



la lettre

n° 18

Juillet 2014

Edito



Les Assemblées générales du CNAOL et de ses fédérations ANAOF et FNAOP sont toujours un temps fort pour nos filières d'Appellations d'Origine. Temps fort de partages et d'échanges sur nos dynamiques, nos travaux, mais avant tout et surtout sur nos valeurs et sur les constituants de notre identité.

Nos AG seront accueillies cette année les 18 et 19 septembre à Bagnoles de l'Orne par les AOP bas-normandes Camembert de Normandie, Pont-l'Évêque et Livarot.



Elles auront elles-aussi pour objectif d'enrichir notre culture AOP. En choisissant pour thème de colloque «*exigences, performances et lien au terroir : une promesse d'avenir pour nos filières AOP*», le conseil d'administration a confirmé sa volonté d'affirmer les valeurs portées par les AOP et de les confronter à la vision de différentes personnalités à travers une table ronde. Un temps d'échanges et de remise en question nécessaires pour continuer toujours à progresser. Car il en va de la pérennité de nos filières de continuer à concilier un haut niveau de qualité, une performance économique, tout en préservant et en renforçant leur lien au terroir. D'un point de vue plus pratique, le jeudi 18 septembre sera consacré aux AG des fédérations, à un débat interne aux filières AOP et à des visites chez des opérateurs engagés dans une démarche AOP.

Nous aurons ensuite la joie d'accueillir en AG ouverte le 19 septembre, l'ensemble de nos partenaires pour une présentation du rapport d'activité du CNAOL avant de réfléchir ensemble au thème développé plus haut. Nous espérons vous voir nombreux à cette rencontre !

Patrice CHASSARD

Sommaire

Défense des Indications Géographiques :

Mission d'information sur les signes d'identification de l'origine et de la qualité	page 1
Marques qualité et origine Carrefour : un accord confirmé	Page 2
Rencontres du CNAOL avec E. Giry (DGPAAT) et M. Erhart (DG agriculture)	page 2
Accord de partenariat et d'échange Transatlantique	page 2

La vie des filières :

Création d'une association régionale pour les IG de Bourgogne/Champagne	page 3
La famille des AOP s'agrandit	page 3

Règlementation :

Règlement qualité 1151/2012	page 3
Un nouvel étiquetage de la mention fermier en vigueur	page 4
Règlement promotion des produits agricoles	page 4

Les AOP sous les feux de la rampe :

Communication 2014-2016 : les derniers Préparatifs	page 5
Fête du pain—17 mai 2014 à Bruxelles	page 5

Défense des Indications Géographiques

Mission d'information sur les signes d'identification de l'origine et de la qualité

La Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale a mis en place une mission d'information sur les signes d'identification de l'origine et de la qualité.

Confiée à Mme Marie-Lou Marcel (SRC, Aveyron) et M. Dino Cinieri (UMP, Loire), cette mission s'interroge sur la cohérence entre les signes officiels de qualité (modèle INAO), les bannières régionales, les marques commerciales et les mentions d'origine. Dans le cadre de cette mission, le CNAOL et le CNIEL ont été sollicités ;

Le CNIEL a été auditionné à l'Assemblée Nationale le 19/06/2014, le CNAOL a confirmé son rendez-vous pour la rentrée.

Marque qualité et origine Carrefour : un accord confirmé

Après plusieurs semaines de rebondissements autour des termes « Origine et Qualité » dont Carrefour souhaitait faire sa nouvelle marque de distributeur, des discussions avaient été entreprises par l'INAO en vue d'aboutir à un compromis. Aucune solution ne satisfaisant les parties, le groupe Carrefour a dans un premier temps fait le choix de rompre les discussions et de poursuivre l'utilisation de la marque.

A la demande des filières des échanges nourris ont

repris avec Carrefour et l'INAO a assigné le groupe de distribution devant le tribunal de Grande Instance de Paris. La position ferme de l'INAO a finalement porté ses fruits puisque le groupe a décidé de retirer sa marque « Origine et Qualité Carrefour » au profit de sa marque historique « Filière Qualité Carrefour ».

Le CNAOL salue cette action de l'institut et rappelle la nécessité de rester vigilant vis-à-vis de toute initiative susceptible de prêter à confusion, seule manière de garantir la confiance des consommateurs pour les signes officiels de qualité.

Rencontres du CNAOL avec E. Giry (DGPAAT) et M. Erhart (DG agriculture)

Dominique Chambon, Claude Vermot-Desroches et Sébastien Breton ont rencontré Michael Erhart (*DG agriculture à la Commission européenne*) le 10 juin 2014. Ce dernier a souligné des difficultés particulières sur les dossiers français, notamment liés à des problèmes de suivi et d'instruction avec les autorités françaises.

La rencontre a permis des échanges constructifs sur la vision des AOP du point de vue de la Commission. La question de marque de certification UE sur l'origine a été soulevée, de même que les marques régionales.

À propos du traité d'échange transatlantique (TTIP), M. Erhart a indiqué que la Commission est intéressée par des données sur les bénéfices économiques des IG, notamment sur l'export.

Patrice Chassard, Dominique Chambon et Sébastien Breton ont rencontré Eric Giry (*DGPAAT, commissaire du gouvernement à l'INAO*) le 10 juin dernier. Cette rencontre a permis d'aborder les droits INAO et de faire part de la position du CNAOL sur ce sujet.

La délégation CNAOL a également fait part des échanges réalisés avec M. Erhart et a notamment relayé la proposition d'interventions communes INAO/ministère/ODG auprès de la Commission sur le suivi des dossiers de reconnaissance AOP/IGP.

L'échange a aussi permis d'aborder les problématiques d'usurpation, les problèmes d'interprétation du décret fromage ainsi que le règlement sur les marques européennes.

Accord de partenariat et d'échange transatlantique

Depuis la fin de l'année 2013, les négociateurs européens et américains se sont rencontrés à cinq reprises. Les derniers échanges se sont tenus fin mai à Washington, une sixième session d'échange est prévue mi-juillet. Ces négociations bilatérales ont pour objectif de faire évoluer le cadre des relations commerciales entre les deux marchés que représentent l'Union européenne et les États-Unis. L'accord qui pourrait en découler ne sera pas spécifiquement agricole et englobe des sujets transversaux tels que la reconnaissance réciproque des droits de propriété intellectuelle, les brevets...

Cet accord est l'occasion pour faire reconnaître le système européen d'Indications Géographiques, ce qui offrirait une meilleure protection à nos appellations à moindre coût. À ce jour, la protection n'est possible que grâce à des marques de certification collectives enregistrées auprès de l'office des marques américain, charge restant au déposant de mener les actions juridiques nécessaires pour lutter contre les usurpations.

La Commission européenne a placé la reconnaissance des IG comme une de ses priorités. Cependant, le collectif américain Common Food Name, emmené par les transformateurs laitiers, mène une campagne très agressive auprès des instances américaines pour que les IG soient exclues du champ de l'accord. Ils ont obtenu de la majorité des sénateurs, la signature d'une lettre en ce sens à l'attention du négociateur américain.

Le CNAOL et l'AicIG (Association des IG italiennes) se sont mobilisés auprès des instances européennes pour relayer leur attachement à la défense du concept d'IG. Les deux associations s'activent également au travers d'oriGIN, l'association internationale des producteurs de produits sous IG. Son délégué général, Massimo Vittori a organisé une rencontre avec les élus et la presse américaine le 21 mai dernier afin de contrer les messages négatifs portés sur les IG outre Atlantique.

Ainsi, les producteurs de produits IG américains, accompagnés de producteurs français et italiens, ont fait passer des messages quant à l'impact des IG en termes de développement économique, territorial et de durabilité. Une nouvelle rencontre se prépare le 16 juillet à Bruxelles afin de communiquer les préoccupations des IG aux négociateurs de l'Accord et à la presse internationale.

La vie des Filières

Création d'une association régionale pour les IG de Bourgogne/Champagne

Le 16 avril dernier, les AOP Chaource, Epoisses, Mâconnais, Beurre de Bresse, Crème de Bresse, Langres, l'AOC Charolais et les IGP en cours de reconnaissance Brillat-Savarin et Soumaintrain ont signé la création de l'Association IGBC (Association des fromages, crème et beurre, sous Indications Géographiques, de Bourgogne et de Champagne).



Cette structure aura pour mission d'accompagner une démarche collective et concertée entre ces IG, de mutualiser les compétences, de mener des actions communes en vue de renforcer la notoriété des IG et d'assurer une représentation officielle auprès des collectivités territoriales.

Animée par les forces vives des syndicats adhérents, les Président, Vice-Président, et Secrétaire-Trésorier de l'association sont respectivement : Jean-Louis Lachot, Didier Lincet, Thierry Chevenet.

La famille des AOP s'agrandit

Depuis le début de l'année, trois nouvelles AOP ont été officiellement enregistrées par la Commission européenne, à savoir « Crème de Bresse », « Beurre de Bresse » et « Charolais ».



Confirmé par règlement d'exécution paru au journal officiel le 15/04/2014, l'enregistrement du beurre et de la crème de Bresse est effectif depuis le 05 mai 2014. Pour plus d'information sur ces deux produits, n'hésitez pas à consulter le site internet du syndicat : www.aoc-creme-beurre-bresse.fr.

Quant au Charolais, il est enregistré depuis le 12 juin 2014 après 5 ans d'échanges entre la France et la Commission.



Découvrez ce fromage de chèvre sur le site internet de l'ODG : <http://www.aoc-charolais.com/>.

Toutes les AOC laitières sont désormais enregistrées en tant qu'AOP par la Commission européenne. La France compte désormais 50 AOP laitières : 45 fromages, 3 beurres et 2 crèmes.

Règlementation

Règlement qualité 1151/2012

Le Paquet qualité prévoyait des actes délégués et d'exécution afin de préciser les procédures et les règles d'utilisation des logos communautaires.

Depuis le 19 juin 2014, c'est chose faite avec la parution de trois textes :

- règlement délégué 665/2014 complétant le règlement 1151/2012 en ce qui concerne les conditions d'utilisation de la mention de qualité facultative «produit de montagne» ;
- règlement délégué 664/2014 complétant le règlement 1151/2012 en ce qui concerne l'établissement des symboles de l'Union pour les AOP, les IGP et les STG et en ce qui concerne certaines règles relatives à la provenance, certaines règles procédurales et certaines règles transitoires supplémentaires ;

- règlement d'exécution 668/2014 portant modalités d'application du règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires.

Sont à noter des évolutions en ce qui concerne :

- l'utilisation de la mention montagne, du fait du premier texte ;
- Les procédures d'enregistrement des dénominations, de modification des cahiers des charges,
- L'expression du lien au terroir par l'alimentation des animaux qui doit provenir au moins pour moitié de la zone d'appellation,
- Les règles d'utilisation des logos.

Des notes sont en cours de finalisation pour expliciter au mieux ces textes.

Un nouvel étiquetage de la mention fermier en vigueur

Depuis le 1^{er} janvier 2014, une nouvelle version du décret fromage est en vigueur. Ce texte, validé le 12 novembre 2013, définit la mention fermière et en précise les règles d'utilisation. Le décret n° 2007-628 est ainsi amendé :

Art. 9.1. –

La dénomination "fromage fermier" ou tout autre qualificatif laissant entendre une origine fermière est réservée à un fromage fabriqué selon les techniques traditionnelles par un producteur agricole ne traitant que les laits de sa propre exploitation sur le lieu même de celle-ci. Lorsque l'affinage a lieu en dehors de l'exploitation, l'étiquetage comporte les mentions prévues au 5 du A de l'article 12.

Sans préjudice de la réglementation applicable aux fromages bénéficiant d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine au sens de l'article L. 640-2 du code rural et de la pêche maritime, le terme "fromage" peut être remplacé, dans la dénomination "fromage fermier", par le nom d'un fromage défini au présent décret, d'une appellation d'origine, d'une indication géographique protégée ou par un nom de fantaisie, sous réserve, dans ce dernier cas, que la dénomination "fromage" figure sur l'étiquetage.

Art. 12.A-5

La mention "fabriqué à la ferme puis affiné par l'établissement" suivie du nom de l'affineur, dans le cas des fromages fermiers tels que définis à l'article 9-1 mais dont la phase d'affinage a été réalisée en dehors de l'exploitation agricole. Cette mention suit immédiatement la dénomination "fromage fermier". La taille des caractères de ces mentions est identique.

Ces nouvelles règles d'étiquetage interrogent le CNAOL quant à la faisabilité de leur mise en œuvre par les affineurs proposant des fromages fermiers. Ce souci a été relayé dans le groupe ATLA sur le guide d'interprétation du décret fromage. **Les différentes propositions d'aménagements du texte formulées par le CNAOL ont été reprises par le groupe mais n'ont pas été jugées recevables par la DGCCRF.** Un retour plus précis sur chacune des propositions est attendu.

À noter que dès la parution du texte, un recours a été porté en Conseil d'État remettant en cause la possibilité d'affinage des fromages fermiers en dehors de l'exploitation. Dans ce contexte, la DGCCRF estime **l'application rigoureuse du texte indispensable**. Toute application permissive renforcerait le recours et les arguments pour l'annulation du décret. Le jugement en Conseil d'État n'est pas attendu avant le 1^{er} semestre 2015.

Dans le principe, la DGCCRF reconnaît que l'important est l'information du consommateur mais le texte adopte une ligne directrice très rigoureuse sur ce point qu'il conviendra de respecter.

Dès juillet, les enquêteurs des fraudes seront mobilisés sur la mise en œuvre du nouveau décret fromages. **Le but sera dans un premier temps pédagogique et l'accompagnement des opérateurs vers des étiquetages conformes à la réglementation.** Ces contrôles apporteront au Conseil d'État un retour sur la mise en œuvre de la mention « fermier ». En cas de contrôle, l'interprétation reste du ressort de chaque inspecteur.

Le CNAOL ne peut néanmoins se contenter de telles dispositions. Si le principe d'information du consommateur doit être respecté, il convient d'avoir une approche mesurée des contraintes d'étiquetage. Telles que prévues par le décret fromage, les règles d'étiquetage excluent de fait une part importante des producteurs pour qui l'affineur assure aussi le rôle de commercialisation et donc de l'accès au marché. C'est également une remise en cause de pratiques traditionnelles puisque de nombreuses filières fermières se sont construites grâce aux affineurs qui possédaient la maîtrise technique et sanitaire de l'étape d'affinage et, par regroupement de l'offre, accédaient à des marchés plus éloignés ou plus importants que ceux auxquels un producteur seul peut prétendre.

C'est pourquoi le CNAOL continue de défendre une interprétation du texte plus souple, qui permette le maintien de pratiques loyales et constantes reconnues par les consommateurs.

Règlement promotion des produits agricoles

Le 15 avril dernier, le Parlement Européen a adopté la réforme de la politique de promotion des produits agricoles lors de la dernière session plénière de la législature. Le texte est actuellement en attente de publication au Journal Officiel de l'Union Européenne et s'appliquera à partir du 1^{er} décembre 2015. En parallèle, la Commission européenne commencera à travailler sur les actes délégués et les actes d'exécution.

Les principaux éléments du texte adopté sont les suivants. La réforme supprime la distinction entre les mesures de promotion et d'information sur le marché intérieur et sur le marché des pays tiers. Elle permet l'utilisation des marques et de l'indication de l'origine dans des conditions précises.

La liste des produits et systèmes éligibles a été élargie et inclut désormais :

- ✓ Les produits énumérés à la liste figurant à l'annexe I¹ du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, à l'exclusion du tabac,
- ✓ Les produits énumérés à l'annexe I du règlement²,
- ✓ Les boissons spiritueuses avec IG. Les actions ciblant le marché intérieur sont limitées à l'information des consommateurs.
- ✓ Les vins avec AOP et IGP, ainsi que les vins dont le cépage est indiqué. Dans le cas de programmes simples, ils devront faire partie d'un programme comprenant plusieurs produits. Les actions ciblant le marché intérieur sont limitées à l'information des consommateurs.
- ✓ Les produits de la pêche ou de l'aquaculture s'ils font partie d'un programme comprenant plusieurs produits.
- ✓ les systèmes de qualité établis pour les produits agricoles dans le règlement 1151/2012 (AOP, IGP, STG), pour les boissons spiritueuses dans le règlement n°110/2008 et pour les vins à l'article 93 du règlement 1308/2013),
- ✓ le mode de production biologique (règlement 834/2007),
- ✓ le symbole graphique des produits agricoles de qualité spécifiques des régions ultrapériphériques (article 21 du règlement 228/2013 Conseil),
- ✓ les systèmes de qualité visés à l'article 16, paragraphe 1, points b) et c), du règlement 1305/2013, c'est-à-dire les systèmes nationaux de qualité (label rouge en France par exemple).

Les entités proposant sont :

- ✓ Les organisations professionnelles ou interprofessionnelles nationales et de l'UE, qui devront être représentatives de leur secteur. Elles devront être reconnues par les Etats Membres.
- ✓ Les groupements de producteurs des produits avec AOP et IGP tels que définis par le règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires
- ✓ Les « organismes du secteur agroalimentaire dont l'objet et l'activité consistent à donner des informations sur les produits agricoles ou à faire leur promotion et auxquels l'Etat membre concerné a confié en ce domaine une mission de service public clairement définie. Ces organismes doivent être établis légalement dans l'Etat membre concerné deux ans au moins avant la date de l'appel à propositions » (par ex, l'Agence Bio).

Les initiatives que la Commission peut prendre ont été élargies pour inclure :

- ✓ des campagnes en cas de perturbations graves du marché, de perte de confiance des consommateurs ou d'autres problèmes spécifiques,
- ✓ des missions de haut niveau,
- ✓ le financement de visites commerciales exploratoires, et
- ✓ un service de conseils au secteur pour faire face à la menace des produits d'imitation et de contrefaçon dans des pays tiers.

Les procédures ont été modifiées. Pour les programmes simples (c'est-à-dire à l'initiative d'un seul état membre), l'échelon de sélection national est supprimé. La Commission sera donc directement compétente pour la sélection des programmes, mais elle devra informer les Etats membres du processus de sélection des dossiers. Les Etats membres seront néanmoins en charge de l'exécution, des paiements, du suivi et du contrôle des programmes simples. Les taux de cofinancement de l'UE sont augmentés à :

- ✓ 70 % de la dépense admissible sur le marché intérieur,
- ✓ 80 % de la dépense admissible dans les pays tiers,
- ✓ 85 % en cas de grave perturbation du marché,
- ✓ Le reste de la dépense est à la charge exclusive des entités proposantes. Le cofinancement national n'a pas été retenu.

Pour les programmes multi (c'est-à-dire à l'initiative de plusieurs états membres) et des actions à l'initiative de la commission, l'échelon de sélection national est également supprimé. La Commission sera directement compétente pour la sélection des programmes, mais elle devra informer les Etats membres du processus de sélection des dossiers. Les taux de cofinancement de l'UE sont augmentés à :

- ✓ 80 % de la dépense admissible,
- ✓ 85 % en cas de grave perturbation du marché,
- ✓ Le reste de la dépense est à la charge exclusive des entités proposantes. Le cofinancement national n'a pas été retenu.

Fanny Lossy – Insight Consulting

¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:C2012/326/01&from=fr>

² La bière, le chocolat et produits dérivés, les produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie, biscuiterie, les boissons à base d'extraits de plantes, les pâtes alimentaires, le sel, les gommes et résines naturelles, la pâte de moutarde, le maïs doux et le coton.

Les AOP sous les feux de la Rampe

Communication 2014-2016 : les derniers préparatifs

Prévue pour un lancement simultané en télé et sur le web le 13 octobre 2014, la campagne de communication des fromages, beurres, crèmes AOP en est à ses derniers préparatifs. Les 16 films qui constitueront les principaux supports promotionnels des 3 prochaines années sont désormais finalisés. Le tournage des films a eu lieu du 14 au 18 avril à la Bourboule, par le studio Sancy Production sous la direction du réalisateur Sergio Bosatra.



Le principal défi de ce tournage hors norme – 5 jours consécutifs sur 3 plateaux à la fois – a été la logistique pour acheminer les 50 AOP laitières à temps et dans les quantités imposées par

la contrainte du tournage. Défi relevé grâce à la réactivité de tous les syndicats que nous remercions vivement !

Les plans média télé et web de la diffusion des films sont également validés avec 4 semaines de diffusion télé sur les principales chaînes hertziennes et TNT (semaines 42, 44, 46, 48) et 10 semaines de diffusion web (semaine 42 à 52). La mise à jour du livret de présentation des AOP laitières est bien avancée, de même que l'actualisation du site internet. Restent désormais la rédaction du communiqué de presse et du dossier de presse pour avoir dès la rentrée tous les éléments nécessaires au lancement de cette campagne de grande ampleur.

Fête du pain - 17 mai 2014 à Bruxelles



Sur invitation de la Commission européenne, les fromages, beurres et crèmes AOP français étaient conviés à participer à la fête du pain le 17 mai 2014 à Bruxelles.

Au total, 19 AOP/IGP ont été proposées en dégustation sur un stand commun CNAOL. Situé sur le rond-point Schuman, au pied de la Commission européenne, l'événement a profité de l'affluence des personnes venues visiter les différentes institutions lors des portes ouvertes (17 000 visiteurs).

Le stand CNAOL était localisé face à celui de la Direction Générale de l'agriculture de la Commission européenne, au milieu de stands présentant des produits agricoles des différents pays d'Europe, pains notamment mais également huiles d'olives, charcuteries, fromages...

Un grand merci aux trois bénévoles qui ont aidé à tenir le stand CNAOL sur la journée : Bernadette Delange (Fromagerie Saint Michel à Waterloo, présidente de la confédération internationale des fromagers détaillants), Véronique Socié, Charles Zindy.

