelles.

**DOCUMENTS NON PUBLIES**

S'il s'agit d'un diplôme nous écrivons :

Nom [espace] Initiale du prénom. Année de soutenance. Titre. Type de diplôme : établissement de soutenance. XX p.

S'il s'agit d'une communication à un congrès non publié nous écrivons :

Nom de l'auteur de la communication [espace] Initiale du prénom. Année du congrès. Titre de la communication. Titre du congrès, organisateur(s), lieu du congrès, date.

S'il s'agit d'un document électronique nous suivrons les mêmes règles que pour les imprimés, en mentionnant des éléments supplémentaires :

- Indiquer [en ligne] après le titre d'un ouvrage ou le nom d'une revue ou la page web consultée
- Signaler entre crochets, la date à laquelle le site a été consulté : [Consulté en mois année]
- Citer précisément l'adresse électronique en fin de référence.

Modèle d'article

Le marquage des terroirs par les indications géographiques

Hélène Ilbert

CIHEAM-IAMM (France)

Résumé. Signaler la qualité c'est se référer à des séries de construits historiques tant économique, que juridique ou politique. Les travaux de recherche conduits sur la Turquie, la Tunisie, l'Algérie et le Maroc dans le cadre d'un programme Européen, puis dans le cadre des activités du CIHEAM-IAMM, montrent que les dynamiques nationales en cours sont propices à la diffusion de signes de qualité : les études de cas attestent que si l'Union Européenne en est l'axe historique, la Turquie et le Maroc notamment conduisent des politiques de protection qui facilitent l'émergence de nouveaux modes de gestion des produits du terroir. La Turquie, pays "ami des Indications Géographiques", au côté de 108 autres pays membres, fait pression sur l'OMC pour que ce droit de propriété intellectuelle soit étendu aux produits autres que les vins et spiritueux et pour que le registre international garantisse une protection élevée à tous les pays membres. Les Indications Géographiques deviennent des instruments de politiques économiques nationales dont les contours sont liés aux évolutions des négociations commerciales internationales : le marquage des terroirs se négocie à l'échelle globale.

Mots-clés. droits de propriété intellectuelle, signes de qualité, Méditerranée, OMC, dynamique dans la signalisation des terroirs, local-global.

The marking of terroirs by geographical indications: international policies and national strategies in the Mediterranean area

Abstract. *Indicating quality consists of referring to a series of historical constructs that can be economic, legal or political. Research conducted on Turkey, Tunisia, Algeria and Morocco within the framework of a European programme and then as part of the activities of CIHEAM-IAMM shows that current national dynamics are propitious for the diffusion of quality indications: case studies reveal that although the European Union is the historical backbone, Turkey and Morocco in particular are applying protection policies that facilitate the emergence of new procedures for the management of terroir products. Turkey, a 'friend of geographical indications', with 108 other member countries, is putting pressure on the WTO for intellectual property rights to be extended to cover products other than wines and spirits and for the international register to guarantee a high level of protection for all member countries. Geographical indications are becoming instruments of national economic policies whose contours are linked to changes in international trade negotiations, with the marking of terroirs negotiated at the global scale.*

Keywords. *intellectual property rights, quality indications, Mediterranean, WTO, dynamics in the indication of terroirs, local-global.*

I – Introduction

Les produits sous signes officiels de qualité signalent des approches diverses : démarche qualité du consommateur soucieux du produit étiqueté, démarche marketing de l'industriel à la recherche de nouveaux produits d'appel,

Options Méditerranéennes, A89, 2009 – Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens



II – Cadre théorique

Ce programme s'est fondé sur une triple approche théorique, alliant l'économique, le stratégique et l'institutionnel.

1. Approche économique

Comme les marques commerciales, les indications géographiques (IG) sont des instruments de propriété intellectuelle.

A. D'un point de vue économique

Les unes et les autres sont des droits à la collecte de rentes de monopole dans un régime de formation des prix relevant de la concurrence monopolistique.....

B. Approche stratégique

Dans le cas d'une entreprise, les objectifs peuvent généralement se ramener à la création d'une rente, rejoignant ainsi la théorie économique.....

a] Dans un premier temps

Les fondements théoriques de cette discipline sont restés proches du paradigme de la concurrence¹, en proposant à l'entreprise d'adopter soit une stratégie de « domination par les coûts ».....

b] Un courant plus récent

Un courant plus récent de l'analyse stratégique fait le constat d'une saturation des marchés et de changements permanents dus aux rafales d'innovation. Dans ce contexte, il s'agit, non plus de partir du marché pour élaborer une stratégie, mais des ressources et compétences de la firme (*Resource Based View*)². L'idée centrale est que, sur un marché fortement concurrentiel, une entreprise, pour s'imposer et durer, doit développer des capacités (*Capabilities*)³

Références

Audier J. (éd.), Commission Européenne. Direction Générale du Commerce. (2000). *Indications géographiques*. Luxembourg : Office des publications officielles des Communautés européennes. 47 p.

Barjolle D., Chappius J.M. (1999). "Produits typiques dans des zones défavorisées et coordination des acteurs de filières : une approche par la théorie des coûts de transaction", SFER, 14-15 avril 1999.

Bérard L., Marchenay P. (2007). *Les produits de terroir : entre cultures et règlements*. Paris : CNRS. 229 p.

Notes

1. Cf. le concept « d'avantage concurrentiel » de M. Porter (1980), *Competitive Strategy*, the Free Press, Mc Millan
2. Wernerfelt B., A Resource-Based View of the Firm, in *Strategic Management Journal*, 5, 1984 : 171-180
3. Aptitude originale à combiner ressources et compétences.