

Epilogue : quelques pistes pour l'avenir

Contexte

Différenciation produit et typicité du terroir constituent un couple de forces qui favorise la mise en valeur des spécificités culturelles, alimentaires, culinaires, œnologiques d'un lieu : les produits du terroir peuvent mobiliser et recomposer le local, tout en aidant à la préservation de la biodiversité. Les indications géographiques (IG) sont un outil important de la politique de maintien du tissu rural et du paysage, car elles renforcent l'économie en aidant les producteurs à obtenir un meilleur prix pour leurs produits « typés ». Les indications géographiques peuvent également être un vecteur de pénétration et d'accès à de nouveaux marchés.

Instrument de droit de propriété intellectuelle et instrument économique de valorisation des savoirs collectifs, les IG sont défendues par les pays du Sud de l'Union Européenne qui détiennent à eux seuls 90% des indications géographiques européennes et qui se mobilisent au sein de l'UE pour que ces droits soient protégés à l'échelle internationale. La politique proactive conduite par l'UE en matière d'indication géographique se traduit par de nombreux accords bilatéraux et par une position forte dans les négociations OMC (demande de registre multilatéral contraignant, extension de la protection).

L'articulation entre l'instrument juridico-économique et l'instrument de conservation de la biodiversité et de préservation des patrimoines s'est réalisée dans les dix dernières années sous la pression des initiatives en faveur du développement durable (conventions biodiversité, climat etc.). Les IG, même si elles n'avaient pas été historiquement conçues en tant qu'outil de protection de l'environnement, sont progressivement appelées à intégrer des dimensions de préservation de la nature dans leurs cahiers de charges.

Enfin, l'appropriation collective d'un signe valorisant productions et patrimoines locaux est un outil d'incitation économique qui ne nécessite pas de mécanisme de soutien direct. A ce titre, il est propice à la création des conditions d'une dynamique locale. Le développement de ce type d'instrument économique comme outil incitateur au développement des biens publics, sans intervention directe de l'Etat dans la production, est utile pour la défense des ressources naturelles ou pour la protection des paysages, pour favoriser l'agro tourisme et soutenir le développement rural durable.

Dans les pays du sud et de l'est de la Méditerranée, de nombreux produits possèdent une spécificité liée à leurs origines et traditions. Dans ce domaine, la Turquie est dynamique. Son dispositif institutionnel lui permet de réguler les risques de contrefaçon et d'améliorer les exportations de produits agricoles et agroalimentaires. Au premier plan, le nom du tapis « Hereke »¹ a été défendu par les autorités publiques dans les années 1990 contre l'usurpation de producteurs chinois, et aujourd'hui 116 produits ont été protégés, dont 68 pour l'agroalimentaire. La Turquie joue un rôle actif au sein du groupe des « *Amis des IG* » à l'OMC et défend l'extension de la protection géographique. Par contre, les pays du Maghreb, l'Egypte et les pays du Moyen-Orient restent encore silencieux à l'OMC, même s'ils ont de nombreux atouts en matière de produits du terroir ou de patrimoine de biodiversité à défendre et valoriser.

Les raisons des choix poussant à la protection ou à la différenciation par une marque collective, une indication géographique, un label ou une charte touchant aux produits, aux savoir faire et aux patrimoines locaux sont multiples. Des signes de qualité et d'origine en passant par les signes de protection par les droits de propriété intellectuelle ou par les contrats territoriaux, ces

Options méditerranéennes, A n°89, 2009 - Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens

choix ont des impacts en termes de conservation et de valorisation des paysages et des activités locales. Les expériences régionales de signalisation des produits de terroirs, une fois rapportées à l'échelle du Bassin méditerranéen, prennent des dimensions nouvelles qui rendent complexe toute décision en matière de signalisation. En effet, l'image du terroir et son exploitation économique peuvent transformer « nos » agricultures méditerranéennes et il convient d'en maîtriser les impacts.

L'expérience

Le CIHEAM et l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier travaillent sur ces questions depuis de nombreuses années en animant des séminaires, des formations en réalisant des travaux de recherche en coopération internationale. L'approche de développement territorial, englobant des actions de valorisation des productions typiques et la mise en œuvre de dispositifs pour la reconnaissance des produits, est de plus en plus présente dans les projets de coopération dans les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée, dont le CIHEAM est acteur promoteur (voir *Projet LeaderMed* et réalisation de la Route de l'Olivier en Syrie ; *Projet TerCom* au Liban avec la réalisation de l'Atlas des Produits Traditionnels Libanais).

Le CIHEAM et l'Autorité Européenne de la Sécurité des Aliments (EFSA) ont co-organisé à Parme un colloque international sur « *Identity, Quality and Safety of Mediterranean Food Products* » (5 et 6 juin 2007). Parmi les conclusions opérationnelles retenues à l'issue de ce forum, il a été convenu de travailler à la mise en place d'un Master « Qualité agroalimentaire ». Cet engagement a été confirmé pendant le séminaire régional de Casablanca « *Produits de qualité liée à l'origine et aux traditions en Méditerranée* » organisé par la FAO et le Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime du Maroc (8-9 Novembre 2007). Les travaux de construction de ce master sont engagés.

L'IAM-M a coordonné le projet de recherche retenu dans le cadre des appels d'offres FEMISE, *Produits du terroir méditerranéen : Conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance (PTM : CEE et MG ; de juillet 2004 à Août 2005)* qui a débouché sur un rapport consultable en ligne². Cette même équipe de recherche a été pour partie associée à d'autres programmes de recherche portant soit sur les indications géographiques, soit les terroirs comme le programme européen Siner-gi ou le programme de recherche « Héritages » financé par l'U.E., dont la partie sur la Turquie a été piloté par le Centre de Recherches Economiques des Pays Méditerranéens (Université Akdeniz), alors dirigé par le Pr. Yavuz Tekelioglu.

L'IAMM a également coordonné depuis 2006 le programme de recherche-action dans le cadre de la convention FAO-CIHEAM sur les produits de Montagne pour la valorisation des produits de qualité et d'origine dans le Sud et l'Est de la Méditerranée, dont le but était la promotion des produits de qualité comme stratégie de mise en valeur durable des régions de montagne. Ces travaux ont permis d'identifier les initiatives liées à la production et à la commercialisation des produits de montagne en Algérie, au Maroc, au Liban et en Syrie. La construction de la plateforme d'échanges et d'informations en facilite la localisation et la connaissance³, une note du CIHEAM en donne un bref résumé⁴. Au centre de ce travail de description se pose la question de la protection des producteurs et des consommateurs contre les usurpations et la question de la promotion d'outils de développement rural et de développement économique.

Une autre institution très active sur ce sujet est le Centre de Recherches Economiques des Pays Méditerranéens de la Faculté des Sciences Economiques et Administrative de l'Université Akdeniz, dirigé par le Pr. Yavuz Tekelioglu, jusqu'en fin 2008. Outre la participation à des projets de recherche européens que nous venons de mentionner, le Pr. Y. Tekelioglu et son équipe développent des études de cas sur les produits de terroir. Une thèse de doctorat sur le

développement local par la valorisation des produits de terroir est en train d'être achevée. Le séminaire international du 24-26 avril 2008 est un jalon important sur le chemin menant à la reconnaissance et la valorisation des produits de terroir des pays du pourtour méditerranéen par les scientifiques, les professionnels et les autorités institutionnelles.

Le tournant de la déclaration d'Antalya

Le séminaire international sur « *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement rural durable en Méditerranée* » organisé par l'Université Akdeniz et le CIHEAM (Antalya, 23-26 avril 2008) s'inscrit dans la continuité de ces actions de coopération, de recherche et de formation. Il a réuni des scientifiques, des experts et des décideurs du secteur public, des entreprises et du mouvement associatif. Les différentes contributions de ce séminaire témoignent de la constitution progressive de ce réseau de travail sur la signalisation de la qualité et de l'origine et contribuent à la construction d'un concept distinctif pour la valorisation des produits alimentaires issus des terroirs méditerranéens. La « Déclaration d'Antalya sur les Indications Géographiques relatives aux produits alimentaires méditerranéens et le développement local » est un premier résultat de ce séminaire.

Les conclusions qui figurent dans la déclaration d'Antalya ont notamment porté sur le renforcement des capacités, le développement de l'information, de l'éducation et d'actions pratiques : bases de données, programmes de recherche, dispositif de suivi des IG, label,... Appuyer les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée pour le développement de la qualité liée à l'origine, cela suppose l'accompagnement des acteurs (producteurs, entreprises, importateurs, administrations, interprofessions, etc.) dans les choix stratégiques en matière de types de protection par les signes de qualité, afin de faciliter la valorisation et la préservation de la diversité alimentaire dans une démarche de développement rural durable.

Certaines de ces conclusions se sont matérialisées depuis :

- En ce qui concerne les formations, les étudiants de Master ont été encouragés à travailler sur les produits du terroir en coopération avec des réseaux d'opérateurs locaux. Des conventions de travail en partenariat international pour construire un réseau des terroirs du monde ont notamment été signées avec des associations comme « Terroirs et Cultures », comme « Migrations et Développement » ou avec des points focaux de la FAO afin de favoriser un suivi des expériences de terrain.

- La Haute Ecole des Terroirs Méditerranéens (HETM), organisée par le CIHEAM et l'IAMM le 2 et 3 juillet 2009 à Paris réservée aux hauts fonctionnaires du pourtour méditerranéen a porté sur l'aptitude à fixer les normes et à proposer des modes de différenciation dans le nouveau régime de concurrence internationale. La mobilisation des ressources d'intelligence économique et la coordination politique à différentes échelles n'est pas chose aisée comme ont pu en faire le constat les participants d'origines diverses au séminaire.

Les expériences régionales de signalisation des terroirs, une fois rapportées à l'échelle du Bassin méditerranéen, prennent des dimensions nouvelles qui rendent complexe toute décision en matière de signalisation : l'image du terroir et son exploitation économique peuvent transformer « nos » agricultures méditerranéennes en simple support de communication au lieu d'être un vecteur dynamisant les échanges par « la base ». L'analyse des avantages et des inconvénients doit donc se poursuivre afin de voir comment accompagner des processus ouverts aux dynamiques du marché mondial tout en préservant l'identité patrimoniale du régime méditerranéen⁵. A cet effet, une prochaine rencontre est prévue en Tunisie afin de favoriser les possibles coordinations à l'échelle du Bassin méditerranéen.

- Une Ecole Opérationnelle des Terroirs (EOTM) est programmée pour 2010. Elle permettrait de suivre les projets et leurs mises en œuvre, comme le lancement de programmes de recherche à la demande des participants. Une continuité entre formation de formateurs, formation à la recherche et actions de coopération peut être développée grâce au réseau existant. L'objectif est de partager les expériences, de raisonner les démarches et de connaître les dispositifs institutionnels afin de se positionner et de faciliter les coordinations nouvelles. Des démarches de coopération sont en cours de réalisation avec des opérateurs du sud et de l'est de la Méditerranée.

- Parallèlement, la plateforme cybermontagne, référencée sur les sites IAM-M et FAO, est utilisée pour des recherches en Master de développement (IAMM) et comme outil d'analyse et de discussion dans le Cours de Spécialisation en Agriculture Durable (IAMB), car elle fournit la grille d'enquête pour identifier les principaux attributs des produits de montagne (fiches avec onglets généraux, économiques, techniques, organisationnels et culturels). Support de discussion et support d'édition pour des informations nouvelles, cette structure permet d'organiser les informations, tout en alimentant de nouvelles sections du centre de ressources (nouvelle section sur l'Albanie ou lancement d'une action spécifique Maroc et safran). Elle sert également de support d'enseignement, car elle facilite la visualisation des différents produits ou services.

Par ces deux écoles des Terroirs et par les travaux de thèses Masters, l'IAMM a initié un cycle de formations qui répond pour partie à la déclaration d'Antalya. Ces formations sont adossées à des programmes de recherche et de coopération internationale.

- A ce titre, un nouveau programme portant sur l'arboriculture méditerranéenne (Amandiers et oliviers) et les risques d'érosion de la diversité génétique, est engagé. Ce programme, sélectionné sur appel d'offre, du réseau technologique de recherche agronomique de la Fondation d'Agropolis permettra aux étudiants spécialisés dans différentes disciplines de travailler pour mieux évaluer les raisons des choix poussant à la différenciation d'un produit emblématique. L'organisation des marchés a des impacts en termes de conservation des paysages, de transmission des savoir faire et de valorisation des patrimoines locaux. Pendant trois ans, des équipes pluridisciplinaires travailleront plus particulièrement dans le cadre de ce projet conduit avec le CIRAD au Maroc, Turquie, Liban et Syrie.

Des recherches sont conduites sur la consommation alimentaire et la qualité des aliments depuis longue date à l'IAMM. Les liens entre différenciation et garantie de qualité pour la santé humaine y sont développés par des analyses discursives. Le développement des stratégies économiques par les marques territoriales ou les labels bio ou d'origine, va-t-il de pair avec des stratégies de responsabilité sociale garantissant l'accès aux produits de qualité au plus grand nombre ? Les analyses de terrain, notamment au Liban (thèse de doctorat en cours) portent sur les contradictions existant entre les stratégies de différenciation pour le marché de la qualité et de l'origine et les attentes des consommateurs (identification des demandes des consommateurs et enquêtes sur les produits typiques et sur l'organisation de production).

- Des actions liées à ces programmes de recherche sont menées en partenariat avec les collectivités territoriales auprès des cantines scolaires. L'analyse des menus, des types de filières d'approvisionnement ou de distribution conduisent à tester de nouveaux modes d'organisation susceptibles de garantir une alimentation plus saine (fruits et légumes bio etc.). Ces formes de coopération « locales » s'inscrivent dans un réseau transversal qui facilite leur mise en relation à plus grande échelle. Une convention de partenariat entre le CIHEAM/IAMM et IPEMED se focalise sur la nécessité d'unir les efforts de coopération pour évaluer la faisabilité de mise en place d'outils organisationnels transversaux pour le bassin méditerranéen (marque de qualité territoriale collective ou label méditerranéen selon les options retenue).

- Par ailleurs, un groupe de travail FAO-CIHEAM sur les produits du terroir s'est constitué pour garantir le renforcement du réseau méditerranéen d'Institutions favorables au soutien d'études portant sur les intérêts économiques et les potentialités de marché comme sur les impacts sur la biodiversité, la dimension culturelle et sociale (préservation des traditions, diète méditerranéenne). Un « *brainstroming* » dans un certain nombre de pays, les plus sensibles et intéressés sur ce sujet, est conduit afin de comprendre à la fois la vision, les nécessités des pays et des opérateurs afin de faire émerger une vision commune Méditerranéenne. En terme de coopération, ces rencontres et travaux en réseaux (études, séminaire international, guides pratiques, plateforme d'informations etc..) devraient permettre de réfléchir à l'organisation dans les années à venir d'une conférence des Ministres des Pays membres du CIHEAM sur le thème de la valorisation des produits du terroir en Méditerranée.

- Enfin, les actes du colloque du Séminaire International du 24-26 avril 2008 sont traduits en turc grâce au soutien actif de l'Université Akdeniz et du Ministère de la Culture et du Tourisme de la Turquie ainsi que d'autres institutions qui ont apporté toute leur aide et ont contribué au succès de cette manifestation internationale. Dans le prolongement de ces travaux, l'Université Akdeniz, avec le soutien de l'Ambassade de France à Ankara, le Ministère de la Culture et du Tourisme de la Turquie, l'Institut des Brevets de Turquie et de nombreuses autres organisations, planifient l'organisation d'une nouvelle manifestation scientifique internationale d'une grande envergure, sur les terroirs qui se tiendra fin 2010 ou début 2011 à Antalya. Cette manifestation scientifique, couplée à un salon international des produits de terroir méditerranéens, contribuera à l'animation du réseau méditerranéen de recherche et de coopération.

De nombreuses initiatives sont donc lancées et les synergies de chacun vont leur chemin...

Hélène Ilbert, Selma Tozanli

Le 25 septembre 2009

Notes

¹ Le tapis « Hereke » prend son nom de la petite ville située sur la mer de Marmara à côté d'Izmit. La renommée des tapis « Hereke » vient de l'époque de l'Empire ottoman et s'étend au niveau mondial. Ce savoir-faire de tissage a été à la source du choix des autorités ottomanes de construire, en 1843, la première usine textile de l'Empire à Hereke. Source : <http://www.turkforum.net/showthread.php?t=1108638603>

² <http://www.femise.org/pdf/ao2/FEM2235.pdf>

³ cf. <http://www.cybermontagne.org>

⁴ Notes d'alerte du CIHEAM, n°46, 12 mai 2008

⁵ Les principales interventions de cette Haute Ecole des Terroirs Méditerranéens sont disponibles à http://www.iamm.fr/ress_doc/multimedia/conferences/