

1ST INTERNATIONAL MEETING ON



Milk Vector of
development

cnaol
CONSEIL NATIONAL
DES APPELLATIONS
D'ORIGINE LAITIÈRES



Les Indications Géographiques comme outil de protection et de projection des filières

Laurent Forray (CNAOL)

- **Le concept d'Indication Géographique (IG)**
- **Leurs intérêts – Quels apports pour les opérateurs et pour les territoires ?**
- **Les enjeux de ces filières**
- **Comment sont-elles organisées ?**



- **Le concept d'Indication Géographique (IG)**
- Leurs intérêts – Quels apports pour les opérateurs et pour les territoires ?
- Les enjeux de ces filières
- Comment sont-elles organisées ?





Les Indications Géographiques ?



IG = AOP + IGP

AOP = garantit une typicité du produit liée à un **terroir spécifique**, = **l'origine**. Ses caractéristiques s'expriment grâce à des pratiques et des savoir-faire recensés dans les cahiers des charges. L'ensemble des étapes d'élaboration est réalisé dans la zone.



IGP = identifie les produits dont la notoriété est acquise grâce à des **savoir-faire spécifiques** à une région définie. Une étape au moins est réalisée dans la zone.



Le respect des exigences sont garantis par des **contrôles** réalisés par des organismes tiers.





Pour quoi ? Pour qui ?

IG = AOP + IGP

→ **Protection du nom dans l'UE et dans les pays qui les reconnaissent** (règlement 1151/2012)

Toutes les filières alimentaires européennes concernées :

Vins et spiritueux AOP/IGP

Viandes : Prosciutto di Parma AOP ; foie gras du Sud-Ouest IGP...

Fruits et légumes : chasselas de Moissac AOP ; oignon rosé de Roscoff AOP ; pruneau d'Agen IGP ...

Boissons : Bayerisches Bier IGP ; cidre du Pays d'Auge AOP...

Autres : miel de sapin des Vosges AOP

Et les produits laitiers !!



Les AOP laitières de France

Appellations d'Origine Protégées



www.fromages-aop.c

NORMANDIE

Beurre et Crème d'Isigny
Camembert de Normandie
Livarot
Neuchâtel
Pont-l'Évêque

THIÉRACHE/BRIE

Brie de Meaux
Brie de Melun
Maroilles

CENTRE/VAL-DE-LOIRE

Chavignol
Pouilly-Saint-Pierre
Sainte-Maure de Touraine
Selles-sur-Cher
Valençay

POITOU-CHARENTES

Beurre Charentes-Poitou
Chabichou du Poitou

AUVERGNE

Bleu d'Auvergne
Cantal
Fourme d'Ambert
Saint-Nectaire
Salers

AQUITAINE/MIDI-PYRÉNÉES

Bleu des Causses
Laguiole
Ossau-Iraty
Rocamadour
Roquefort

FRANCHE-COMTÉ/ALSACE-LO

Bleu de Gex Haut-Jura
Comté
Mont d'Or
Morbier
Munster

BOURGOGNE/CHAM

Chaource
Époisses
Langres
Mâconnais

SAVOIE

Abondance
Beaufort
Chevrotin
Reblochon
Tome des Bauges

RHÔNE-ALPES

Bleu du Vercors-Sassenage
Fourme de Montbrison
Picodon

44 fromages, 3 beurres et 2 crèmes AOP

- Le concept d'Indication Géographique (IG)
- **Leurs intérêts – Quels apports pour les opérateurs et pour les territoires ?**
- Les enjeux de ces filières
- Comment sont-elles organisées ?





Un outil de politique publique



Un objectif affiché dans le règlement « Qualité » - 1151-2012:

- Considérant 4 : les systèmes de qualité peuvent apporter une contribution et un complément à la politique de développement rural, ainsi qu'aux mesures de soutien du marché et aux politiques de soutien aux revenus de la politique agricole commune (PAC).
- Considérant 18 : les objectifs spécifiques des AOP et des IGP sont de garantir un revenu équitable pour les agriculteurs et les producteurs au vu des qualités et des caractéristiques du produit ou de son mode de production et de fournir des informations claires aux consommateurs sur ces produits,
- Considérant 19 : garantir le respect uniforme dans l'ensemble de l'Union des droits de propriété intellectuelle liés à des dénominations protégées dans l'Union.





Une valorisation importante pour la filière laitière française



Plus de **20 000 producteurs** de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP.

	Estimation du volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOC (millions de litres)	Part de la collecte française de lait
Lait de vache	2 312	9,8 %
Lait de chèvre	55	11,1 %
Lait de brebis	108	41,2 %

Chiffre d'affaires : ~ 1,7 milliard d'euros sortie fabrication – affinage, soit 11,5% du chiffre d'affaires PGC des entreprises laitières françaises





Un rôle socio-économique dans des zones difficiles



3 fois plus d'emplois dans les filières AOP

Pour les filières AOP « vache » :

2,8 emplois / 100 000 litres de lait traités

filière laitière française : 1,0 emploi / 100 000 l

Dans des régions souvent difficiles :

23 % de la SAU des zones AOP en zone de montagne,

4% en zone de piémont

27% en zone défavorisée simple.

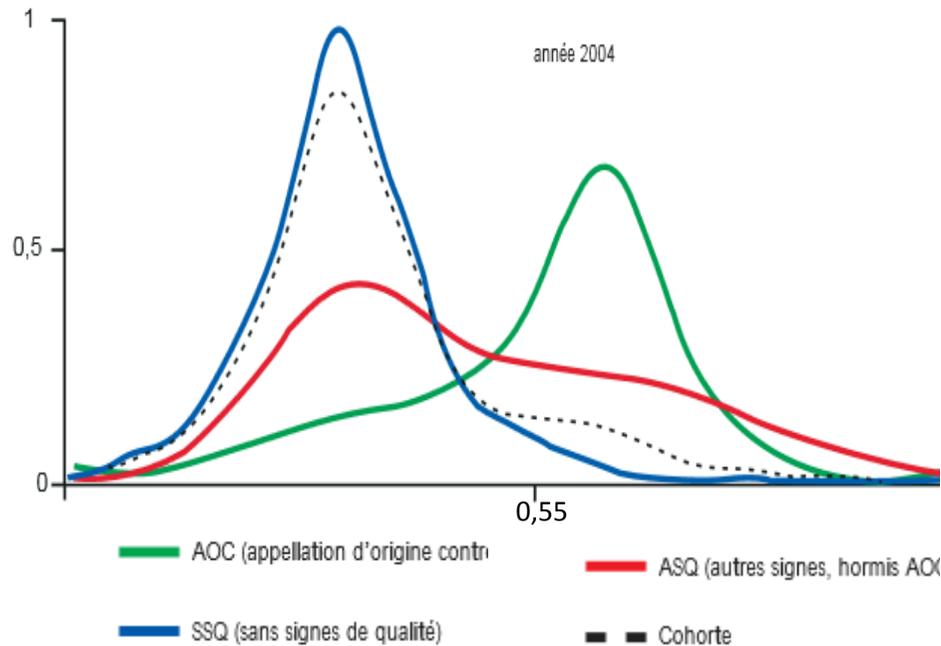
➔ **Maintien de l'emploi local**



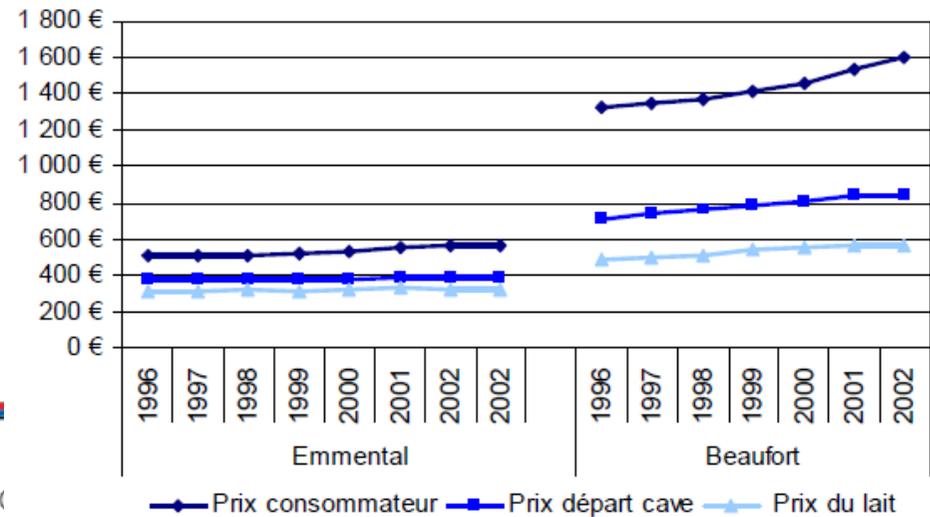
Source : ODG / CNIEL / INAO, traitement CNAOL ; données 2012



Création de valeur et répartition



Prix du lait payé aux producteurs selon le signe de qualité



Prix en équivalent lait (pour 1000 l) aux différents échelons de la filière





Une contribution importante à la biodiversité



Biodiversité floristique

Place importante du pâturage et des prairies

Biodiversité animale

33 AOP laitières ont un critère racial inscrit dans leur cahier des charges



Biodiversité microbienne

74,5% des AOP fromagères sont fabriquées à partir de lait cru

En lait cru, maintien des souches microbiologiques





Des dispositifs pour préserver la qualité et la diversité du produit



Pour créer et développer une dynamique autour d'une AOP :

→ éviter les crises

Chaque crise amène

- la fermeture de sites de fabrication : les plus petits et les plus typiques,
- Perte de savoir-faire,
- Une désertification des territoires les plus fragiles,
- Une dégradation de la qualité des produits.

Un système collectif de gestion des volumes d'une AOP:

- Une croissance régulière des ventes,
- Une sécurisation des investissements,
- Une installation des jeunes,
- Une meilleure répartition de la valeur ajoutée sans aucun impact sur le prix payé par le consommateur.

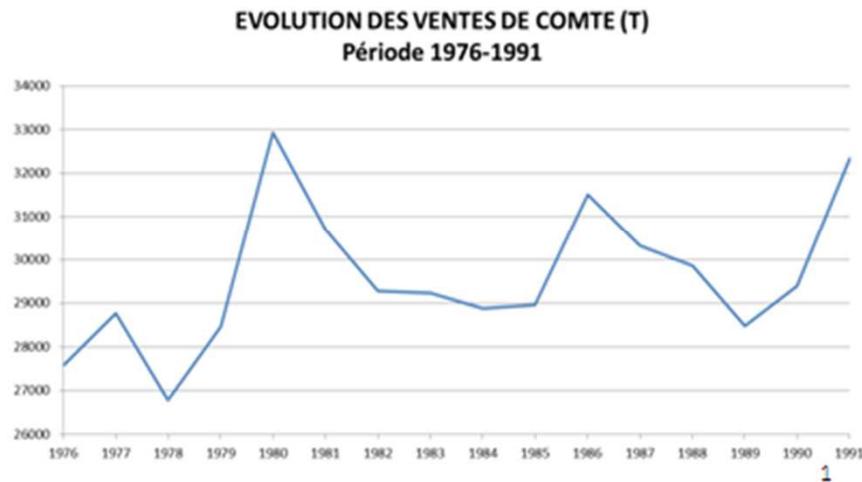




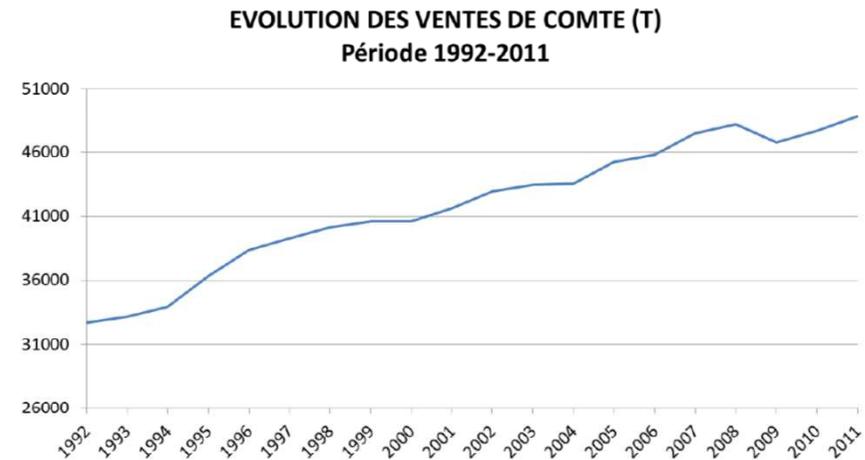
L'exemple du Comté : Une augmentation sans à-coup



Exemple du Comté: la non prévention des crises bloque le dynamisme commercial



Deuxième temps: La prévention des crises permet une progression régulière des ventes



10

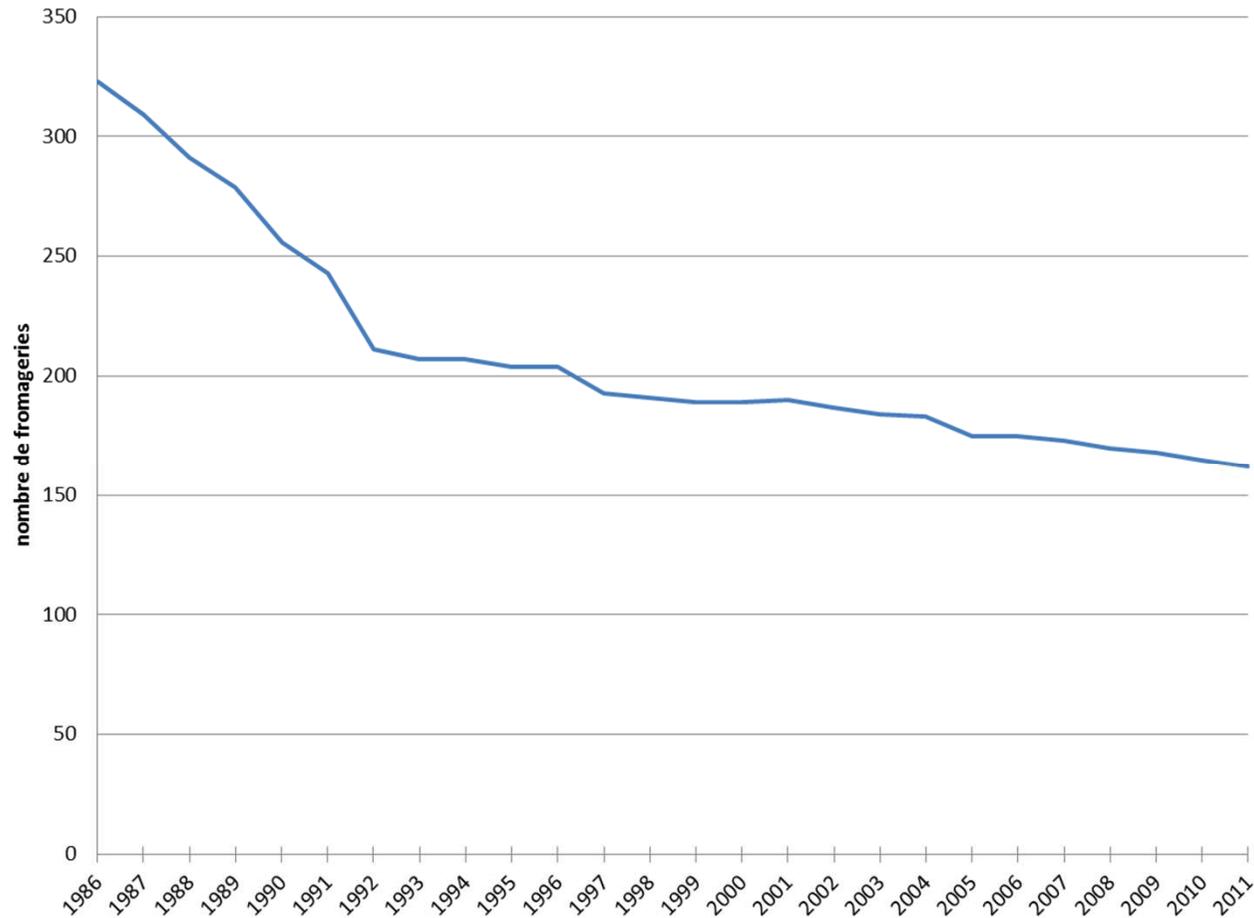
Source : CIGC



14



la fermeture de fromageries a été ralentie par la prévention des crises



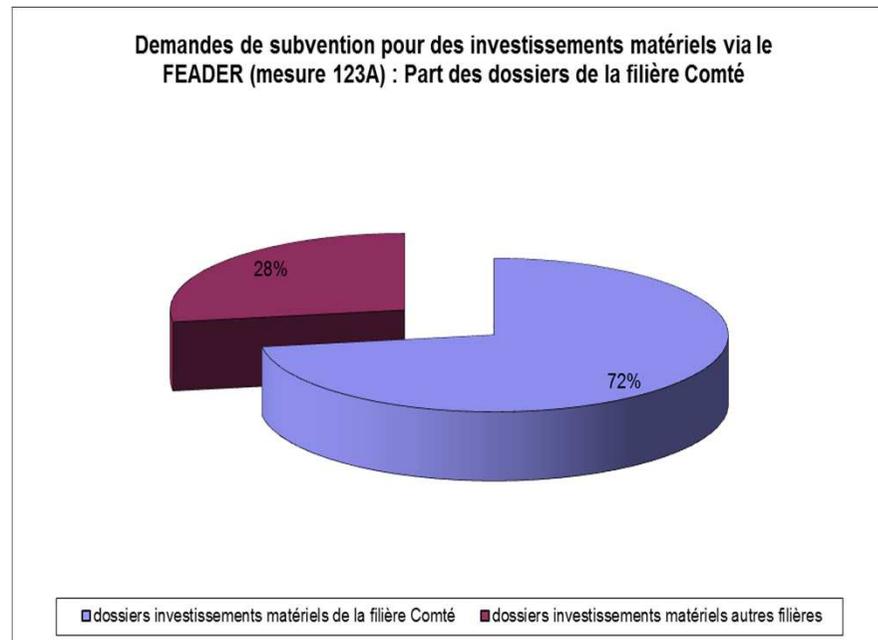
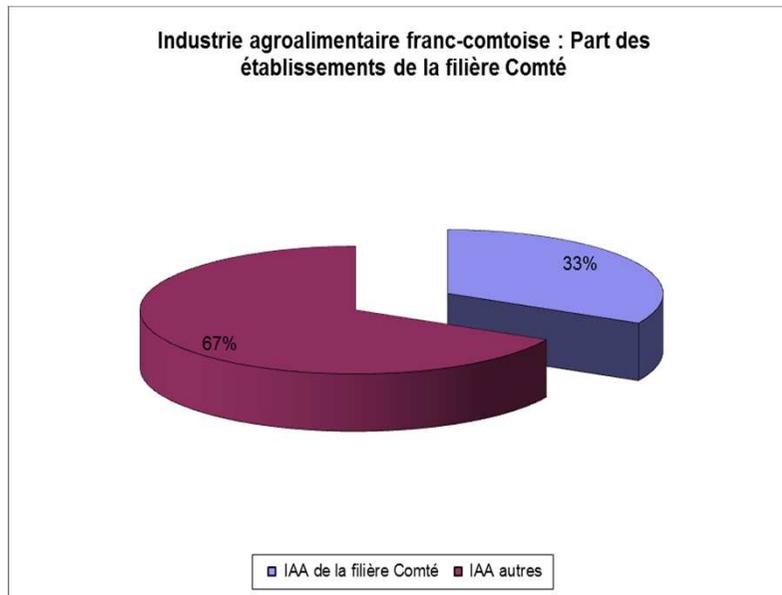
Source : CIGC





Des entreprises qui investissent

Un éloignement des crises sécurise les entreprises et dynamise les investissements

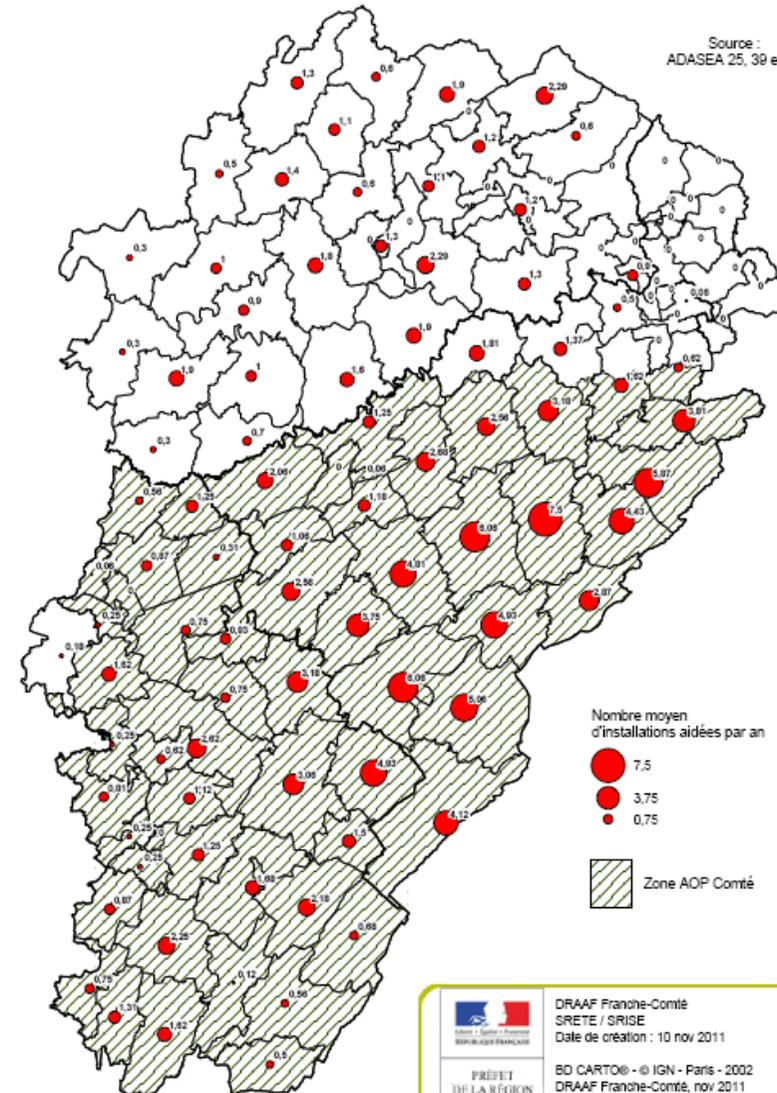




Une dynamique d'installation amplifiée

Grâce au Comté
l'installation des jeunes
agriculteurs est même plus
forte en zone d'altitude.
Chaque année, de
nouvelles habitations en
Comté.

Source :
ADASEA 25, 39 et 70



1st INTERNATIONAL MEETING ON

- Le concept d'Indication Géographique (IG)
- Leurs intérêts – Quels apports pour les opérateurs et pour les territoires ?
- **Les enjeux de ces filières**
- Comment sont-elles organisées ?





Les enjeux des filières AOP

- **Défendre les spécificités des filières AOP dans un contexte global** (réglementation, recherche...)
- **Pérennité des filières**
- **Promouvoir les produits et le concept d'AOP afin d'en favoriser la reconnaissance et un contenu au signe AOP**
- **Apporter des garanties aux consommateurs**
- **Défense du concept d'IG**
 - Accords de libre-échange
 - Défense de la propriété intellectuelle
 - Lutte contre les usurpations



- Le concept d'Indication Géographique (IG)
- Leurs intérêts – Quels apports pour les opérateurs et pour les territoires ?
- Les enjeux de ces filières
- **Comment sont-elles organisées ?**





L'importance de la structuration



Pour répondre aux différents enjeux des associations et des partenariats adaptés :





Conclusion



**Les IG : une démarche publique de certification de l'origine
Un outil de développement agricole et territorial**

Mais

**Il est nécessaire de se faire entendre pour défendre le concept et
le faire connaître aux consommateurs**

**C'est pourquoi il est important pour les producteurs d'IG de
s'organiser.**



1ST INTERNATIONAL MEETING ON



Milk Vector of
development

cnaol
CONSEIL NATIONAL
DES APPELLATIONS
D'ORIGINE LAITIÈRES



Merci
de votre attention !