APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE

SPÉCIALITÉ TRADITIONNELLE GARANTIE

appellation d'origine contrôlée
AOC
FRANCE

GARANTIE QUALITÉ SUPÉRIEURE
label Rouge

AB
AGRICULTURE
BIOLOGIQUE

LES SIGNES DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

- SOMMAIRE
- 1. **PRÉSENTATION DE L'INAO**
- 2. **PRÉSENTATION DES SIGNES DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (SQO)**
- 2.1 L'appellation d'origine
- 2.2 L'indication géographique protégée
- 2.3 La spécialité traditionnelle protégée
- 2.4 Le label rouge
- 3. **LES AUTRES MENTIONS (non officielles)**

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

1- Présentation de l'INAO

Quelques dates

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE

1905 — Loi du 1er août de répression des fraudes

30 juil. 1935 — Décret-Loi instaurant le Comité National des vins et eaux-de-vie («précurseur» de l'INAO)

6 juil. 1947 — Mise en place de l'INAO (Vins et Eaux de Vie)

2 juil. 1990 — Extension des compétences de l'INAO aux produits laitiers et agroalimentaires

1992 — Mise en place règlementation européenne AOP-IGP-STG

9 juil. 1999 — Extension des compétences de l'INAO aux IGP

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Quelques dates SUITE ...

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE

2007

1 janv.

- L'INAO devient l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INOQ°, chargé de l'ensemble des signes d'identification AOC/AOP, IGP, Label Rouge, STG et Agriculture Biologique

1 août 2009

Extension des compétences de l'INAO aux IGP vins

2008

Nouvelle segmentation viticole AOP-IGP-Vins sans IG

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2- Présentation des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)

2.1 L'appellation d'origine

2.2 L'indication géographique protégée

2.3 La spécialité traditionnelle protégée

2.4 Le label rouge

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Les signes de qualité et d'origine sont :

- sont issus d'une démarche collective,
- respectent un cahier des charges validé par les pouvoirs publics
- présentent des caractéristiques spécifiques liées à un terroirou une aire délimité
- sont contrôlés, sous l'autorité de l'INAO, par un organisme tiers, compétent, impartial et indépendant
- sont identifiables par logo (AOP / AOC)

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2.1 L'APPELLATION D'ORIGINE

Date de naissance :

AOC : 1935 - AOP : 1992

L'AO identifie un produit agricole, brut ou transformé qui :

- ✓ tire son authenticité et sa typicité de son **origine géographique délimitée,**
- ✓ possède une **notoriété dûment établie,**
- ✓ bénéficie de **caractéristiques et d'un savoir-faire spécifiques,**

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Exemples de produits AOC-AOP

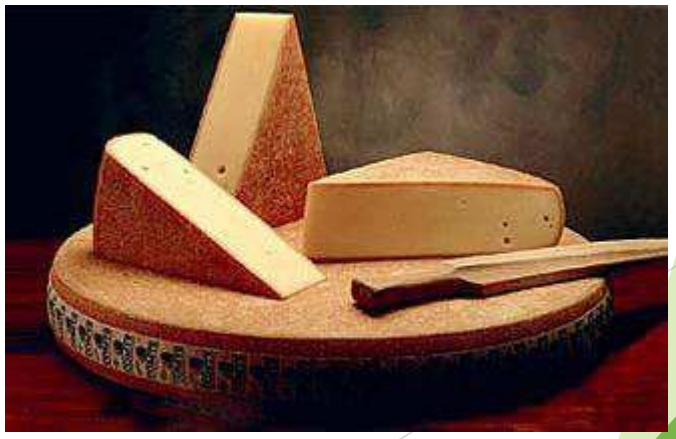
AOC Bourgogne

AOP Piment d'Espelette

AOP Noix de G

AOP Parmesan Reggiano

AOP Taureau de Camargue



AOP Comté

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

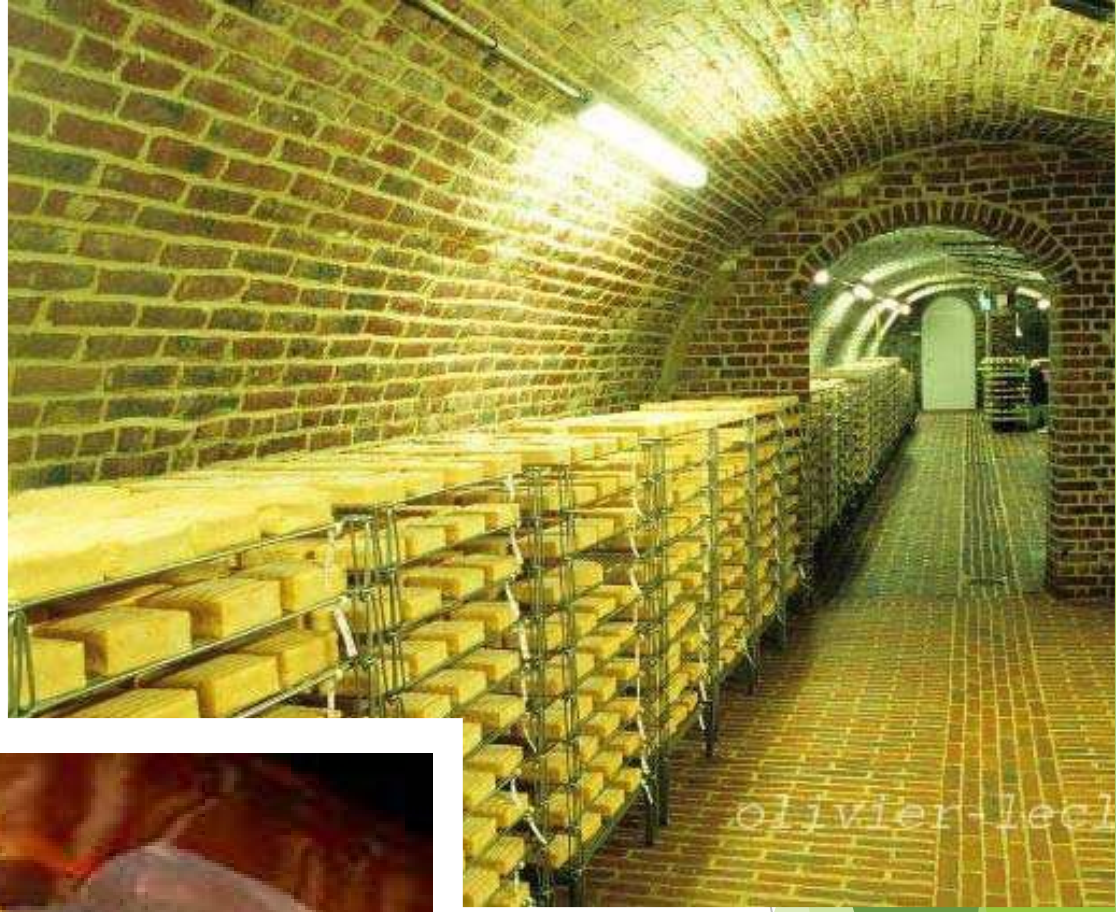
LE TERROIR….

Exemple de l' Appellation d'Origine Protégée

MAROILLES ou MAROLLES

La THIÉRACHE…..

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés



Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO -
Tous droits réservés

POURQUOI L'A.O.P ?

FACTEURS NATURELS

- **Climat** frais et humide
- **Sols** imperméables
- **Terres** peu rentables en cultures
- **Bocage** herbager
- **Ferments** naturels

FACTEURS HUMAINS

- **Développement** des prairies
- **Usage** d'enclore les prairies
- **Caves** d'affinage
- **Techniques** de fabrication
- Transmission entre générations
- **Dynamique collective**
- **Protection du nom**

LE PRODUIT

- Fromage **carré**
- Couleur **rouge-ocre**
- **Croute lavée**
- **Pâte grasse**
- **Réputation**

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO

2.2 L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE

Date de naissance : 1992

L'IGP identifie un produit agricole, brut ou transformé :

- dont la qualité, la réputation **ou** une autre caractéristique est issue de son origine géographique délimitée,
- dont la production **et/ou** la transformation **et/ou** l'élaboration ont lieu dans cette aire géographique délimitée,

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2.2 L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE

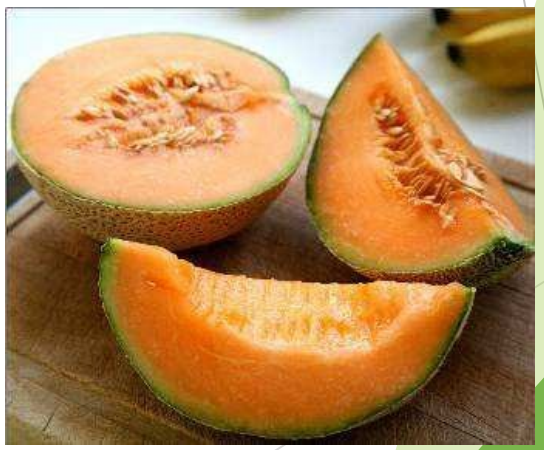
Exemples de produits IGP

IGP Jambon de Bayonne

IGP Brioche vendéenne

IGP Tomme de Savoie

IGP Mirabelle de Lorraine



IGP Melon de Guadeloupe

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2.3 LA SPÉCIALITÉ TRADITIONNELLE GARANTIE

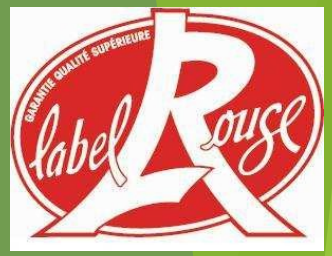
Date de naissance : 1992

La **STG** identifie :

- une matière première,
- une composition,
- un mode de production et/ou de transformation destiné à l'alimentation humaine :
- dont le nom est **traditionnel** *(utilisé depuis au moins une génération),*
- présentant des **caractéristiques spécifiques** reconnues.

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2.4 LE LABEL ROUGE



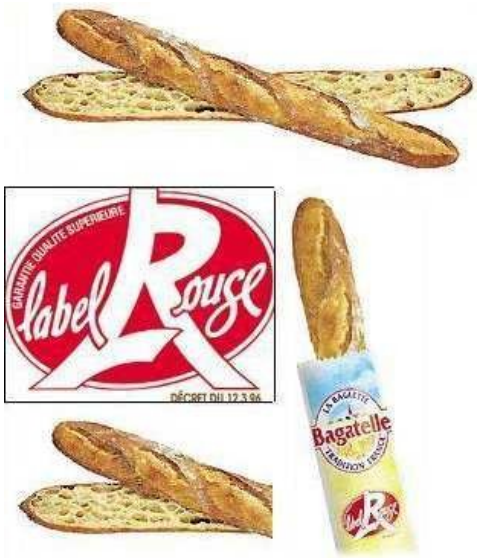
Date de naissance : 1960 (1er label en 1965)

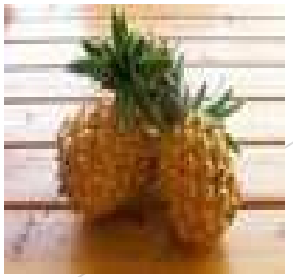
Le Label Rouge identifie un produit agricole, brut ou transformé :

- dont les caractéristiques déterminent un **niveau de « qualité supérieure** » *(comparé aux produits «courants»),*
- qui garantit **des caractéristiques spécifiques**.

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Exemples de produits LR





Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

2020 État des lieux des signes d'origine…

AOP Vins
Eaux de vie
Cidres

363 Appellations
17 boissons spiritueuses
5 cidres et poiré
74,6 % des volumes commercialisés

AOP/AOC laitières

51 Appellations
14,4 de la production commercialisée en fromages en France

AOP/AOC agroalim.

50 Appellations
11 000 producteurs
160 millions d'€ HT de CA

IGP

74 IGP viticoles
29% de la récolte française de vins
2 cidres

146 IGP agroalim.
25 000 producteurs
1 Md € HT de CA

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Repères chiffrés (suite)

Label Rouge

50000 producteurs
1 Md € HT de CA
400 Cahiers de charges dont près de la moitié
Concerne la filière avicole
12000 producteurs
(hors volailles et palmipèdes gras

STG

2 STG reconnue en France
Moules de Bouchot
Berthoud (recette historique Savoyarde

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Date de naissance : 1980 (*au niveau national)* 1991 *(au plan européen)*

- *L'**AB** est un **mode de production** qui identifie un produit agricole, brut ou transformé qui :*
- respecte les équilibres naturels,
- n'utilise pas les produits chimiques de synthèse,
- fait l'objet d'une démarche individuelle soumise à déclaration,
- est soumis à une procédure de contrôles,
- compatible avec certains autres signes officiels.

L'agriculture biologique garantit que le **mode de production** est **respectueux de l'environnement et du bien-être animal**.

Les règles sont les mêmes dans toute l'Europe, et les produits importés sont soumis aux mêmes exigences.

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

ÉTAT DES LIEUX DU « BIO » EN FRANCE - 2021

87600 entreprises engagées dans la démarche (*préparateurs, distributeurs, restaurateurs, importateurs*)

- dont 58413 fermes **« Bio »** en France, soit 13,4% des exploitations françaises

2 7800 000 ha en « Bio », soit 10,3% de la Surface Agricole nationale (+6% en 10 ans)

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Marché de l'alimentation bio en France (2021)

- 13 milliards d'euros (- 1,3 % par rapport à 2020)
- 12,659 milliards d'euros de consommation tous circuits confondus, hors restauration (-1,3% par rapport à 2020)
- 377 millions d'euros d'achats pour la restauration collective (+30% par rapport à 2020)
- 232 millions d'euros d'achats par la restauration commerciale (+7,9% par rapport à 2020)
- 6,6% : part du bio dans la consommation alimentaire des ménages
- 31,9% : taux d'import des produits bio
- 200 400 emplois directs créés par la production biologique

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

En résumé…

Productions localisées :

- **AOC/AOP : toutes les étapes dans l'aire géographique**
- **IGP : une partie des étapes dans l'aire géographique**

Productions non localisées :

- **STG : recette traditionnelle**
- **Label rouge : qualité supérieure**
- **AB : qualité environnementale**

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Les motivations du producteur

- **Identifier et mieux promouvoir** la qualité et l'origine des produits
- **Développer la segmentation** du marché dans la filière considérée
- **Maintenir une agriculture durable** notamment dans les zones défavorisées
- **Améliorer les revenus** par une plus-value sur le produit
- **Disposer** de produits de qualité et/ou d'origine contrôlées
- Disposer d'une **meilleure information** produit
- Avoir **une plus grande offre** de produits de qualité
- Bénéficier de **garanties officielles** sur le mode de fabrication et/ ou l'origine du produit

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3. LES AUTRES MENTIONS (non officielles)

3.1 Les mentions valorisantes

3.2 La certification de conformité produit

3.3 L'indication de provenance

3.4 La marque commerciale

3.5 La marque collective

3.6 Les démarches marketing

3.7 Les certifications de management et/ou de production

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.1 Les mentions valorisantes

- **3 mentions** liées à un **qualificatif spécifique** :
  - « **Montagne** »,
  - « **Produits pays** »,
  - « **Fermier** » ou « **Produits de la ferme** » ou « **Produits à la ferme** »

- Gestion par le ministère chargé de l'agriculture
- Techniques et produits spécifiques locaux
- Exigences définies dans décret, sans obligation de contrôle par un organisme tiers indépendant (autre que la DGCCRF).

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.1 La mention valorisante « Montagne »

- toutes les étapes d'élaboration du produit, de la production jusqu'au conditionnement, situées **en zone de montagne**

- pas de logo officiel « Montagne » mais des identifiants privés (toujours complétés de la mention « Montagne)

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.2 La mention valorisante « Produits pays »

- toutes les étapes d'élaboration du produit, de la production jusqu'au conditionnement, réalisées **dans un département d'outre-mer ;**

- la mention « Produits pays » peut être complétée des transcriptions créoles
« produits pei, peyi, péi ou péyi »;

- des logos réalisés par les départements d'outre-mer (ex : la Réunion).

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.1 La mention valorisante « Fermier »

- pas de définition générale de la mention valorisante **« Fermier »** ou
  « Produits de la ferme » ou
  « Produits à la ferme » ;

- définie par catégorie de produits concernés (volailles, fromages, œufs);

- pas de logo officiel « Fermier ».

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.2 La certification de conformité produit

- Atteste que le produit est conforme à des exigences et recommandations minimales validées par les pouvoirs publics.
- Logo « Critères Qualités Certifiés ».
- Démarche qui peut être individuelle.
- Critères garantissant une qualité régulière et distincte du produit par rapport à un produit standard.
- Différenciation à établir par au moins 2 caractéristiques spécifiques définies dans le cahier des charges de chaque produit.
- Contrôles réalisés par des organismes indépendants.

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.3 L'indication de provenance

- une étape de production **et/ou** d'élaboration réalisée dans la zone indiquée.

- pas de cahier des charges officiellement validé ou reconnu par les pouvoirs publics.

- aucune obligation de contrôles par des organismes de contrôles tiers et indépendants.

- contrôles effectués par la Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF).

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.4 La marque commerciale

- signe privé qui permet à une entreprise de distinguer les produits ou services qu'elle commercialise par rapport aux produits ou services similaires de ses concurrents.

- Sa propriété et son usage **relève du droit privé**.

- marque individuelle ou collective.

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.4 La marque commerciale

- Peut mettre en place **un cahier des charges non soumis à la validation** et à la reconnaissance des pouvoirs publics.
- Pas de garantie officielle,
- Concerne tous les types de produits

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.5 La marque collective

Les marques collectives sont généralement définies comme des signes qui caractérisent :

- l'origine géographique,
- le matériau utilisé, le mode de fabrication,
- la qualité ou d'autres caractéristiques communes aux produits ou services de toutes les entreprises utilisant la même marque collective. *(Source Organisation mondiale de la propriété intellectuelle)*

PLUSIEURS TYPES DE MARQUES COLLECTIVES, NOTAMMENT :

- *3.5.1 Les marques collectives sectorielles*
- *3.5. 2 les marques ombrelles collectives,*
- *3.5.3 Les marques collectives de conformité à des règles religieuses.*

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.5.1 Les marques collectives sectorielles

- Souvent en référence à la traçabilité et la sécurité des produits.
- Ne sont pas toutes encadrées par des cahiers des charges.

QUELQUES EXEMPLES :

- **Viande bovine française (VBF),**
- **Agneau de nos terroirs,**
- **Race à viande.**

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.5. 2 Les marques ombrelles collectives

- Mise en avant de l'image et de la notoriété d'une région.

- Généralement encadrées par des cahiers des charges.

QUELQUES EXEMPLES :

Produits des parcs naturels régionaux, marques régionales :
« Bravo l'Auvergne »,
« Saveurs en Or » pour le Nord-Pas-de-Calais…

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.5.3 Les marques collectives de conformité à des règles religieuses.

- Conditions de production et / ou d'abattage spécifiques, encadrées par un cahier des charges,

- Etiquetage spécifique,

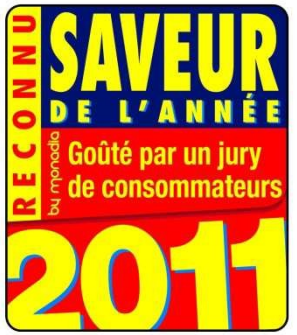
QUELQUES EXEMPLES :

- « Certifié halal»,
- « Kasher label ».

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

3.6 Les démarches marketing

- Démarches privées
- Logos spécifiques
- Distinctions parfois limitées dans le temps.
- Concerne tous les types de produits :
  - distinction « Elu produit de l'année ».



Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

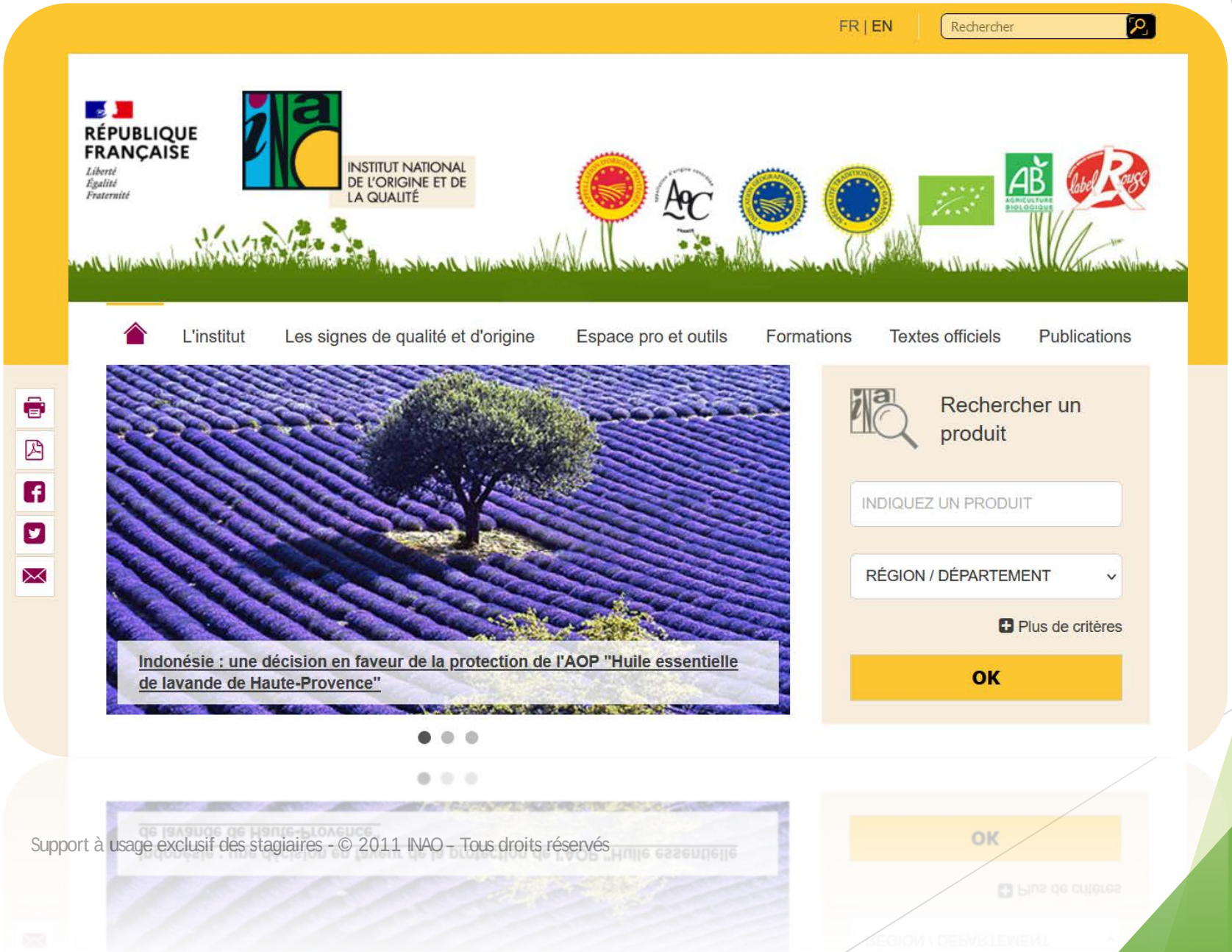
3.7 les certifications de management et/ou de production

- **des certifications de qualité en système de management :**
  - les normes ISO 9001-2000, ISO 140001, ISO 22000…
- **des certifications de qualité en système de production :**
  - Agri-Confiance, Agriculture Raisonnée…

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

Pour aller plus loin…

www.inao.gouv.fr



Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés

LES SIGNES DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

Support à usage exclusif des stagiaires - © 2011 INAO – Tous droits réservés