

LES SYSTÈMES ALIMENTAIRES TERRITORIALISÉS EN MÉDITERRANÉE

Initiatives pour une alimentation responsable et durable



LE SYSTÈME ALIMENTAIRE EN TURQUIE : UN SECTEUR ÉCONOMIQUE DE PREMIER PLAN ET UN PATRIMOINE EXCEPTIONNEL



● **AUTEURS** : **Selma Tozanli**, Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes, Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (CIHEAM-IAMM), tozanli@iamm.fr

Yavuz Tekelioglu, Président de YÜCiTA (Réseau de recherche sur les produits de terroir et les indications géographiques en Turquie), yavuztekelioglu@gmail.com

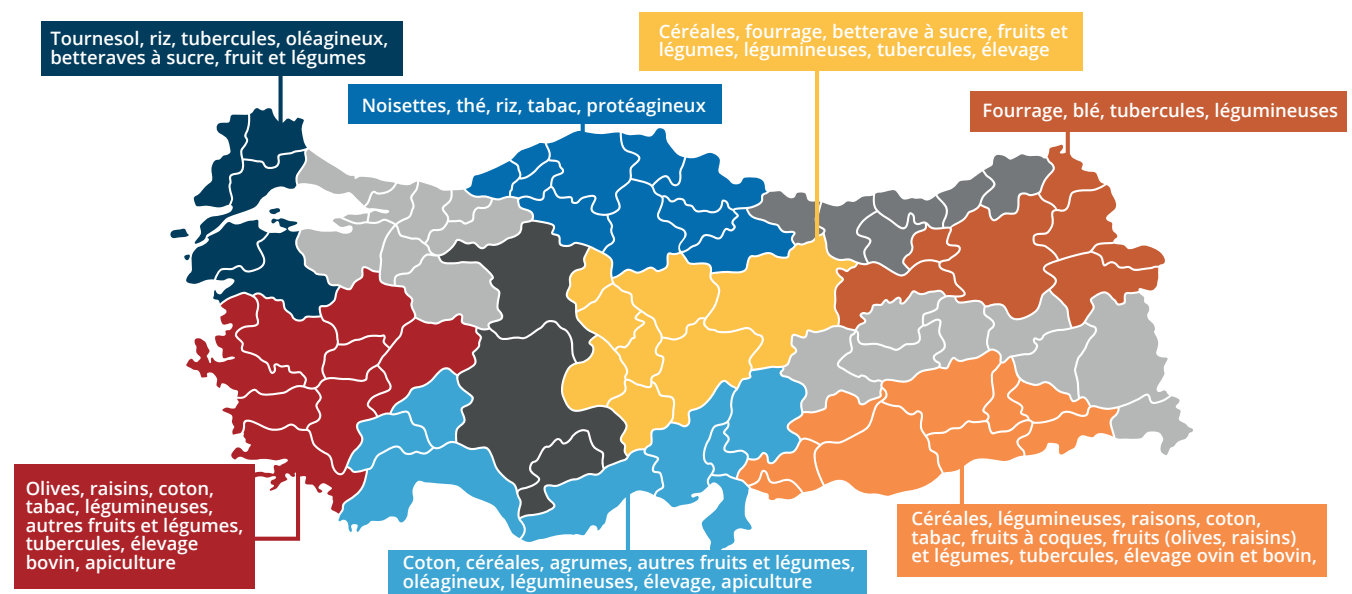
● **RÉSUMÉ** : « La Turquie est à la fois un grand pays agricole et agroalimentaire méditerranéen, largement exportateur, et l'un des berceaux de la diète méditerranéenne. L'Institut des Patentes est chargé de la certification des produits. Cependant, les démarches nécessaires pour un bon mécanisme de contrôle de la qualité et de l'origine des produits ne sont pas encore suffisamment présentes. La dynamique des consommateurs et producteurs des produits de terroir pourrait orienter les pouvoirs publics vers une véritable protection de ces produits, bases du patrimoine culinaire du pays. »

● **MOTS-CLEFS** : PRODUITS DE TERROIR, CERTIFICATIONS D'INDICATION GÉOGRAPHIQUE, SAVOIR-FAIRE TRADITIONNELS, CADRE INSTITUTIONNEL ET JURIDIQUE, SPÉCIALITÉS CULINAIRES LOCALES, GOUVERNANCE, DURABILITÉ

La Turquie est à la fois un grand pays agricole et agroalimentaire méditerranéen, largement exportateur, et l'un des berceaux de la diète méditerranéenne. Cependant la cohabitation d'un **modèle agroindustriel puissant et en pleine expansion** et de systèmes alimentaires localisés ancrés dans **une tradition culinaire multiséculaire** ne doit pas compromettre le développement des **produits de terroir** dont le potentiel est considérable, en Turquie et sur les **marchés internationaux**.

1. LA TURQUIE, GRANDE PUISSANCE AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE RÉGIONALE

La Turquie, avec une population totale de près de 76 millions d'habitants et un PIB de près de 700 milliards d'euros, se classe au 17^e rang dans le classement mondial, selon les calculs de la Banque Mondiale. Bien que le taux de croissance moyen annuel de son économie a ralenti ces dernières années, le pays affiche un taux de croissance moyen annuel de près de 4 %. Dans cette évolution rapide des années 2000, la composition sectorielle de son PIB a été restructurée en faveur du secteur tertiaire. Cependant, les secteurs agricole et agroalimentaire tiennent une place importante dans l'économie de la Turquie malgré le déclin relatif de leur part dans le PIB total du pays. La part du secteur agricole dans le PIB aux prix courants a baissé de 40 % en 1968 à 12,8 % en 1998 et à 7,1 % en 2014. De nos jours, il occupe moins d'un quart de la population économiquement active de la Turquie. Cependant, l'agriculture du pays dispose **d'un large éventail de produits agricoles, d'une grande diversité de terroirs, des savoir-faire traditionnels dans de nombreuses productions, des disponibilités de ressources en eau et une industrie agroalimentaire dynamique** (Chevassus et al., 2006).



Carte 1 : Diversité géographique de la de production agricole en Turquie. Source : Elaboré par les auteurs

Ce vaste pays est entouré de trois côtés par la mer et exhibe une grande diversité de climats et de reliefs. Cette **diversité climatique et géographique procure une géographie de production très riche et diversifiée** sur le territoire national (cf. carte 1).

La Turquie dispose de près de 24 millions d'hectares de surface agricole utile dont les grandes cultures occupent 65,9 % ; l'arboriculture 13,5 % ; l'horticulture 3,4 % et les s 17,2 % selon les chiffres officiels de 2014. Dans la campagne de 2013/2014, l'offre totale des céréales était de plus de 40 millions de tonnes composant 37 % de la production agricole totale en volume, de betterave à sucre avec près de 17 millions de tonnes (15 %), des oléagineux-protéagineux pour 7,7 millions de tonnes (7 %), des légumes frais pour environ 16,5 millions de tonnes (24 %) et des fruits pour près de 13 millions de tonnes (12 %) dont 4 millions de tonnes d'agrumes et 1 million de tonnes de fruits à coques (www.tuik.gov.tr). Ces productions placent la Turquie parmi les dix premiers producteurs et exportateurs du monde. Selon les chiffres de la FAO, en 2013, elle gardait le premier rang dans le classement mondial pour les noisettes, les abricots, les cerises, les griottes, les figues et les coings ; le deuxième rang pour le lait de brebis, le miel, les concombres et les poireaux et le troisième rang pour les pistaches, les châtaignes, les pommes, les fraises, les poivrons, les melons et les pastèques et les pois chiches (www.fao.org).



L'industrie agroalimentaire de la Turquie aussi a montré une croissance importante durant la deuxième moitié du 20e siècle et le début du 21e siècle. Cependant, face à la croissance de l'ensemble des branches de l'industrie manufacturière du pays, sa part relative dans l'industrie manufacturière en valeur de production a baissé pour former 14 % de la valeur de production totale en 2014. Selon les statistiques de Turkstat, la valeur totale de la production de l'IAA de la Turquie était de près de 50 milliards d'euros en 2014, dont fruits et légumes transformés composaient 18,5 % ; laits et produits laitiers 11,7 % ; produits de meunerie 10,7 % ; boulangerie, pâtisserie et pâtes alimentaires 9,5 % ; aliments de bétail 8,2 % ; matières grasses animales et végétales 7,6 % ; viande de volaille transformée 6,8 % et produits de chocolaterie-confiserie 6,6 %. Selon les données de la FAO, la Turquie se positionne en 1er rang pour margarine, huile des graines de tournesol ; au 4e rang pour ce qui concerne l'huile d'olive vierge ; en 5e rang pour le fromage au lait de brebis et en 7e rang pour huile de graines de coton, beurre et fromage au lait de vache. Cependant, il faut noter que l'IAA du pays est toujours cantonnée aux **produits de première transformation** et les produits transformés à haute valeur ajoutée et à haute technologie ne sont pas encore très développés.

Cette structure de la production agricole et agroindustrielle se reflète également sur la composition des exportations de la Turquie. Au niveau mondial, le pays est le 1er exportateur des noisettes, des coings, des abricots secs, raisins secs de Sultana, figues sèches, mais également en farine de blé ; le 2e exportateur des œufs, des fruits à coques préparés, des pâtes alimentaires et des légumes en vinaigre ; le 3e exportateur mondial de citrons, mandarines et clémentines, et de cerises ; le 4e exportateur d'abricots, de pamplemousses et pomelos, et de lentilles ; le 5e exportateur de tomates, mais aussi de confiseries de sucre et de margarine (www.fao.org). La Turquie se positionne entre les 6e et 10e rangs dans le classement mondial des exportations de fruits et légumes frais et de produits alimentaires transformés. Selon les données du commerce extérieur de Turkstat, les exportations agroalimentaires de la Turquie en 2014 totalisaient près de 17 milliards d'euros et représentaient 11 % des exportations totales du pays. 41 % de ces exportations étaient composés de produits agricoles bruts (dont 32 % de fruits et légumes frais) ; 12,5 % de fruits et légumes transformés, 9,9 % de farines et autres dérivés des céréales (boulangerie-pâtisserie), 7,8 % de produits à base de chocolat et confiserie de sucre, 7 % de matières grasses végétales et animales et 4,4 % de produits laitiers. Le tableau 1 donne la répartition des exportations des produits alimentaires transformés de la Turquie par principales régions de destination en 2014.

Alors que l'UE et les autres pays d'Europe occidentale étaient les premiers pays de destination des produits agricoles et agroalimentaires de la Turquie avant les années 2000, les exportateurs du pays commencent à **diversifier leurs clientèles** en privilégiant les pays proches géographiquement comme les autres pays du sud et de l'est de la Méditerranée, ou proches culturellement comme certains pays turcophones de l'Asie centrale. L'Afrique aussi commence à devenir une région de destination visée par les exportateurs turcs.

La composition des importations des produits agricoles et agroalimentaires de la Turquie témoigne du développement de l'IAA du pays qui entraîne mécaniquement **l'augmentation des besoins en matières premières agricoles**. Ainsi, en 2014,

 près des trois quarts des importations totales en valeur de la Turquie (près de 9 milliards d'euros), incluaient des céréales (19,7 %), des oléagineux et protéagineux (19,1 %), des huiles végétales brutes (18,0 %), des sous-produits de l'IAA pour l'alimentation du bétail (11,2 %) et du cacao et produits dérivé (4,7 %) (www.tuik.gov.tr). Malgré cette augmentation de la demande intérieure du pays pour les produits agricoles bruts, le solde du commerce extérieur agroalimentaire de la Turquie reste positif et donne un ratio export/import élevé de 1,42.

CATÉGORIES DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES TRANSFORMÉS	PSEM	UE + RESTE DE L'EUROPE	ASIE	AFRIQUE	AMÉRIQUE DU NORD	RESTE DU MONDE	TOTAL DES EXPORTATIONS (MILLIONS €)
FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS	11,5%	70,4%	9,5%	0,2%	7,2%	4,2%	3452,0
DÉRIVÉS DES CÉRÉALES	66,2%	6,7%	7,6%	15,5%	1,6%	2,2%	983,0
MATIÈRES GRASSES	81,0%	4,7%	7,8%	1,4%	1,6%	2,7%	914,5
CONFISERIE, CHOCOLATERIE	54,6%	17,2%	9,8%	5,4%	5,9%	1,8%	867,8
AUTRES PRODUITS ALIM.	30,8%	37,4%	11,1%	10,0%	5,9%	3,0%	751,5
BOULANGERIE, PÂTISSERIE	69,6%	15,5%	7,6%	4,7%	1,4%	1,3%	708,7
VIANDE TRANSFORMÉE	66,3%	9,5%	10,4%	5,7%	0,0%	0,3%	589,4
PÂTES ALIMENTAIRES	27,6%	5,0%	7,4%	52,9%	0,9%	2,8%	380,3
PRODUITS DE LA PÊCHE	6,8%	83,5%	9,9%	0,01%	1,3%		248,9
PRODUITS LAITIERS	68,4%	4,9%	7,5%	1,0%	0,9%	0,1%	244,4
BRSA	48,8%	33,7%	7,6%	4,2%	1,3%	1,9%	113,5
ALIMENTS DE BÉTAIL	78,2%	7,3%	7,4%	0,4%	1,0%	0,0%	84,0
BRASSERIE	55,4%	20,2%	7,7%	6,6%	3,6%	2,1%	44,6
AMIDON ET DÉRIVÉS	61,9%	4,0%	8,1%	18,5%	0,0%	4,7%	33,6
SPIRITUEUX	5,3%	83,4%	7,4%		3,3%	0,7%	30,0
SUCRE	9,6%	4,8%	7,4%	41,8%	0,5%	1,1%	8,1
VITICULTURE	2,3%	80,6%	7,4%	0,0%	10,7%	0,4%	6,4
PLATS PRÉPARÉS	11,7%	56,9%	8,0%	3,2%	2,5%	1,6%	1,6
TOTAL	40,5%	36,6%	9,0%	6,2%	4,2%	2,7%	9462,2

Tableau 1 : Répartition des exportations en valeur des produits alimentaires transformés de la Turquie par principales régions de destination en 2014. Source : les auteurs d'après les données de Turkstat, www.tuik.gov.tr

La Turquie est le **premier producteur et exportateur de plusieurs produits agricoles et agroalimentaire parmi les pays du sud et de l'est de la Méditerranée**, à l'exception de l'huile d'olive. La Turquie figure également parmi les premiers pays de la région méditerranéenne à exprimer le besoin de protéger ses produits par des **certifications d'indication géographique** sur les marchés internationaux, particulièrement pour les produits d'exportation traditionnels tels que les raisins secs de Sultana, les figues sèches, les noisettes et abricots secs. Très rapidement, ce besoin s'est étendu au marché intérieur pour protéger également les produits de terroir dont la qualité et la réputation sont étroitement liées à leurs lieux d'origine.

2. LES TERROIRS ET LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN TURQUIE

En Turquie, la **notion d'appartenance culturelle et sociale des produits agroalimentaires alliée aux dimensions « sensorielle », « nutritionnelle » et « organoleptique » de la qualité des aliments** prend sa source dans l'histoire anatolienne. Autour de certains produits se sont construites des marques commerciales liées au savoir-faire de certains artisans dont l'esprit entrepreneurial s'est conjugué aux talents culinaires. Ainsi, lier la qualité distinctive d'un produit agricole et alimentaire à son lieu d'origine a été recherché par le consommateur turc depuis des siècles (Tekelioglu, Tozanli, 2006). Cependant, la nécessité **d'un cadre institutionnel et juridique** qui définisse mieux ces

indications et qui apporte une protection juridique quant à leur origine et à leurs caractères spécifiques s'est fait sentir au début des années 1990, en raison de l'accélération du processus de la mondialisation³.

La Turquie a adopté le 24 juin 1995 le décret n° 555, réglementant **la protection des indications géographiques (IG). Ce décret venait témoigner de la volonté de la Turquie d'harmoniser ses lois et réglementations avec celles de l'UE**, d'abord pour préparer son Union douanière avec l'UE prévue pour 1996, puis son adhésion définitive. Ce décret se conformait au règlement n° 92/2081 du 14 juillet 1992 du Conseil de l'UE concernant la protection des signes géographiques des produits agricoles et alimentaires, refondue dans le règlement n° 1151/2012 définissant les **indications AOP (appellation d'origine protégée) et IGP (indication géographique protégée)**⁴.

Le décret 555 a été renforcé par la loi du 6 octobre 2003 relative à la création et au fonctionnement de l'Institut de Patentes de la Turquie. Selon l'article 3 de la loi, les signes géographiques sont ceux qui indiquent l'origine d'un produit qui possède une qualité spécifique, une réputation ou une autre caractéristique attribuable à ce lieu, à la région ou au pays d'origine. Les indications géographiques (IG) sont regroupées sous deux formes distinctes : **Appellation d'Origine (AO-MENŞE) (AOM, correspondant aux AOP européennes) et Indication Géographique (IG-MAHREÇ) (IGM correspondant aux IGP européennes)**. Ces indications géographiques sont valables uniquement à l'intérieur des frontières de la Turquie.

Selon le décret n°555, les personnes physiques et morales qui résident en Turquie sont habilitées à bénéficier des avantages de la protection des IG. Ainsi, les producteurs du ou des produits en question, les associations de consommateurs, les organisations non gouvernementales, les institutions publiques liées au lieu géographique peuvent faire une demande de certification. En Turquie, les produits non alimentaires peuvent également être certifiés AOM ou IGM. Le *tableau 2* donne un premier aperçu des produits certifiés IG répartis par catégories.

CATÉGORIES DE PRODUITS	NOMBRE DE CERTIFICATION	%	TYPE DE CERTIFICATION	
			AOM/AOP	IGM/IGP
TAPIS ET KILIM	27	15,1	-	27
PRODUITS AGRICOLES	50	25,1	50	-
PRODUITS ALIMENTAIRES ET SPÉCIALITÉS CULINAIRES LOCALES	77	41,3	15	62
BOISSONS ALCOOLISÉES	8	4,5	8	-
ANIMAUX VIVANTS	4	2,2	4	-
PRODUITS ARTISANAUX	19	9,5	5	14
PIERRES NATURELLES	3	1,7	3	-
AUTRES PRODUITS	1	0,6	1	-
TOTAL	189	100,0	86	103

Tableau 2 : Catégories de produits turcs certifiés IG par type de certification en avril 2016.

Source : Elaboré par les auteurs selon les données de l'Institut des Patents Turcs (TPE)

3. La Turquie, avec d'autres pays comme le Bangladesh, la Bulgarie, Cuba, l'Égypte, la Géorgie, la Hongrie, l'Inde, l'Islande, la Jamaïque, le Kenya, le Liechtenstein, Maurice, Moldova, le Nigéria, le Pakistan, la République Kirghize, la République Tchèque, la Slovaquie, la Slovénie, le Sri Lanka, la Suisse, la Thaïlande et le Venezuela, se bat à l'OMC, tout comme l'UE, pour une amélioration de la protection des indications géographiques par une extension de la protection additionnelle aux produits autres que les vins et les spiritueux. A ce titre, ce groupe des pays "Amis des Indications Géographiques" s'oppose aux défenseurs du commerce libre où sont inclus l'Argentine, l'Australie, le Canada, le Chili, le Guatemala, la Nouvelle-Zélande, le Paraguay, l'Uruguay et les États-Unis d'Amérique.

4. Une Appellation d'Origine (AO), dans la réglementation européenne (Parlement européen, 2012) prend le nom d'une région, d'un lieu déterminé, d'un pays (dans des cas exceptionnels) qui sert à désigner un produit originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu exclusivement dans l'aire géographique délimitée.

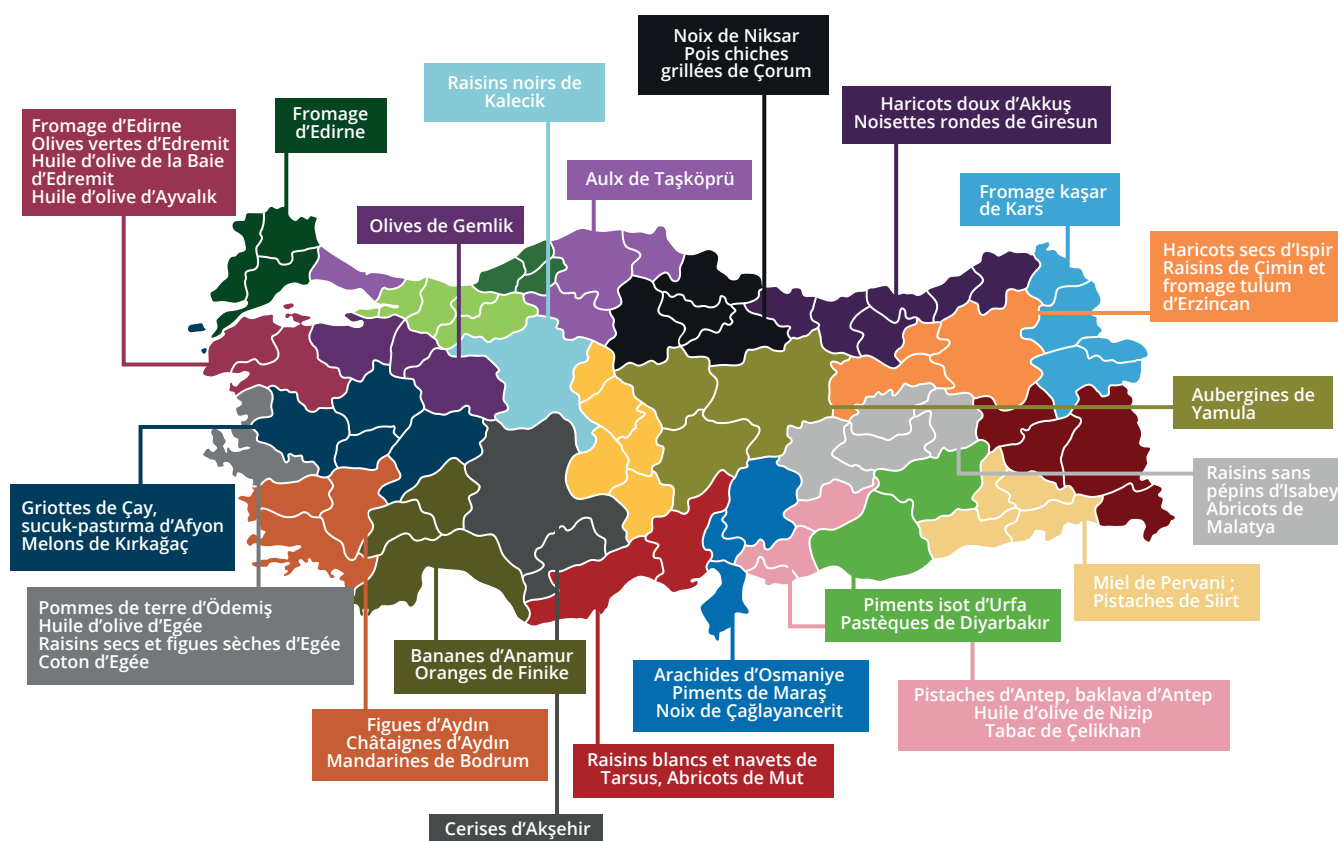
Une Indication Géographique (IG) (Ibid) est utilisée quand le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou d'un pays (dans des cas exceptionnels) sert à désigner un produit originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays dont une qualité détermine la réputation ou une autre caractéristique qui peut être attribuée à cette origine géographique et dont au moins une des activités (la production, la transformation ou l'élaboration) a lieu dans l'aire géographique délimitée.

Les produits agricoles, alimentaires, les **spécialités culinaires locales** et les boissons alcoolisées composent 71% des certifications accordées en Turquie depuis 1995. Parmi ces catégories, les fruits et légumes et céréales composent la sous-catégorie la plus importante avec 50 certifications AOM, suivis des spécialités culinaires locales (31 IGM) et produits de boulangerie-pâtisserie-confiserie (27 IGM) (cf. *Tableau 3* et *carte 2*).

SOUS-CATÉGORIE DES PRODUITS	NOMBRE DE CERTIFICATION	%	TYPE DE CERTIFICATION	
			AOM	IGM
FRUITS, LÉGUMES ET CÉRÉALES	50	37,5	50	-
FROMAGES	8	5,8	4	4
HUILES D'OLIVE	4	3,3	3	1
PRÉPARATIONS À BASE DE VIANDE	5	4,2	3	2
PRODUITS DE BOULANGERIE, PÂTISSERIE ET CONFISERIE	27	20,8	4	23
PRODUITS CARNÉS	2	1,7	2	-
SPÉCIALITÉS CULINAIRES LOCALES	31	26,7	-	32
TOTAL	127	100,0	66	61

Tableau 3 : Répartition des produits agricoles et alimentaires selon les sous-catégories des produits certifiés de la Turquie en avril 2016. Source : Elaboré par les auteurs selon les données de l'Institut des Patents Turcs (TPE)

La Turquie a une large gamme de fromages typiques locaux, particulièrement dense dans les régions de l'est et du sud-est de l'Anatolie. Cependant, de nos jours, il n'y a 8 fromages qui sont certifiés IG. L'un de ces fromages, Halloumi/Hellim, provient de l'île de Chypre. Les autres fromages sont le fromage tressé de Diyarbakır (Sud-Est de l'Anatolie), le fromage au lait de brebis affiné dans une peau de chèvre d'Erzincan (Erzincan tulumu, de l'est de l'Anatolie), fromage d'Ezine (région de Marmara), le fromage d'Edirne (région de la Thrace orientale) ; le fromage « civil » et le fromage « civil » moisi d'Erzurum, le kaşar (kashkaval) de Kars (est de l'Anatolie). 15 autres fromages dont 2 d'origine européenne attendent leur certification.



Carte 2 : Indication des lieux d'origine de certains produits agricoles et alimentaires certifiés AO sur la carte de Turquie. Source : Elaboré par les auteurs d'après les données de TPE

Bien qu'elle soit un pays méditerranéen, la Turquie ne possède que 2 types d'olives et 4 d'huile d'olive certifiées. Seules les olives de Gemlik et de la baie d'Edremit (région égéenne) sont certifiées AOM. L'huile d'olive de la Baie d'Edremit, l'huile d'olive du sud de l'Egée, celle d'Ayvalik sont certifiées AOM. Le sud-est de l'Anatolie, considérée comme la région d'origine des oliviers, a également une huile d'olive (de Nizip) certifiée IGM. 3 autres territoires pour leurs olives et 5 territoires pour leur huile d'olive ont demandé la certification (cf. Carte 2).

Les **spécialités culinaires locales** composent 26,7% des produits certifiés IG de la Turquie. Cette sous-catégorie est celle qui montre la croissance la plus importante des produits certifiés. En 2008, il n'y avait que 5 spécialités culinaires locales certifiées IGM alors qu'en 2016, nous comptons 31 plats typiques locaux certifiés IGM⁵. Parmi ces spécialités culinaires, nous pouvons citer le kebab d'Adana (Sud de l'Anatolie), les köfte (boules de viande) d'Inegöl (région de Marmara), le pilaf riz perde de Siirt (Sud-Est de l'Anatolie), mantı (ravioles) de Kayseri (Plateau anatolien), soupe tarhana de Maraş (Sud-Est de l'Anatolie).

Les produits de boulangerie-pâtisserie-confiserie, composant 20,8% des produits certifiés montrent un large éventail de produits allant de baklava d'Antep (Sud-Est de l'Anatolie), au künefe⁶ d'Antakya (Sud de l'Anatolie), des marrons glacés de Bozdağ (région égéenne) et de lokoum de Safranbolu (Nord de l'Anatolie) au pişmaniye⁷ d'Izmit (région de Marmara), de cezerye⁸ de Mersin (Sud de l'Anatolie) au köme⁹ de Gümüşhane (Nord de l'Anatolie).

3. LA PROTECTION DES IG ET LES MÉCANISMES DE CONTRÔLE

La législation nationale et internationale concernant les certifications IG ainsi que la **mise en place et l'application des mécanismes de contrôle internes** et externes sont d'une importance capitale pour la protection des produits de terroir ainsi que des petits producteurs/artisans qui sont les détenteurs de **savoir-faire locaux**. Les composants du patrimoine agricole et culinaire des territoires, les produits de terroir et des spécialités culinaires locales forment aussi un important levier pour l'essor des systèmes alimentaires territorialisés¹⁰ et le développement local, particulièrement en zone rurale. Malheureusement, nombre de produits de terroir certifiés IG, sont imités et falsifiés par des fraudeurs, avec un effet néfaste tant sur les consommateurs que sur les producteurs locaux. En Turquie, le fromage d'Ezine, le fromage tulum d'Erzincan, les oranges de Finike, les olives de Gemlik, l'huile d'olive d'Ayvalik sont les produits certifiés AOM ou IGM les plus imités. **Les produits certifiés des pays européens sont également victimes d'imitation et de falsification**. Pour contrer ces malfaçons, les producteurs de certains produits de terroir certifiés par l'UE ont fait une demande auprès de l'Institut des Patentes de Turquie (TPE) pour obtenir des certifications IG turques. Le tableau 4 fait l'inventaire des produits qui sont certifiés IG en Turquie et ceux qui ont fait la demande et qui sont en phase d'attente de la procédure de certification.

PRODUIT	PAYS D'ORIGINE	TYPE DE CERTIFICATION DEMANDÉE	DATE DE DEMANDE D'ENREGISTREMENT	RÉSULTAT OBTENU
PROSCIUTTO DI PARMA	Italie	AOM	18.12.2007	Enregistrée
WHISKY ÉCOSSAIS	G.B. (Ecosse)	AOM	02.06.2008	Enregistrée
PARMIGIANO REGGIANO	Italie	AOM	2011	Demande introduite
GRANA PADONA	Italie	AOM	2014	Demande introduite
HALLOUMI	Rép. Turque du Chypre du Nord	AOM	10.10.2008	Enregistrée
CHAMPAGNE	France	AOM	2011	Demande introduite

Tableau 4 : Produits de terroir des pays étrangers qui ont fait une demande d'enregistrement auprès de TPE, par pays, type de certification demandé et le résultat obtenu. Source : Elaboré par les auteurs d'après les données de TPE

5. Il faut signaler que dans l'UE, les spécialités culinaires locales sont comprises sous la rubrique « protection des produits traditionnels », alors qu'en Turquie ces produits peuvent être certifiés IG.

6. Künefe est une pâtisserie feuilletée et trempée dans un sirop, réalisée à base de cheveux d'ange, de fromage, de beurre, de pistaches ou de noix.

7. Pişmaniye est un dessert présenté en brins fins préparés en malaxant de la farine grillée au beurre et au sucre caramélisé. Il est parfois garni de noix ou de pistaches. Bien que la texture soit similaire à la barbe à papa, la méthode et les ingrédients sont différents.

8. Cezerye est une confiserie préparée à base des carottes, du miel et des noix.

9. Köme est une confiserie préparée à base de mûriers, noix, noisettes, miel, lait, sucre et la farine. Les cerneaux de noix enfilés sont trempés dans un sirop à base de mûres et des baies avant d'être enroulés dans un mélange de la farine, du lait, du glucose, et du miel.

10. Pour une définition des SAT, cf. Rastoin 2015

Comme nous l'avons indiqué supra, le décret 555/1995 ne protège les produits certifiés IG qu'à l'intérieur des frontières de la Turquie. Certaines institutions du pays ont entamé une procédure auprès de l'UE pour **bénéficier d'une protection élargie au-delà du territoire national et bénéficier de meilleurs prix pour leurs produits**. Actuellement, des procédures sont en cours pour cinq produits et deux autres produits ont déjà été certifiés en 2013, à savoir le baklava d'Antep qui a été certifié IGP et les figues sèches d'Aydın certifiées AOP (cf. *Tableau 5*).

PRODUIT	TYPE DE CERTIFICATION DEMANDÉE	DATE DE DEMANDE D'ENREGISTREMENT	RÉSULTAT
ABRICOTS SECS DE MALATYA	AOP	13/05/2014	Demande introduite
BAKLAVA D'ANTEP	IGP	21/12/2013	Enregistrée
FIGUES SÈCHES D'AYDIN	AOP	11/06/2013	Enregistrée
SUCUK* D'AFYON	IGP	13/08/2013	Demande introduite
PASTIRMA** D'AFYON	IGP	13/08/2013	Demande introduite
KÖFTE D'INEGÖL	IGP	17/09/2014	Demande introduite
CHATÂIGNES D'AYDIN	AOP	08/09/2015	Demande introduite

Tableau 5 : Demande de certification auprès de l'UE pour les produits agricoles et alimentaires de terroir de la Turquie.

Source : Elaboré par les auteurs d'après les données de TPE

Les procédures de l'Union européenne pour enregistrement des produits hors UE sont des démarches laborieuses et onéreuses. Certains pays, pour éviter ces inconvénients, ont opté pour des négociations bilatérales directes d'État à l'État. La Géorgie et la Moldavie ont terminé leurs négociations en moins de 2 ans et les accords bilatéraux ont été signés et rentrés en vigueur, respectivement au 1^{er} avril 2012 au 1^{er} avril 2013. De même, les négociations entre le Royaume du Maroc et l'UE ont donné lieu à la signature d'un accord bilatéral en 16 janvier 2015.

La loi principale sur les IG n'a malheureusement pas été adoptée depuis son dépôt en 1995. Deux autres projets de loi soumis au Parlement en 2009 et en 2015 sont devenus caducs en raison des élections législatives. Le projet de loi sur « les droits de propriété intellectuelle » soumis au Parlement en 2015 est en train d'être étudié par les députés et il y a un espoir qu'il soit accepté et entre en vigueur en juin 2016. La deuxième partie de ce projet composé de cinq parties, s'intitule « la protection des indications géographiques et les produits traditionnels ».

L'Institut des Patentes de Turquie, institution habilitée pour accorder les certifications AOM et IGM est un institut aux larges compétences qui ne peut véritablement se spécialiser dans ce domaine. Cette fonction de procédure administrative d'enregistrement devrait être confiée à un institut du type de l'INAO en France, indépendant, ou gérée par le ministère de l'Agriculture, avec des délégations dans toutes les provinces de ce vaste pays et dotées de ressources humaines suffisantes et qualifiées.

Des établissements de contrôle indépendants et accrédités par l'UE restent à créer. Leur absence se fait lourdement sentir dans le dispositif des IG en Turquie.

Les "demandeurs" d'IG sont, dans leur grande majorité, des Chambres de Commerce et/ou d'Industrie, des Bourses commerciales, des Préfectures ou des Sous-Préfectures des lieux d'origine des produits et sont davantage occupés de la réputation de leur ville/province que de la **coordination des acteurs des filières de leur territoire**. Ces acteurs manquent des informations et du savoir nécessaires pour une bonne gestion des chaînes de valeur de ces produits et, en conséquence, ne sont pas **sensibilisés aux mécanismes de contrôle interne de qualité et conformité de produits**. De plus, les producteurs/transformateurs de produits de terroir et de spécialités culinaires locales ne sont pas suffisamment organisés et coordonnés à l'intérieur de ces **filières territorialisées** et ne parviennent pas à mettre en place un système de gouvernance efficace. Le manque d'un logo pour aider à mieux identifier les **produits certifiés AOM ou IGM** aggrave cette faiblesse des acteurs des filières et facilite les fraudes.

Durant ces vingt dernières années, les réalisations sont restées à un niveau institutionnel que l'on peut qualifier de "demande et obtention de certification" sans aucune amélioration véritable des filières territorialisées. Pour faire une métaphore, on pourrait dire que les 189 certifications obtenues depuis 1995 sont 189 voitures sans pneus. Il est temps de fabriquer et de monter ces "pneus" pour que les voitures roulent...

CONCLUSION

Le bilan des produits de terroir en Turquie n'est pas à la hauteur du potentiel du pays dans ce domaine. Néanmoins, des progrès sont notés. TPE a démarré des ateliers de travail sur le thème "Stratégie nationale des IG : État des Lieux" depuis 2014 et a publié les résultats dans "Document sur la Stratégie nationale des IG et Plan d'Action" le 4 juillet 2015. Le TOBB (Union de la Turquie des Chambres du Commerce et des Bourses Commerciales), le Ministère de l'Agriculture sont sensibilisés aux questions d'IG.

La société civile, et les consommateurs sont aussi relativement sensibles à la sauvegarde du **patrimoine culinaire et alimentaire du pays** et expriment le souhait de continuer à lier la qualité distinctive des produits agricoles et alimentaires à leur lieu d'origine. Les ONG, mais aussi les unions de producteurs, sont de plus en plus conscientes de l'importance de la protection des produits de leurs territoires : 10 institutions turques ont adhéré à l'association internationale OrigIn avec la volonté de mieux protéger les produits IG turcs sur les marchés internationaux. Les initiatives de la société civile ont donné lieu à des foires et à des activités de protection et de promotion des produits de terroir et des spécialités culinaires locales. Parmi celles-ci, la Foire des produits de terroir, YÖREX, est organisée annuellement par la Bourse commerciale d'Antalya et réunit des producteurs, des coopératives agricoles, des union de producteurs et des ONG de toutes les provinces de la Turquie. Le projet de la filiale turque du distributeur Metro AG vise à insérer des produits certifiés IG dans ses magasins. Toutes ces activités ont une envergure nationale. Par ailleurs, le réseau YÜciTA, (réseau de recherche de Turquie sur les produits locaux et les indications géographiques), réunissant des représentants du monde académique, des producteurs et des distributeurs ainsi que des ONG, est très actif et commence à bénéficier d'une couverture médiatique nationale.

Il reste à prolonger ces initiatives des professionnels et de la société civile pour sauvegarder et élargir le marché des produits de terroir et des spécialités culinaires locales par une **bonne gouvernance de leurs filières** et un plus grand **dynamisme des pouvoirs publics**. Une politique volontariste permettant de construire des systèmes alimentaires territorialisés constitue un cadre institutionnel indispensable au développement des produits de terroir turcs, avec des **externalités positives en termes de durabilité** des zones rurales et de bien-être des consommateurs, élargissant ainsi la dimension des produits de terroir à toutes les composantes alimentaires d'un territoire.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Chevassus-Lozza, E., Jacquet, F., Tozanlı, S., Persillet, V., Harel, M., 2007, « *Impact d'une libéralisation du commerce agricole entre l'Union européenne et la Turquie* », Notes et Études Economiques, n°28, pp. 75-102

Parlement européen, 2012, Règlement (UE) N° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, *Journal officiel de l'Union européenne*, 14 décembre

Rastoin J.-L., 2015, Les systèmes alimentaires territorialisés : considérations théoriques et justifications empiriques, *Économies et Sociétés*, Tome XLIX, (11/2015), Série « *Systèmes agroalimentaires* », AG, N° 37, Ismêa Les Presses, Paris : 1155 - 1164

Tekelioğlu, Y., Tozanlı, S., 2005, "Les Conditions d'émergence des Produits de Qualité et d'origine en Turquie : Cadre Historique et Socio-Institutionnel", dans Ilbert, Hélène (coordinateur), Rapport Femise, Version finale

Tekelioğlu, Y.; Tozanlı, S.; Demirel, R., 2010, Les liens entre l'ancrage territorial et le patrimoine historique : conditions d'émergence des produits de qualité et d'origine agroalimentaire en Turquie, in Y. Tekelioğlu, H. Ilbert, S. Tozanlı : Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens, Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens, n° 89, 10, pp. 347-362

Tekelioğlu, Y., 2014, Indications géographiques en Turquie : état des lieux et contraintes, communication présentée à la conférence internationale d'IPEMED au Salon International d'Agriculture, Paris

www.tuik.gov.tr

www.fao.org

www.tpe.gov.tr