



HAL
open science

Les signes officiels de qualité et d'origine européens : quelle insertion dans une économie globalisée ?

Bertil Sylvander, Louis Lagrange, Christine Monticelli

► To cite this version:

Bertil Sylvander, Louis Lagrange, Christine Monticelli. Les signes officiels de qualité et d'origine européens : quelle insertion dans une économie globalisée ?. 2007, 299, pp.7-23. hal-02659515

HAL Id: hal-02659515

<https://hal.inrae.fr/hal-02659515>

Submitted on 30 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Bertil Sylvander, Louis Lagrange et Christine Monticelli

Les signes officiels de qualité et d'origine européens

Quelle insertion dans une économie globalisée

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.



Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le CLEO, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Bertil Sylvander, Louis Lagrange et Christine Monticelli, « Les signes officiels de qualité et d'origine européens », *Économie rurale* [En ligne], 299 | Mai-juin 2007, mis en ligne le 01 juin 2009. URL : <http://economierurale.revues.org/index184.html>

DOI : en cours d'attribution

Éditeur : Société Française d'Économie rurale

<http://economierurale.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne à l'adresse suivante : <http://economierurale.revues.org/index184.html>

Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

© Tous droits réservés

Les signes officiels de qualité et d'origine européens : quelle insertion dans une économie globalisée ?

Bertil SYLVANDER • INRA-SAD, Unité Agrosystèmes et développement territorial, Toulouse
Louis LAGRANGE • ENITAC, Unité de recherche Typicité des produits alimentaires, Marmilhat
Christine MONTICELLI • ISARA, Lyon

Introduction

Les auteurs de cet article analysent l'insertion possible des signes d'identification de la qualité et de l'origine dans le contexte d'une économie internationale globalisée et identifient les conditions nécessaires pour que les filières de qualité spécifique, sous Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)¹, soient reconnues au niveau mondial, par rapport aux négociations conduites au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Après avoir présenté un bref état des lieux institutionnel et économique de ces filières en France et dans l'Union européenne (UE), nous présenterons l'état de la controverse mondiale sur leur reconnaissance, en se reportant au débat théorique qu'ils suscitent pour en déduire les conditions qui doivent être réalisées pour une insertion sur des marchés globalisés : les signes doivent être *légitimes* d'une part et *crédibles* d'autre part.

Leur légitimité se construit progressivement par une réponse aux critiques théoriques dont ils font l'objet [(référence à la garantie de qualité intrinsèque (ou tangible) que les

produits apportent au consommateur, référence aux externalités positives de ces filières, qui sont susceptibles de contribuer au développement durable)]. Ces signes doivent également être compatibles avec la globalisation des marchés et les règles que définit l'OMC. Leur crédibilité se fonde sur la cohérence, la lisibilité, l'efficacité et l'efficience des dispositifs mis en œuvre.

Cette étude utilise pour partie les résultats de l'action concertée européenne *Dolphins*² et ceux du rapport « *Avis sur le développement des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires, nationaux et communautaires* », rédigé par les auteurs du présent article pour le Conseil national de l'alimentation (CNA) en 2003³.

2. Le projet européen *Dolphins (Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability)*, coordonné par Sylvander (Inra-Urequa, Unité de recherche sur l'économie des qualifications agroalimentaires), regroupait quinze équipes universitaires dans neuf pays partenaires (Inra-Urequa, Inra-Etiq, Inra-LRDE, Laboratoire de recherche de développement de l'élevage, Cabinet CMR, University of Parma, CRPA, University of Florence, SRVA, University of Munchen, Unidad De Economia Agraria Servicio de Investigación Agroalimentaria, Newcastle University, Edinburgh University, Fondation Universitaire Luxembourgeoise, University of Helsinki, IRIA (Pt)). Les membres du Steering Committee étaient : L.-M. Albisu, F. Arfini, D. Barjolle, G. Belletti, F. Casabianca, A. Marescotti, E. Thévenod-Mottet, A. Tregear.

3. Avis n° 45, voté le 30 octobre 2003 (Lagrange, Monticelli et Sylvander, 2003).

1. Sous signes officiels de qualité et d'origine français et européens : Labels rouges (LR), Appellations d'origine contrôlées (AOC), Certifications de conformité produit (CCP), Indications géographiques protégées (IGP), Appellations d'origine protégées (AOP), Agriculture biologique (AB), Attestations de spécificité (AS).

Tous les sigles utilisés dans cet article sont récapitulés *in fine*.

État des lieux du développement des filières de qualité en France et en Europe

Les Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) sont issus d'une évolution historique étroitement liée aux contextes économiques et sociaux des pays et des époques. En France, le ministère chargé de l'Agriculture les a structurés dans une politique officielle des SIQO vers la fin des années 1980, mais chaque signe a gardé ses spécificités, liées à ses modes de production et sa culture. Il n'est donc pas possible de les comparer, sans prendre en considération leur contexte historique.

Les appellations d'origine contrôlée (AOC) se sont construites, d'abord sur les vins et spiritueux, sur une notion de « délimitation administrative »⁴, puis sur une « délimitation judiciaire », fondée sur la notion d'usages locaux, loyaux et constants⁵ (afin de lutter contre les crises viticoles et les fraudes sur le vin au début du xx^e siècle), sur la « notion de contrôle » (avec la création de l'Institut national des appellations d'origine contrôlées, INAO)⁶ et enfin sur une extension des prérogatives de l'INAO à tous les produits, en 1990. Le lien de la typicité des produits AOC au terroir, englobant les facteurs naturels et humains a fondé la notion d'*origine*, qui est différente de la simple indication de provenance (Casabianca *et al*, 2005).

Les labels agricoles tel le Label rouge (LR), créés en 1965, sont issus des crises de standardisation de la volaille, qui ont prévalu dans les 1950 et 60, dans le contexte de l'industrialisation de ces filières. La nécessité de développer un référentiel technique et des choix technologiques et organisationnels, qui garantissent une qualité finale au produit, a fait naître la notion de « qualité supérieure », en référence au standard.

La certification de conformité de produit (CCP)⁷ est beaucoup plus récente (1988). Se voulant « euro compatible », elle 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. L'agriculture biologique est définie comme étant un mode de production n'utilisant pas d'intrants autres que ceux spécifiés dans l'annexe du règlement qui la définit. La dénomination « montagne » s'applique aux productions pour lesquelles l'ensemble des intrants et des opérations sont issus des zones de montagne telles que les définit la réglementation européenne⁸.

Au niveau communautaire⁹, les règlements 2081 et 2082 de 1992, qui, notons-le ne concerne pas les vins et spiritueux, introduisent l'Appellation d'origine protégée (AOP), l'Indication géographique protégée (IGP) et l'Attestation de spécificité (AS) :

- l'AOP reprend le concept de produit de terroir très fortement développé par la plupart des pays du sud de l'Europe ;

7. Depuis la loi du 5 janvier 2006, les CCP ne sont plus des SIQO (voir plus bas).

8. À noter que la récente réforme des SIQO de 2007 ne retient plus que trois signes Label rouge, Agriculture biologique et Indications géographiques, excluant du dispositif les CCP et l'appellation Montagne.

9. Chaque pays d'Europe possède son propre système de collecte d'informations (public ou privé) sur les SIQO, mais il n'existe pas de regroupement des données économiques relatives aux AOP, IGP, AS/STG par le service statistique de la Commission européenne (Eurostat). Les informations disponibles auprès de la Commission européenne sont celles de la liste des protections enregistrées, ou en phase d'enregistrement. Pour l'agriculture biologique, la Commission utilise la base de données SOEL qui renseigne par pays sur les surfaces cultivées, le nombre d'exploitations agricoles, le pourcentage de surface utilisé et le pourcentage d'exploitations agricoles concernées. En France, le Cerqua, l'INAO, le Cepral et l'Agence Bio collectent respectivement les informations statistiques et économiques sur le Label rouge, l'AOC et l'IGP, la CCP et les produits AB.

4. Loi de 1905.

5. Loi de 1919.

6. Loi de 1935.

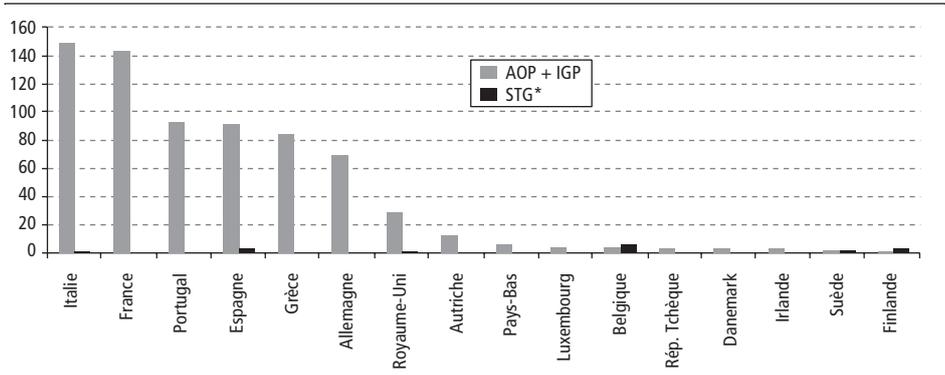
- l'IGP introduit une définition plus souple de ce lien au lieu ;
- l'AS répond au besoin exprimé par un certain nombre d'États de pouvoir définir et protéger des savoir-faire et des recettes traditionnelles.

En août 2002, l'UE comptait 597 dénominations enregistrées en AOP et IGP et 696 en 2005 (*graphique 1*), dont 405 AOP et 291 IGP (hors appellations vitivinicoles, au nombre de 2 500 environ). L'Italie et la France sont les pays qui en ont le plus, suivies de près par le Portugal et l'Espagne. Notons cependant que la Grèce, l'Allemagne et le Royaume-Uni, qui n'avaient pas cette tradition, déposent de plus en plus de dossiers.

Les AOP concernent principalement des fromages et des huiles végétales ; les IGP concernent plus particulièrement les viandes et volailles, les fruits, légumes et céréales, les pains, pâtisseries et confiseries, et les produits à base de viande. Les fromages, les fruits et légumes et les céréales représentent plus de 40 % de l'ensemble des AOP et IGP.

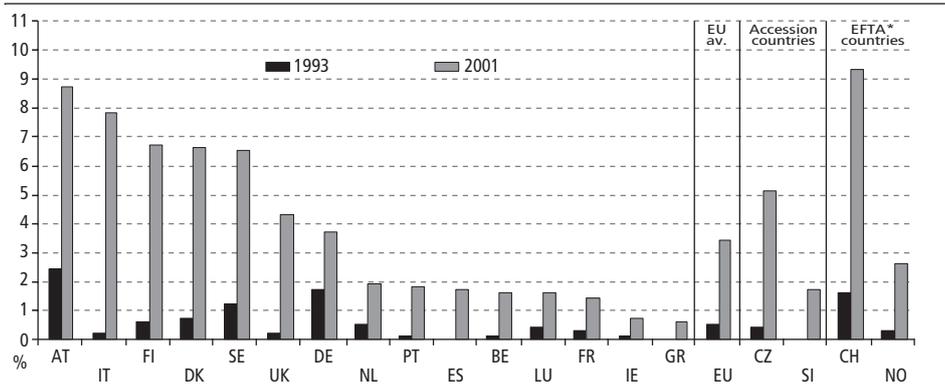
Avec plus de 4 millions d'hectares, l'agriculture biologique européenne occupe 3,5 % de la surface agricole utile (SAU) (*graphique 2*) et le marché de ses produits représentait environ 8 millions d'euros (€) en 2001.

Graphique 1. Nombre total d'AOP et d'IGP par État membre (2005)



Source : Commission européenne, 2005.

Graphique 2. Les surfaces en agriculture biologique dans l'Union européenne (en hectares, 2002)



Source : Commission européenne, base de données SOEL, 2002.

* Cf. Liste des signes in fine.

Tableau 1. France : nombre et chiffre d'affaires des filières AOC, Labels, CCP et AB
(CA HT 1997-2001 en milliards d'euros courants)

CA 1997			CA 2001	Nombre 2001	Variation CA
AOC	Vins	9,9	13,49		
	Eaux de vie	1,524	1,52		
	Produits laitiers	1,585	1,86		
	Autres	0,152	0,18		
	Total	13,17	17,05	113 000	+ 29 %
LR		1,92	3,5	54 113	+ 81 %
CCP		3,78	5,4	inconnu	+ 43 %
AB		0,534	1	10 364	+ 87 %
Total		19,4	26,95		

Source : les auteurs

Au niveau mondial, en 2005, l'Agriculture biologique couvre 15 millions d'hectares et le taux de croissance du marché se situe entre 15 et 20 % annuels, avec de fortes croissances en Asie du Sud-Est (Chine, Corée du Sud) et en Amérique du Sud. Dans les pays occidentaux (États-Unis, Canada, Australie) elle connaît également un essor très soutenu, avec des taux de croissance qui avoisinent 15 %. En Europe, sept pays se situent au-dessus de 4 % de la SAU (Autriche, Italie, Finlande, Suède, Danemark, Royaume-Uni et Suisse). La France, qui était leader dans les années 1980, est maintenant très loin en relatif, mais à la quatrième place en absolu, avec 550 000 ha et 11 000 agriculteurs. Les principales filières en agriculture biologique sont les fruits et légumes, les céréales, le lait, les œufs et les volailles.

Enfin, les AS sont très peu développées : 13 au total en 2002 (une vingtaine en 2005), dont 6 en bière, 2 pour des produits à base de viande, 2 pour des pâtisseries confiserie, 1 en fromage, 1 pour un lait. La France n'en possède aucune ; c'est la Belgique qui en possède le plus (5 pour des bières).

Malgré les difficultés pour comparer les données statistiques entre les différents SIQO, nous proposons des estimations pour la France, sur le nombre d'exploitations

agricoles concernées¹⁰ et sur le chiffre d'affaires (CA) hors taxe (HT) de l'ensemble des filières¹¹. En 2001, 177 477 exploitations agricoles réalisaient l'essentiel de leur activité avec un signe officiel de qualité (AOC, LR, AB), soit 27 % d'augmentation par rapport à 1997 (tableau 1).

Sur les 27 milliards d'euros commercialisés en 2001, plus de 70 % étaient commercialisés en France, soit environ 19 milliards représentant 16 % de la consommation alimentaire française (hors restauration hors domicile). La CCP est le signe qui s'est le plus développé entre 1995 et 2001 : très forte augmentation du nombre de produits certifiés et du chiffre d'affaires. Ce dernier est très supérieur à celui de la production sous Label rouge. Au sein des IGP, la part des CCP progresse également très fortement. Globalement la production française sous

10. Il serait bien sûr plus rigoureux et plus complet de montrer l'impact des SIQO sur l'ensemble des entreprises agroalimentaires et non pas seulement des exploitations agricoles, mais nous ne disposons pas de telles données.

11. Le chiffre d'affaires (CA) retenu est celui de l'ensemble de la filière française (production agricole, transformation, distribution), que les produits soient commercialisés en France ou à l'étranger. CA = valeur HT de la consommation française + valeur HT des exportations. Le CA des LR et des CCP communiqué par le Cerqua et le Cepral a donc été redressé.

SIQO se développe plus vite que l'ensemble de la production agricole et alimentaire, ce qui signifie que sa part relative augmente. Il en est de même pour la part dans la consommation alimentaire française.

À la suite du rapport du CNA n° 45, une réforme des SIQO a été introduite dans la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006. Le système est simplifié, les CCP ne sont plus comptés dans les SIQO et les trois signes restants sont gérés par un institut unique à partir du 1^{er} janvier 2007 : l'Institut national de l'origine et de la qualité. À côté des SIQO, il subsistera des mentions valorisantes (appellation Montagne, produits de Pays, etc.) et les signes français ne seront plus « accrochés » aux signes européens¹².

Les signes d'identification de qualité et d'origine Des signaux de qualité aux biens publics

Les SIQO sont des marques collectives, propriétés de l'État en France ou de l'UE, utilisées généralement par des groupes d'acteurs économiques. Si ces marques collectives constituent des signaux de qualité utilisables par les acteurs du marché, les dispositifs qui les gèrent peuvent aussi être considérés comme des biens publics, parce qu'ils permettent, d'une part, de signaler des externalités positives promues par la collectivité nationale et, d'autre part, parce qu'ils jouissent dans une certaine mesure des caractéristiques des biens publics (non-exclusivité et non rivalité)¹³. Dans de nombreux pays, l'usage est de réserver à la marque privée cette fonction de signalisation de la qualité sous la gestion des Instituts nationaux de la propriété intellectuelle et, au niveau mondial, de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

(OMPI), avec toutefois les exceptions liées à la normalisation des produits, pilotée au niveau mondial par le *Codex Alimentarius*, ou à l'Agriculture biologique, réglementée par plus d'une centaine de pays. Une réservation d'usage d'un nom géographique, protégée par l'État n'est pas la norme et ne doit pas entrer en contradiction avec la marque. De plus, les restrictions du commerce fondées sur une qualité spécifique peuvent contrevenir aux accords dits « TBT » (barrière aux échanges) qui n'admettent des restrictions que si elles sont argumentées par le demandeur et arbitrées par l'OMC, sur la base des normes du Codex.

État de la controverse entre l'Union européenne, ses alliés et le groupe de Cairns

Historiquement, l'Europe a tenté de définir une législation commune sur la composition des produits, mais cette tâche immense a finalement été abandonnée en 1985 (Valceschini, 1995). La politique qui a prévalu depuis est fondée sur la reconnaissance réciproque des législations et sur la promotion de réglementations sur les modes de production des « produits de qualité spécifiques » (Allaire et Sylvander, 1997).

Ces dispositions sont variables d'un pays à l'autre et une certaine diffusion de leur application d'un pays à l'autre peut exister, si elles leur sont ouvertes. En France, le Label rouge, fondé sur l'idée d'une « qualité supérieure », peut être accordé à des produits étrangers (par exemple le Saumon d'Écosse) et, de son côté, la certification de conformité est pensée pour être « euro compatible ». Enfin, la diffusion de l'agriculture biologique, définie au niveau européen, ne rencontre que de faibles obstacles réglementaires et institutionnels à l'extérieur de l'UE.

12. Depuis la loi du 3 janvier 1994, on ne pouvait en France obtenir une IGP européenne que si l'on avait auparavant un Label rouge ou une CCP.

13. Ces deux critères peuvent se discuter au cas par cas et doivent être complétés par la proposition de Kaul (2001) d'approcher les biens publics par la notion d'inclusivité (voir Sylvander, Isla et Wallet, 2007).

Dans le cas des Indications géographiques (IG), qui ont fait l'objet d'une longue et difficile négociation internationale depuis un demi-siècle, la reconnaissance de la tradition franco-européenne pose problème (Addor et Grazioli, 2002). Elle est fondée en France sur une propriété publique, l'État étant « nu-proprétaire » et les ayants-droit (généralement groupes d'acteurs économiques) étant « usufructiers ». Les opposants à cette orientation (dont par exemple le juriste Jim Chen, 1997), considèrent que seule la marque privée est une protection légitime, et soutiennent que le statut de propriété publique de l'AOC n'a pas de sens dans les pays libéraux, comme les USA ou les pays du groupe de Cairns. Selon Chen, une telle propriété ne peut être ni publique, ni illimitée dans le temps. En outre, le signe de qualité qui est associé au produit peut induire le consommateur en erreur, en lui signalant une différence de qualité non établie. De plus, le consommateur d'un produit semi-générique (c'est-à-dire qui porte légalement dans un pays le nom d'une région d'un autre pays du monde où il est protégé) n'est pas trompé, s'il ne connaît même pas l'existence de ce produit ou de cette région¹⁴. Dans un autre domaine, certains reprochent à ces protections publiques d'instaurer un état d'exception à la politique de la concurrence néo-libérale et de constituer une forme de soutien public aux acteurs économiques (Jullien et Smith, 2004).

On attribue souvent ces différences à des traditions juridiques, distinguant une tradition latine (responsabilité de la puissance publique sur l'encadrement de la production et de la qualité à l'égard des consommateurs) et une

tradition anglo-saxonne (confiance quasi exclusive à la marque privée, au fonctionnement concurrentiel du marché et au rôle du consommateur). Cela est probablement lié à l'histoire des pays, à l'importance de l'immigration dans les pays dits « du nouveau monde » (Sylvander, 2005a et b) et sans doute à leurs cultures religieuses (Barham, 2003). Certes, on pourrait dire que la dichotomie évoquée passe au sein même de l'UE, puisque les pays « du Sud » (France, Italie, Espagne, Portugal et dans une moindre mesure Grèce) se reconnaissent dans la première et que les pays « du Nord » (Royaume-Uni, Pays scandinaves, Pays-Bas) se reconnaissent plus dans la seconde, l'Allemagne étant un cas particulier, avec un système fortement judiciairisé.

Cependant, il faut nuancer cette idée générale, en observant que l'Europe vit depuis quinze ans sous les deux systèmes complémentaires de l'IG¹⁵ et de la marque, et que ce système est en voie d'appropriation par la plupart des pays, comme on l'a vu dans la première partie : les pays du Nord sont en passe d'adopter l'IG (13 AOP et 16 IGP au Royaume-Uni en 2005) et les pays du Sud utilisent bien sûr fortement les marques privées. Enfin, au niveau mondial, les choses ne sont pas aussi simples, car nombre de pays anglo-saxons ont tendance à légiférer et à encadrer administrativement la production agroalimentaire, sur d'autres aspects que l'IG, non référés explicitement à la qualité, tels que par exemple le bien-être animal, l'environnement ou l'agriculture biologique.

En Europe, la plupart des observateurs et des politiques considèrent que les IG relèvent de la « propriété intellectuelle », reconnue par les accords des Aspects de droit de propriété industrielle qui touchent au commerce (ADPIC), dans le cadre du cycle de l'Uruguay round et de l'accord de Marrakech en 1994. Selon ces accords, les Indications géographiques sont des

14. Ainsi, le consommateur américain d'un vin « Chablis » ne serait pas trompé s'il ne connaît pas le vin AOC français du même nom ni le nom de sa région. Ce qui fait dire à Lorvellec (1997) que c'est « une prime au producteur malhonnête et au consommateur stupide ».

15. Règlement 2081/92, revu par le 510/2006.

« indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique. »

L'UE rencontre de nombreux problèmes dans l'application de ces accords ADPIC, en particulier dans l'articulation avec les nombreuses marques géographiques, plus ou moins usurpatrices, qui continuent de se développer dans le monde (exceptions prévues à l'article 24 pour les marques déposées de longue date et non tombées en désuétude) (Addor et Grazzoli, *op. cit.*). En outre, les revendications de l'UE et de ses alliés sont d'étendre aux autres produits (y compris non alimentaires) les protections accordées au vin, qui sont des protections d'office (le plaignant n'a pas à administrer la preuve de l'usurpation), alors que l'article 22, sur les autres produits, oblige à montrer que le consommateur est trompé, argument réfuté, nous l'avons vu, par les juristes libéraux. L'UE réclame enfin que soit créé un registre international des IG (qui en permette une protection directe).

Ces demandes sont rejetées par les USA et le groupe de Cairns, sur la base de plusieurs arguments (Sylvander, 2004 et 2005a et b), entre autres que les ressortissants immigrants devraient avoir le droit de transporter avec eux la réputation des produits de leurs pays d'origine et que la gestion d'un registre mobiliserait un outil bureaucratique trop lourd et coûteux. L'Europe fait valoir de son côté que pour les lésés, l'outil serait moins coûteux que des actions en justice. Cette négociation, commencée en 2001 dans le cycle de Doha, ne progresse guère, en raison de l'antagonisme des projets en présence, ce qui maintient actuellement une grande hétérogénéité des conceptions et des systèmes en présence malgré, tout de même, l'existence d'une définition unique des IG.

Vers une meilleure insertion des SIQO dans le contexte mondial ?

Notre contribution avance l'idée qu'au moins deux conditions doivent être réunies pour que les approches européennes soient mieux reconnues au niveau mondial :

- La *légitimité* des politiques sur les produits, leurs modes de production et leurs qualités, au regard du fonctionnement du marché, de la libre concurrence et des externalités positives induites par leurs modes de production.
- La *crédibilité* des dispositifs d'instruction, de contrôle et de signalisation de la qualité au regard des attentes des consommateurs et des citoyens, qui suppose une cohérence des politiques, une lisibilité par les consommateurs, une efficacité et une efficience des dispositifs.

1. Légitimité théorique des SIQO

Dans le cadre des négociations menées au sein de l'OMC, les SIQO français ou européens (dont les IG) ont donc du mal à légitimer leur existence et à s'inscrire dans des politiques publiques d'accompagnement de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Pour refléter sur le fond les domaines d'argumentation entre les parties en présence, on peut se référer aux quatre types de justifications identifiées par Sylvander *et al.* (2006) en les rapprochant des arguments théoriques présentés par Bureau et Valceschini (2003) et Jösling (2006), à propos de la protection des IG.

Ces justifications sont : (i) l'organisation de la concurrence, (ii) la maîtrise des marchés agricoles, (iii) le développement local, rural et territorial, (iv) le patrimoine (patrimoines naturel et culturel) et la conservation des ressources. On a pu les mettre en évidence par l'analyse des considérants des réglementations, mais aussi dans les processus en amont, portés par des réseaux d'action publique et qui président à la mise sur agenda des questions à négocier. On les retrouve aussi dans l'histoire des dispositifs

des pays étudiés, quoiqu'à des degrés divers et suivant des trajectoires différentes¹⁶.

L'organisation de la concurrence

La première justification invoquée est la référence au marché, d'une part, à la sauvegarde d'une concurrence juste et loyale, qui concerne d'abord les producteurs et les marchands et, d'autre part, la protection des consommateurs, dimension qui interviendra de façon de plus en plus prépondérante au fil du temps. Assimilées à la propriété industrielle, les IG sont considérées à l'instar d'un investissement visant à établir la réputation d'un produit ; quoique cet investissement soit réalisé collectivement et sur de nombreuses générations, notoriété et réputation sont assimilables à des actifs des entreprises qui en bénéficient de manière légitime. La concurrence déloyale consiste en une usurpation de cet investissement, généralement fondée sur des coûts de production moindres chez l'usurpateur (au détriment de certaines qualités spécifiques). La mise en place de systèmes juridiques de protection, d'un point de vue instrumental, passe par la définition des détenteurs légitimes du droit de propriété intellectuelle.

Cette première justification est contestée par les pays du groupe de Cairns¹⁷, qui considèrent que la position européenne est protectionniste car, si les produits sont similaires, elle accorde une valeur indue au producteur, qui se traduit par une perte au niveau du consommateur. Une protection de modes de production « moins efficaces » (plus coûteux) pour le même résultat est contestée par la théorie économique aussi bien que par

les tenants d'une politique libérale de la concurrence. De leur côté, les juristes s'opposent à un étiquetage différencié de produits, s'ils sont « équivalents en substance » (Chen, 1997 ; Lorvellec, 1997), sinon le consommateur est trompé par un étiquetage fallacieux. Cependant, dans le cas des produits spécifiques, dont la production respecte des cahiers des charges différents de la production standard et qui débouche sur des caractéristiques différentes du produit, perçues du consommateur, une signalisation différenciée du produit peut être considérée comme efficiente et légitime (désignation commerciale, étiquetage, signe de qualité) et peut être protégée par une marque.

Dans le cadre des IG, cette valeur supplémentaire accordée au producteur n'est justifiée, selon Jösling (2006)¹⁸ que si le lien entre le nom du produit, sa localisation et la qualité est avéré (Jösling, *op. cit.*), ce qui va dans le sens d'un dispositif apte à vérifier ce lien¹⁹. Cet auteur en infère qu'un dispositif international (registre par exemple) ne se justifie que si le coût de transaction est inférieur au gain que le consommateur retire de cette meilleure information.

La maîtrise des marchés agricoles

La deuxième justification invoquée concerne la maîtrise de l'offre sur les marchés agricoles. Devant les difficultés bien connues rencontrées par l'ajustement de l'offre et de la demande sur les marchés génériques des produits agricoles, les États ont mis en place (par exemple dans les années 1930 et les années 1970), des systèmes de régulation sectoriels dans le cadre de politiques agricoles. La limitation des rendements, dans la mesure où elle est corrélée avec la qualité et

16. On trouvera dans Sylvander *et al.* (2006) une analyse complète de ces justifications, ainsi qu'une discussion mettant en évidence les spécificités historiques nationales et les chronologies des justifications.

17. Ces pays se sont retrouvés dans la « *Joint proposal* » (Japon, Mexique, Nouvelle Zélande, Nicaragua, Taïpeh, Australie, Canada, Argentine, Chili, USA), qui conteste la position de l'EU et de ses alliés.

18. Cf. page 342.

19. Ceci, sous l'hypothèse que les limites d'information, lancées par Akerlof en 1971 et examinées par une longue tradition théorique depuis (Tirole, 1995) n'empêchent pas le consommateur de percevoir la réalité de la qualité du produit.

dans certains contextes de marché, est parfois un instrument utilisé pour maîtriser l'offre. L'argument de la qualité comme instrument de maîtrise de l'offre agricole a pu être invoqué par des politiques communautaires aux niveaux européen, national, ou régional. Cet argument est aussi invoqué par les acteurs des filières ou par les acteurs locaux des filières territorialisées. Le contrôle collectif du volume de production donne effectivement un pouvoir sur le marché.

Cette justification donne lieu à controverses et actions en justice au nom de la politique de concurrence, ces pratiques étant parfois jugées anticoncurrentielles par les autorités de la concurrence, dans le cas de certaines IG (contrôle de l'offre et fixation des prix). Selon Jösling (*Ibid*), si la rente générée par une politique de protection *sui generis* et le pouvoir de marché qui lui est lié se traduisent par des pertes de bien-être du consommateur, on peut conclure à une distorsion de concurrence.

La différenciation de l'offre et la segmentation du marché, confinant à une concurrence de type monopolistique, ont été pratiquées de longue date par les entreprises. Depuis Sraffa (1926), Chamberlin (1933) et Hotelling (1929), la théorie économique prend en compte l'effet des stratégies de différenciation des biens (qualité dite « horizontale ») sur le marché et a inspiré toute une lignée de travaux qui réaménage le modèle de la concurrence. En économie industrielle, les stratégies différenciatrices des firmes ont ainsi pu être expliquées (Bain, 1956 et 1959).

En quoi le secteur des IG est spécifique dans ce contexte (Bovet et Chappuis, 2001 et Chappuis, 2002) ? Le débat doit prendre en compte les questions de la nature des consortiums qui parfois gèrent collectivement des volumes. Le jugement sera différent, s'ils sont considérés comme des quasi-firmes, comme des trusts (s'ils sont assimilés à des clubs fermés, réservant l'exclusivité de l'utilisation du nom à certains producteurs

et pas à d'autres), ou comme des associations libres d'entrée pour les acteurs localisés dans la zone et appliquant le cahier des charges²⁰. On doit en outre prendre en compte la notion de marché pertinent (utilisée par les autorités de la concurrence), ce qui aboutit parfois à une condamnation par les autorités antitrust et dans certains cas à une relaxe.

Le développement rural

La troisième justification mise en avant pour les IG concerne leur impact supposé positif sur le développement rural. Dans cette perspective, les IG deviennent l'un des éléments des politiques rurales. De ce point de vue, on peut évaluer les différents dispositifs (AOC/IGP) et les adaptations dans chaque cas (Belletti *et al*, 2005). L'argumentaire fait référence à des externalités, ou biens publics territoriaux, liées aux systèmes de production locaux de qualité spécifique. Cette justification est avancée par différents acteurs privés dans les réseaux d'action politique et a été mobilisée pour le « développement endogène » (dans différents pays, depuis les années 1970), pour le développement régional (particulièrement en Italie ou en Espagne avec la régionalisation), puis pour le « développement rural » (Conférence de Cork en 1996, Agenda 2000). Des mesures de soutien aux démarches locales de qualité et à l'adaptation des circuits et équipements commerciaux ont été programmées dans le Règlement de développement rural²¹. Les réseaux politiques correspondants à ces différents mouvements se sont développés en plusieurs phases successives.

Dans la théorie économique, on se pose la question des effets sur le bien-être global de mesures de protection destinées à préserver l'environnement. L'Union européenne argu-

20. Notons que les dispositions réglementaires prévoient bien explicitement l'ouverture des consortiums à toute entreprise observant le cahier des charges et localisée dans la zone.

21. Règlement 1257/99.

mente en plaçant ce type de mesures favorables aux IG dans le cadre des boîtes bleues et vertes, sur la base de la sauvegarde des terroirs et de l'environnement considérés comme biens publics promus par les politiques de protection. Cet argument est validé par Jösling (*op. cit.*)²². Une conception volontariste du bien public mondial, mise en valeur par Kaul (2001) et Hugon (2003), contrebalance ainsi celle de la distorsion de concurrence, les deux devant être arbitrées dans les négociations.

Le patrimoine et la conservation des ressources

La quatrième et dernière justification invoquée pour fonder les IG concerne le patrimoine et la conservation des ressources. Les politiques de protection et de promotion des IG sont alors considérées comme des moyens de conserver des ressources biologiques telles que des races animales, des variétés végétales ou des ferments et de maintenir la biodiversité, ainsi que des savoirs humains individuels ou collectifs qui sont liés à l'existence même de ces ressources (perspective ethnobiologique). La mobilisation de ces ressources met en jeu des dispositifs sociaux. En considérant les IG comme droits de propriété intellectuelle, on reconnaît un savoir collectif, qui a une valeur patrimoniale. On est ici plutôt dans le domaine du bien commun, c'est à dire d'une propriété intellectuelle collective, reconnue implicitement par le panel OMC de 2005 (Marie-Vivien et Thévenod-Mottet, 2005). Cette idée irait, par exemple, dans le sens d'une réservation mondiale de noms traditionnels à des pays en développement, avec compensations si ces noms étaient déjà utilisés (Jösling, *op. cit.*)²³.

Les arbitrages à faire sont en fonction des conceptions juridiques et des intérêts politiques, mais ils invoquent aussi des arguments liés aux théories économiques :

(i) quel est le niveau approprié de protection par rapport au bien-être du consommateur et aux rentes de production ? (ii) quel est le compromis optimum entre la baisse des coûts de transaction par l'harmonisation internationale et le *consumer welfare* ? (iii) dans quelle mesure la référence aux biens publics mondiaux justifie des distorsions éventuelles de concurrence ?

Pour conclure ce paragraphe, les troisième et quatrième justifications théoriques signifient que derrière la promesse faite au consommateur sur la qualité intrinsèque du produit, se profile la question de la *valeur sociétale* (ou qualité sociétale) des modes de production et des produits, promise cette fois-ci au citoyen²⁴. Les politiques publiques de signes et protections de la qualité et de l'origine sont supposées présenter des impacts non négligeables sur le développement durable (Godard et Hubert, 2002), en ce sens qu'elles permettent de combiner de manière positive des objectifs de stratégie individuelle d'entreprise (différenciation et segmentation des marchés), des stratégies collectives d'entreprises et d'institutions pour le développement de filières et de territoires fragiles et des objectifs publics (aménagement du territoire, régulation des marchés, information crédible des consommateurs et transparence du marché).

Un argument pour les pays qui mettent en avant des politiques de SIQO et pour l'UE consiste à dire qu'ils produisent des externalités positives et qu'ils ont une valeur liée à la multifonctionnalité des agricultures et de l'ensemble du système agroalimentaire qui les produisent (aménagement du territoire, protection de l'environnement, biodiversité, etc.). Certes, ces impacts sont encore mal connus et manquent d'outils (critères et méthodes de mesure), même si on se réfère plus à une notion de développement endogène qu'à des analyses d'impact (Murdoch, 2000 ; Belletti *et al.*, *op. cit.*).

22. Cf. page 356.

23. Cf. page 362.

24. Voir avis du Conseil national de l'alimentation n° 36 (Sylvander, 2002).

Plus généralement, on peut avancer que les attentes des consommateurs en termes d'information concernent aussi les aspects *sociaux, politiques, culturels ou éthiques*. À cet égard, le bien-être animal, les paysages, l'agriculture biologique ou des produits rituels, souvent mis en avant dans les pays libéraux relèvent du même type de légitimité (Thompson, 2000)²⁵, tant au regard du marché qu'au regard des politiques publiques.

2. Crédibilité des politiques publiques sur la qualité et l'origine

Depuis l'accord du Luxembourg du 26 juin 2003, l'UE reconnaît le bien fondé des politiques publiques sur la qualité et entend accroître leur crédibilité. Ceci passe, selon nous, par une recherche de cohérence des diverses politiques européennes, de lisibilité auprès des consommateurs, d'efficacité et d'efficience des dispositifs.

Cohérence des diverses politiques européennes

L'analyse des politiques publiques qui concernent les IG fait apparaître les points suivants (Sylvander, 2004) :

- *En matière d'application du règlement*, on peut noter que le règlement²⁶ évolue par la prise en compte des exigences du rapport de l'OMC du 16 avril 2005, l'ouverture directe du dispositif aux producteurs des pays tiers. En effet, le règlement ne leur était pas accessible, ce qui était considéré comme une entrave à la concurrence de la part de l'Europe. En outre, on évolue sur le champ d'application, la transparence de l'information et des procédures, l'harmonisation des niveaux d'exigence sur la certification et les contrôles, la bonne connexion avec les marques indi-

viduelles utilisant des noms géographiques, la meilleure cohérence de la communication, l'accréditation des organismes certificateurs.

- *En matière d'accompagnement économique*, il y a quelques progrès sur l'information et l'assistance aux groupes des demandeurs, sur les conditions de la concurrence entre pays, produits, régions, sur la communication au consommateur.
- *En matière de politique de la concurrence*, la contradiction entre cette politique et la gestion des SIQO au sein d'interprofessions, souvent critiquée, est prise en compte et fait actuellement l'objet de réflexions.
- *En matière de communication au consommateur*, on note un certain trouble entre l'hétérogénéité des niveaux de qualité et de succès différents des AOP et IGP en Europe et la volonté de la Commission de communiquer sur ces produits. Le sens du message des IG n'est pas encore clairement compris par beaucoup de consommateurs et un déficit de crédibilité peut se faire jour.

Pour résumer, les évolutions actuelles témoignent du fait que l'UE veut faire preuve de plus de transparence, d'équivalence et de réciprocité vis-à-vis des pays tiers²⁷ (c'est le sens du règlement 692/2003 et celui du règlement 510/2006)²⁸. L'UE renforce également la cohérence interne de sa politique sur l'ensemble des pays membres en garantissant des conditions égales de concurrence aux entreprises, filières et régions.

27. Le résultat du panel de l'OMC, paru le 15 mars 2005, reconnaît la légitimité des IG et la coexistence des marques privées et des IG publiques, mais demande à l'UE de mettre son système en cohérence avec les exigences de l'OMC sur une période d'un an, notamment en donnant un accès direct à son système de protection aux producteurs des pays tiers, ce qui a été réalisé dans le cadre du règlement 510/2006.

28. La reconnaissance de la dénomination d'origine « café de Colombia » en mars 2005 va dans ce sens.

25. Dans la signalisation des produits Casher (rite israéliite) ou Hallal (rite musulman), la différence essentielle réside dans un rituel religieux, sans aucune différence dans la qualité intrinsèque du produit.

26. Règlement 510/2006.

La réponse aux attentes des « consommateurs-citoyens » en matière de *qualité sociétale* et la réponse aux autres pays négociateurs au sein de l'OMC passe par l'étude de la *connexion entre les IG et les politiques agricoles et alimentaires* des pays concernés. Jusqu'à l'accord de Luxembourg, les SIQO ne faisaient pas partie en tant que tels de la PAC. Leurs filières sont historiquement apparues comme des résistances ou des constructions alternatives au productivisme et à la standardisation des modes de production et des produits alimentaires. Les dispositifs successifs de la PAC n'ont pas aidé spécifiquement leur développement. Le soutien des prix ne s'assortissait pas de dispositifs particuliers et les soutiens structurels (prime à l'herbe, prime à la vache allaitante, prime à la brebis) ne concernaient pas la qualité de ces productions ou ne la facilitaient pas. Parfois, au contraire, la PAC pouvait empêcher le développement des IG (les quotas laitiers peuvent brider le développement d'une AOC fromagère prospère). La PAC dite nouvelle (depuis 1992 et l'Agenda 2000) est certes progressivement fondée sur les paiements directs plus que sur le soutien des prix, mais les exploitants restent libres de pratiquer leurs productions et modes de production de manière indépendante. Ce n'est que récemment, dans l'accord de Luxembourg, que les *productions de qualité* sont citées comme un critère possible pour les aides. Au niveau international enfin, la légitimité des aides publiques se rapporte aujourd'hui à leur insertion dans la boîte verte, susceptible de prévenir la dégradation de l'environnement. Elles peuvent, selon l'UE, relever de la boîte bleue, qui encadre les aides directes liées aux conditions de production et au développement rural, ce qui est en cohérence avec l'accord de Luxembourg.

Cependant, le deuxième pilier de la PAC reste plafonné à environ 10 % du budget total de la PAC, ce qui ne va pas dans le sens d'une aide au développement des IG en tant qu'élément d'aménagement du territoire

(Sotte, 2005), alors même qu'au niveau mondial, le lien entre IG et développement rural apparaît comme de plus en plus fort et que de nombreux pays sont intéressés par le développement de législations de protection des IG (Brésil, Chine, Indes, Maroc, etc.), ce qui a abouti à la création du réseau *Origin*²⁹ en juin 2003 qui réunit des producteurs de plus de trente pays.

Lisibilité auprès des consommateurs

Globalement, selon le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC), en 2001, les consommateurs français ont une bonne perception des SIQO, qui apparaissent comme une garantie fiable à 70 %³⁰. En notoriété spontanée, le Label rouge est cité par 43 % des répondants, le logo AB par 18 % et l'AOC par 12 %, principalement dans les tranches d'âge 18-35 ans. La CCP et les IGP sont, elles, inconnues de la plupart des consommateurs, en France comme en Europe. En général, les consommateurs sont 58 % à trouver normal de payer plus cher pour un produit sous SIQO (en viandes, volailles, charcuteries et fromages). En volailles, on trouve des acheteurs de Label rouge dans toutes les strates de la population.

Néanmoins, il reste encore d'importantes marges de progrès à faire pour que ces signes atteignent une lisibilité satisfaisante, la perception du contenu des SIQO étant encore assez floue et le diagnostic mitigé selon les produits et les signes. Si le concept de « qualité supérieure » semble compris par les consommateurs de Label rouge, la perception du message est imprécise : 23 % assimilent le label au

29. *Organisation for an International Geographical Indications Network.*

30. L'essentiel des développements vient de l'enquête CREDOC faite à la demande de l'Institut national de la consommation (INC) en mars 2001. Questionnement quantitatif sur 803 individus représentatifs de la population française, quotas de sexe, de région, de taille d'agglomération et de Professions et catégories sociales (PCS) du chef de ménage. Terrain du 13 au 17 février 2001.

goût, mais 48 % l'assimilent à l'origine. Les AOC sont plus perçues comme une garantie d'origine que comme un signe de qualité (62 % des réponses), la différence de concept entre « origine » et « provenance » étant inconnue du consommateur moyen³¹. Pour les vins, ce sont plus les châteaux et les crus qui sont connus et appréciés que le sigle AOC en lui-même qui a été plus utilisé par l'INAO comme une protection de l'usage des noms que comme un signe. De même, pour les fromages, ce sont plus les noms de produits que le sigle AOC qui sont connus et appréciés des consommateurs.

Les associations de consommateurs demandent à ce que la « valeur ajoutée » offerte par les produits sous SIQO soit plus réelle et mieux communiquée. Elles préconisent que les cahiers des charges soient harmonisés (labels et bio) et qu'ils fassent l'objet d'une plus grande rigueur et homogénéité dans l'instruction des dossiers. La garantie de l'État doit à leurs yeux être fondée sur une rigueur et une transparence des contrôles de la part des divers organismes qui en sont responsables (notamment pour les AOC). Enfin, elles soulignent inlassablement la trop grande multiplicité des SIQO, qui engendre une confusion chez la plupart des consommateurs.

Au niveau européen, la principale critique de fond contre les IG concerne le contenu et la crédibilité de la promesse spécifique qu'ils font aux consommateurs et aux citoyens. Sur la qualité « substantielle », on note une très grande hétérogénéité des IG, selon leur nature, le degré de transformation, les régions, les pays d'origine, avec des avancées inégales en termes de recherche (Tregear et Giraud, 2007 ; Kuznesof *et al.*, 1997). Les études montrent que face à l'hétérogénéité des spécificités des produits (due aux procédures inégales suivant les SIQO et

les pays), les systèmes de certification est lui-même hétérogène et n'est pas fondé sur une accréditation européenne, ce qui ne va pas dans le sens de la crédibilité (Barjolle et Sylvander, 2002).

Efficacité et efficience des dispositifs

Nous avons vu à quel effort de cohérence est conviée l'Union européenne. Les pouvoirs publics français sont également aujourd'hui conscients de la nécessité d'assouplir et de simplifier le système administratif qui instruit les dossiers des SIQO. Cela est nécessaire pour crédibiliser le système vis-à-vis des critiques de bureaucratie – donc de manque d'efficience – qui lui sont adressées³².

Dans ce contexte, le rapport n° 45 du Conseil national de l'alimentation a proposé un nouveau mode de gouvernance des SIQO, qui ne peut plus se limiter au seul espace français. En effet, lorsque ces initiatives étaient le fait d'entreprises, de filières et de régions qui refusaient d'appliquer le modèle productiviste, la politique des SIQO français pouvait les encadrer en marge de la PAC. Maintenant que l'accord de Luxembourg le prévoit explicitement, le défi des États de l'UE va être d'organiser la coexistence d'une multiplicité de modèles, avec un maximum d'efficience.

C'est dans ce contexte que le rapport du CNA propose de réduire cette complexité, de renforcer les cohérences nationale et internationale, de modifier l'agencement des structures et des procédures d'instruction des dossiers et de renforcer la lisibilité pour le consommateur par la suppression de la certification de conformité comme signe de qualité³³, l'étiquetage, le couplage éventuel des signes, l'utilisation rationnelle de logos. La récente

31. Rappelons que la provenance se limite à signaler le lieu d'obtention du produit, alors que la notion d'origine assortit cette provenance de dispositions et de contrôles concernant les conditions de production.

32. Voir par exemple l'analyse des arguments « politiques » de M. Spencer, ambassadeur australien à l'OMC, dans Sylvander, 2004 et 2005.

33. Mais son maintien comme certification de produit comme outil de gestion inter-entreprise dans la filière.

loi d'orientation agricole³⁴ a suivi ces recommandations et créé un nouvel Institut national de l'origine et de la qualité, dédié à la conception et à la mise en œuvre de cette nouvelle politique et qui regroupe les diverses instances qui géraient un système devenu trop complexe.

Conclusion

L'importance et la progression des SIQO dans l'agroalimentaire de l'UE montre l'enjeu de leur reconnaissance en dehors de l'UE, d'où l'importance des négociations conduites au sein de l'OMC. En tant que marques collectives et biens publics, beaucoup d'observateurs considèrent qu'ils relèvent des accords sur les droits de propriété industrielle (ADPIC). Malgré les oppositions de pays tiers influents, le contexte mondial évolue, de nombreux pays en développement se sentent également concernés par la défense des produits

alimentaires liés à une identification géographique, ce qui devrait éviter à l'UE de se trouver seule sur ce sujet (Escudero, 2001³⁵ ; Rangnekar, 2003 ; Sautier *et al.*, 2007).

Mais pour défendre les SIQO, les pouvoirs publics européens et français sont amenés à sortir de leur isolement et à prendre en compte les exigences formulées au niveau international. Pour en asseoir la légitimité, ils seront amenés à montrer qu'ils contribuent au développement durable, qu'ils répondent aux attentes des consommateurs et des citoyens et qu'ils ne sont pas une entrave à la globalisation des marchés. Pour en améliorer la crédibilité, ils seront amenés à améliorer la cohérence, la lisibilité, l'efficacité et l'efficience de leurs dispositifs. Cette légitimité et cette crédibilité des signes de qualité, dont nous avons tenté de montrer le caractère inéluctable, nécessiteront évidemment une évolution de la gouvernance de ces signes au sein des politiques publiques de l'UE. ■

34. Loi du 5 janvier 2006 complétée par l'ordonnance 2006-1547 du 7 décembre 2006, le décret d'application de l'ordonnance n° 2007-30 de janvier 2007.

35. Escudero S. (2001). *International Protection of Geographical Indications and Developing Countries*. Trade related Agenda, Development and Equity. South Center, Working paper 10, July, 87 p.

Liste des sigles

AB : Agriculture biologique

AOC : Appellation d'origine contrôlée

ADPIC : Aspects des droits de propriété industrielle qui touchent au commerce

AOP : Appellation d'origine protégée

AS : Attestation de spécificité

STG : Spécialités traditionnelles garanties

CCP : Certification de conformité produit

CERQUA : Centre de développement des certifications des qualités agricoles et alimentaires

CEPRAL : Certification de conformité de produits agroalimentaires

CNA : Conseil national pour l'alimentation

CREDOC : Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

EFTA : European Free Trade Association

IGP : Indication géographique protégée

INAO : Institut national des appellations d'origine contrôlées

INC : Institut national de la consommation

LR : Label rouge

OMC : Organisation mondiale du commerce

OMPI : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

PCS : Professions et catégories sociales

SIQO : Signes d'identification de la qualité et de l'origine

SOEL : *Stifting Ökologische & Landbau*

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Addor F., Grazioli A. (2002). Geographical Indications beyond Wines and Spirits, A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPS Agreement. *The Journal of World Intellectual Property*, vol. 5, n° 6, p. 865-897.
- Allaire G., Boyer R. (Eds) (1995). *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes*. INRA/Economica, Collection Économie Agricole et Agroalimentaire, 444 p.
- Allaire G., Sylvander B. (1997). Qualité spécifique et innovation territoriale. *Cahiers d'Économie et Sociologie Rurales*, n° 44, p. 29-59.
- Bain J. (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge, Massachussets, Harvard University Press.
- Bain J. (1959). *Industrial Organisation*. New-York, John Wiley and sons.
- Barham E. (2003). Translating Terroir: the Global Challenge of French AOC Labelling. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 127-138.
- Barjolle D., Sylvander B. (2002). Some Factors of Success for "Origin Labelled Products" in Agro-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions. *Économie et Société*, n° 25, 9-10, p. 1441-1461.
- Belletti G., Marescotti A., Hauwy A., Paus M. (2005). Évaluation des effets locaux des AOP-IGP: développement rural, organisations sociales et vie des territoires. Communication au colloque international « Produits alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques », Paris, 17 et 18 novembre, 12 pages.
- Bovet Ch., Chappuis J.-M. (2001). Interprofessions et concurrence. *Économie et Sociologie rurales*, 2/01, p. 131-159.
- Bureau J.-C., Valceschini E. (2003). The European Food Labelling Policy: Successes and Limitations. *Journal of Food Distribution Research*, 34, 3, p. 69-76.
- Casabianca F. de, Sylvander B. et al. (2005). Terroir et Typicité : deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. Communication au Symposium National du Programme de Recherche *Pour et Sur le Développement Régional* (PSDR), Lyon, 9-11 mars, 15 pages.
- Chamberlin E.-H. (1933). *The Theory of Monopolistic competition*. Cambridge, Massachussets, Harvard University Press. Traduction française : *La théorie de la concurrence monopolistique*, Presses Universitaires de France, 1953.
- Chappuis J.-M. (2002). *Les accords interprofessionnels dans les filières d'Appellation d'Origine Contrôlées (AOC) et la politique de la concurrence*. Thèse de doctorat, École polytechnique fédérale de Zürich, ETHZ, 525 pages.
- Chen J. (1997). Le Statut légal des appellations d'origine contrôlée aux Etats-Unis d'Amérique. *Revue de Droit rural*, n° 249, p. 35.
- Godard O., Hubert B. (2002). *Le développement durable et la recherche scientifique à l'INRA*, rapport à Mme la Directrice de l'INRA. Paris, INRA.
- Hotelling (1929). Stability in Competition. *The Economic Journal*, march, p. 41-57.
- Hugon Ph. (2003). L'économie éthique publique, biens publics mondiaux et patrimoines communs. Paris, UNESCO.
- Jösling T. (2006). The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict. *Journal of Agricultural Economics*, vol. 57, n°3, p. 337-363.

- Jullien B., Smith A. (2004). Comment analyser les Indications Géographiques sans préjuger de leur singularité ? *Cahiers du GRES*, juin.
- Kaul I. (2001). Public Goods: Taking the Concept to the Twenty-First century. In Daniel Drache (Ed.), *The Market of the Public Domain*, London and New York, Routledge, p. 255-273.
- Kuznesof S., Tregear A., Moxey A. (1997). Regional Foods: a Consumer Perspective. *British Food Journal*, july, vol. 99/6, p. 199-206.
- Lagrange L., Monticelli C., Sylvander B. (2003). *Avis sur le développement des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires, nationaux et communautaires*. Rapport du groupe de travail du Conseil National de l'Alimentation, CNA, avis n° 45.
- Lorvellec L. (1997). Réponse à l'article du professeur Jim Chen. *Revue de Droit rural*, n° 249, p. 44.
- Marie-Vivien D., Thevenod-Mottet E. (2005). Quelle reconnaissance pour les Indications Géographiques des pays tiers en Europe ? Enjeux suite au rapport du groupe spécial de l'OMC. Communication au colloque SFER « Au nom de la qualité : Quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demandes(s) ? », Clermont-Ferrand 5 et 6 octobre, 13 p. Dans ce numéro, 58-69.
- Murdoch J. (2000). Networks: a New paradigm of Rural Development? *Journal of Rural Studies*, 16(2000), p. 407-419.
- Rangnekar D. (2003). Geographical Indications: A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits, lecture, 2003, Unctad-Ictsd, Geneva.
- Sautier D., Bienabe E., Cerdan C. (2007). Geographical Indications in Developing Countries. In Sylvander B., Barham E. (Eds), « *Geographical Indications for Food: Local Development and Global Recognition* », CABI, Publishers.
- Sotte F. (2005). European Rural Development Policy and Territorial Diversity in Europe. Symposium National du Programme de Recherche *Pour et Sur le Développement Régional* (PSDR), Lyon, 9-11 mars.
- Sraffa P. (1926). The Laws of Return Under Competitive Conditions. *The Economic Journal*, december, p. 535-550.
- Sylvander B. (2002). *Avis sur la notion de qualité*. Conseil national de l'Alimentation, avis n° 36.
- Sylvander B. (2004). *Final Report: Synthesis and Recommendations*, Dolphins WP7 report, projet FAIR V – Dolphins, 2004, Contract QLK5-2000-00593 (2001-2003).
- Sylvander B. (2005a). Les produits d'origine : enjeux du XXI^e siècle. In « *Le goût de l'origine* », Paris, Hachette/INAO.
- Sylvander B., Thevenod-Mottet E., Smith A., Jullien B. (2005b). Controverses et négociations en Europe et dans le monde. Communication au colloque international « *Produits alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques* », Paris, 17 et 18 novembre.
- Sylvander B., Allaire G., Belletti G., Maresscotti A., Thevenod-Mottet E., Barjolle D., Tregear A. (2006). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux. *Revue canadienne des sciences régionales*, vol. 29, n° 1.
- Sylvander B., Barham E. (2007). *Geographical Indications for Food: Local Development and Global Recognition*. CABI Publishers.
- Sylvander B., Allaire G., Barham E. (2007). Globalisation and Geographical Indications. In Sylvander B. et Barham E. (Eds), « *Geographical Indications for Food: Local Development and Global Recognition* », CABI Publishers.

- Sylvander B., Casabianca F., Roncin F. (2007). Produits alimentaires d'origine : enjeux et acquis scientifiques. Actes du colloque INRA-INAO, Paris, 17 et 18 novembre.
- Thompson P.-B. (2000). Grades and Standards in the Context of International Trade: Some Ethical Considerations. *Cahiers d'Économie et Sociologie Rurales*, n° 55-56.
- Tirole J. (1995). *Théorie de l'organisation industrielle*. Paris, Economica.
- Trégear A., Giraud G. (2007). Geographical Indications, Consumers and Citizens. In Sylvander et Barham, « *Geographical Indications for Food: Local Development and Global Recognition* », CABI Publishers.
- Valceschini E. (1995). Entreprises et pouvoirs publics face à la qualité. In Allaire G., Boyer R. (Eds), « *La grande transformation de l'agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes* ». INRA/Economica, Collection Économie Agricole et Agroalimentaire, 444 p.