

# INDICATIONS GEOGRAPHIQUES EN TURQUIE ET DAN LES AUTRES PAYS MEDITERRANEENS: ETAT DE LIEUX ET CONTRAINTES

Pr Yavuz TEKELIOGLU  
Directeur du YÜCİTA

1er SÉMINAIRE MÉDITERRANÉEN LACTIMED  
BIZERTE, TUNISIE, 31 MARS 2014



# 1er Séminaire Méditerranéen

31 Mars 2014, Bizerte, Tunisie

## INDICATIONS GEOGRAPHIQUES EN TURQUIE ET DANS LES AUTRES PAYS MEDITERRANEENS: ETAT DE LIEUX ET CONTRAINTES

**Pr Yavuz TEKELIOGLU**

**Directeur du YÜCİTA**

**(Le réseau de recherche sur les produits**

**de terroir et les Indications Géographiques de Turquie )**









# La Turquie (2013)



- **Population:** 75 627 000 habitants (2012) dont 40 % moins de 19 ans.
- **Superficie :** 783.562 km<sup>2</sup>
- **PIB :** 823 milliards de \$
- **RNB par habitant:** 10 818\$ (en PPA, 2013)
- **Taux de croissance:** 3,8%
- **Chômage:** 9,5%

## Commerce extérieur :

- **Importation:** 251,6 milliards de \$,
- **Exportation :** 152,4 milliards de \$, couverture : 60,4%
- **Exportation agricole :** 21,6 milliards de \$, (14,2% )
- **Recette du tourisme :** 32,3 milliards de \$, nombre de touristes : 39 226 000

## Agriculture :

- **6 375 760 actifs** (24,7% de l'emploi)
- **Nombre d'exploitations:** 3 076 649
- **Taille moyenne :** 6 ha

## LA TURQUIE EST UN PAYS D'EXCELLENCE POUR LES PRODUITS DU TERROIR

- **Un vaste territoire agricole**
- **Une géographie très diversifiée**
- **Des microclimats très varies**
- **Une diversité biologique remarquable**



Offrent une production agricole d'une diversité exceptionnelle et de très bonne qualité qui permet d'avoir un riche catalogue de produits du terroir.

## LA TURQUIE EST UN PAYS RICHE DE SAVOIR-FAIRE LOCAUX

- **Des racines historiques très profondes**
- **Une maitrise remarquable de l'art culinaire**
- **Des méthodes de fabrication authentiques**

Permettent d'obtenir une palette de produits extraordinairement diversifiée et d'une grande finesse.



# CADRE JURIDIQUE



- La Turquie s'est dotée le 24 juin 1995 d'un décret de loi (555/1995) concernant "La protection des indications géographiques".
- Cette loi est :
  - l'adoption du Règlement 2081/1992 de l'UE,
  - concerne tous les produits,
  - ne couvre pas les STG,
  - l'Institution chargée de labellisation est « l'Institut de Patente de Turquie » (IPT)
- Deux types de dénominations sont prévues :
  - Appellations d'origine protégée (AO) (MENŞE)
  - Indications géographiques protégée (IG) (MAHREÇ)

**Concernant les produits agricoles et/ou agro-alimentaires :**

**Il s'agit bien d'une protection d'une dénomination géographique dont le caractère est dû à un terroir et à un savoir-faire, et le protéger des contrefaçons, de manière à:**

- favoriser la diversification de la production agricole,**
- protéger le patrimoine et assurer le développement local,**
- améliorer le revenu des agriculteurs,**
- promouvoir des produits caractéristiques,**
- fixer la population rurale dans sa zone,**
- informer clairement les consommateurs.**

## Distribution des Indications Géographiques Turques (Par Catégorie des Produits)

CATEGORIE DES PRODUITS	NOMBRE D'ENREGISTREMENTS	EN %	TYPE D'ENREGISTREMENT	
			AOP	IGP
<b>Tapis</b>	<b>27</b>	<b>15,2</b>	<b>-</b>	<b>27</b>
<b>Produits agricoles</b>	<b>48</b>	<b>25,4</b>	<b>46</b>	<b>2</b>
<b>Produits agro-alimentaires</b>	<b>71</b>	<b>41,8</b>	<b>11</b>	<b>60</b>
<b>Boissons alcoolisées</b>	<b>8</b>	<b>4,5</b>	<b>8</b>	<b>-</b>
<b>Animaux vivants</b>	<b>4</b>	<b>2,3</b>	<b>4</b>	<b>-</b>
<b>Produits artisanaux</b>	<b>15</b>	<b>8,5</b>	<b>4</b>	<b>11</b>
<b>Autres</b>	<b>4</b>	<b>2,3</b>	<b>4</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>177</b>	<b>100,0</b>	<b>77</b>	<b>100,0</b>

**Source: Nos calculs sur bases de données de l'IPT (15 mars 2014)**





## Distribution des IG Agro-alimentaires par Catégorie des Produits



CATEGORIE DES PRODUITS	NOMBRE D'ENREGISTREMENTS	En%	AOP	IGP
Fruits, légumes et céréales	48	40,3	46	2
Fromages	7	5,9	3	4
Huile d'olive	4	3,4	3	1
Produits à base de viande	5	4,2	3	2
Produits de la confiserie, de la boulangerie, de la pâtisserie	25	21,0	4	21
Autres produits d'origine animale	2	1,7	2	-
Plats locaux	28	23,5	-	28
TOTAL	119	100,0	61	58

Sources : Nos calculs sur bases de données de l'IPT (15 mars 2014)

## Nombre et Distribution des Demandes Introduites



CATEGORIE DES PRODUITS	NOMBRE	En%
Fruits, légumes et céréales	52	31,1
Fromages	12	7,2
Huile d'olive	3	1,8
Produits à base de viande	-	-
Produits de la confiserie, de la boulangerie, de la pâtisserie	43	25,7
Autres produits d'origine animale	10	6,0
Boissons non alcoolisées	7	4,2
Plats locaux	40	24,0
TOTAL	167	100
Source : Nos calculs sur bases de données de l'IPT, (15 mars 2014)		

# Demandes extérieures Introduites

Désignation	Pays	Type de Demande	Statut	Date
Prosciutto di Parma	Italie	AOP	Enregistrée	18.12.2007
Scotch Whisky	Ecosse	AOP	Enregistrée	02.06.2008
Parmigiano Reggiano	Italie	AOP	introduite	2011
Hellim/Halloumi	Chypre du Nord	AOP	Enregistrée	10.10.2008
Champagne	France	AOP	introduite	2011

Source : IPT (15 mars 2014)

Actuellement il existe une seule reconnaissance (IGP) de l'Europe : le dessert national turc :



## Gaziantep Baklavası.

-Et trois autres en attente d'enregistrement



-Trois Indications Géographiques turques sont associées à l'ORiGIn.



Gaziantep Baklavası,  
la première Indication Géographique turque  
reconnue par l'Union Européenne

**Un projet de loi sur” La protection des indications géographiques et des spécialités traditionnelles garanties” a été préparé et déposé au parlement en 2008.**

**Ce projet de loi qui se basait essentiellement sur les Règlements (UE) no :509/2006 et 510/2006 n’a pas vu le jour en raison du calendrier politique. Un nouveau projet de loi est en route.**

**Malgré un certain succès du décret de loi no 555/1995, le système turc des Indication Géographique ne marche actuellement que sur les enregistrements.**



# Les freins des indications géographiques en Turquie

## DESINTERET INEXPLICABLE DES POUVOIRS PUBLICS

- **Le manque de volonté** des pouvoir publics concernant la promulgation de la loi principale ainsi que la mise en place d'un système de contrôle efficace posent de graves problèmes :
- **Insuffisance du control interne** :
- Les "Organismes de défense et de Gestion" accomplissent rarement leur mission de contrôle interne ce qui entraîne le non-respect du cahier des charges par les producteurs.
- **Manque de contrôle externe** :
- Ce contrôle n'existe pas, car aucun «organisme de contrôle» agréé n'a été mis en place par l'Etat depuis 18 ans.

# Les freins des indications géographiques en Turquie

- **Lenteur bureaucratique :**

L'Institut de Patente de Turquie est surchargé de travail et souffre d'une insuffisance en personnel. C'est le « Département des Marques » qui comprend quelques responsables qui s'occupent de la labellisation.

- **Non-utilisation des logos AOP, et IGP sur les produits vendus**

Les consommateurs et revendeurs connaissent peu les IG car l'usage des logos AOP et IGP (étiquetage) n'est pas encore entré en vigueur. Ceci favorise les usurpations et contrefaçons.

**RÉSULTAT : la Gouvernance des IG au niveau national et au niveau du produit enregistré est loin d'être satisfaisante.**

# Les leviers des indications géographiques en Turquie

## INTERET GRANDISSANT DE L'INITIATIVE PRIVEE

- **« Le salon national des produits de terroir IG ».**
- **Organisé chaque année par la Bourse du Commerce d'Antalya, ce salon unique en Turquie vise la promotion des Indication Géographiques et favorise la labellisation des produits qui en sont dépourvus et qui en ont le potentiel. Des manifestations scientifiques sur les IG sont également organisées dans le cadre du Salon.**

### **«Les travaux de METRO» .**

- **Cette grande surface Européenne soutient les produits IG par un projet mis en place depuis quelques années. Ce projet collectif a permis de sauver une région en déclin économique et humain, en réactivant son produit du terroir, l'ail de Taşköprü.**

### **« Le réseau de recherche sur les produits de terroir et les Indications Géographiques de Turquie »**

**Crée en 2012 à la clôture du « 3<sup>ème</sup> Séminaire International d'Antalya sur les Indications Géographiques » ce réseau est très actif et fait suite aux travaux entrepris par l'Université Akdeniz.**

# Les leviers des indications géographiques en Turquie

**«Centre de Recherches Economiques des Pays Méditerranéen de l'Université Akdeniz » CREM (1997-2012)**

Créé en 1997, juste après le Sommet de Barcelone ,ce centre a réalisé de multiples projets sur les produits de terroir :

- L'organisation de séminaires conjointement avec l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier et IPEMED
- La publication des actes des trois séminaires consécutifs d'Antalya.

Parmi ces séminaires de haut niveau scientifique celui de 2008 est bien connu par sa « **Déclaration d'Antalya** » qui proposait la mise en place d'une politique coordonnée d'appui au développement durable de l'agriculture de l'agroalimentaires et de l'espace rural , fondée sur un dispositif mutualisé de signalisation

les « **Terroirs de la Méditerranée** ».

# LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES DANS LES PAYS MEDITERRANEENS



- Le patrimoine alimentaire méditerranéen repose sur une diversité exceptionnelle des produits, des sols, des climats, des savoir-faire en un mot, des terroirs..
  - Synonymes de goût, de savoir-faire, de terroir , de plaisir et de convivialité les signes d'identification de la qualité et de l'origine font totalement partie intégrante de la culture alimentaire et du patrimoine gastronomique Méditerranéenne si appréciés dans le monde.
- La majorité des produits alimentaires labellisés en Europe proviennent des pays Méditerranéens, .



## **MAIS LES PAYS MEDITERRANEENS NE SONT PAS HOMOGENES CONCERNANT LEUR NIVEAU DE LABELLISATION DES PRODUITS**



- Les indications géographiques se sont faiblement développées dans les pays du sud et du sud-est de la Méditerranée à cause du retard dans la prise de conscience de l'importance des signes de qualité et de la mise en place d'un cadre législatif en adéquation avec les accords ADPIC.
- Dans ces pays les croisements entre terroir, produits et réputation montrent que chacun des pays entreprend des démarches particulières pour faire reconnaître ses produits du terroir d'origine.
- Les dynamiques nationales sont variables

# Pays Méditerranéens dans les IG de l'Europe



## AOP, IGP et STG

Nombre d'enregistrements, 15 mars 2014 (sans vin)  
(règlement (UE) 1151/2012)

Pays	AOP	IGP	STG	TOTAL	EN%
Italie	159	102	2	263	21,6
France	90	118	1	209	17,2
Espagne	94	78	4	176	14,4
Portugal	63	60	-	123	10,2
Grèce	74	27	-	101	8,4
Slovénie	7	9	3	19	1,6
Chypre	-	2	-	2	-
Total Pays Med	487	396	10	893	73,4
Total Aut. Pays UE	84	204	35	323	26,6
Total UE	571	600	45	1216	100,0
Méd /Total	85.3%	66,0%	22,2%		73.4%-

Source: Nos calculs sur bases de données DOOR, UE, 15 mars 2014

# Pays Méditerranéens dans les IG Vin de l'Europe



## Vins IG de L'Union Européenne (15 mars 2014) - Règlement n° 1234/2007 du Conseil

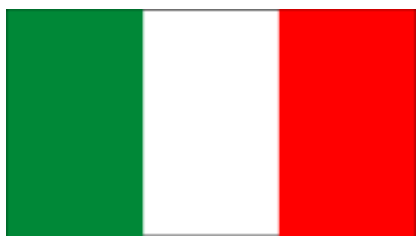
PAYS	AOP	IGP	TOTAL
Italie	476	129	575
France	376	75	451
Espagne	100	44	144
Portugal	46	10	56
Grèce	33	116	149
Slovénie	14	3	17
Malte	1	3	4
Chypre	4	7	11
Croatie	0	16	16
Total Pays Méd	1050	403	1453
Total Aut.Pays UE	243	56	299
Total UE	1293	459	1752
Méd / Total UE	81,2%	87,8%	82,9%

Source: La base de données «E-Bacchus 15 mars 2014

# La Part des Pays Méditerranéens dans Les Principales Catégories des Produits

CATEGORIE DES PRODUITS	PAYS MED.	UNION EUROPEENNE	PAYS MED/UE
Fruits et légumes	273	336	81%
Fromages	162	216	75%
Viande (et abats) frais	104	143	73%
Produits à base de viande	98	136	72%
Huiles et matières grasses	118	122	98%
Produits de la boulangerie	29	58	50%
Autres produits d'origine animale	29	36	81%

Source: Nos calculs sur bases de données DOOR, UE, 15 mars 2014



# ITALIE



263 IG dont  
159 AOP  
102 IGP  
2 STG

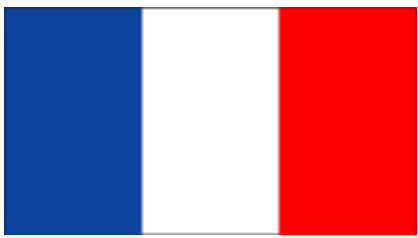
Les trois  
premières  
catégories



- 1-Fruits & légumes, 102
- 2-Fromages, 47
- 3-Huiles et matières grasses 43







# FRANCE



209 IG dont  
90 AOP  
118 IGP  
1 STG  
Les trois  
premières  
catégories



- 1-Viande (et abas) frais, 67
- 2-Fromages, 50
- 3-Fruits & légumes, 46



# ESPAGNE



176 IG dont  
94 AOP  
78 IGP  
4 STG

Les trois  
premières  
catégories



- 1-Fruits & légumes, 57
- 2-Huiles et matières grasses 29
- 3-Fromages, 28





# PORTUGAL



123 IG dont  
63 AOP  
60 IGP



Les trois  
premières  
catégories



- 1-Produits a base de viande, 36
- 2-Viande (et abas) frais, 30
- 3-Fruits & légumes, 25



# GRECE

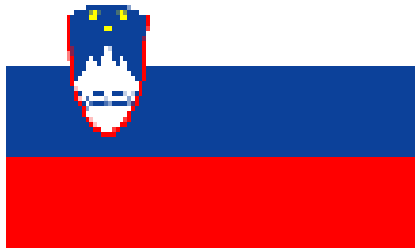


101 IG dont  
74 AOP  
27 IGP



Les trois  
premières  
catégories

- 1-Fruits & légumes, 42
- 2-Huiles et matières grasses, 29
- 3-Fromages, 21



# SLOVENIE



19 IG dont  
7 AOP  
9 IGP  
3 STG



Les trois  
premières  
catégories

1-Produits a base de viande,6

2-Fromages,4

3-Autres produits d'origine animal,3





# CHYPRE



2 I G dont  
2 IGP





# LA TUNISIE



**7 VINS AOC**  
**6 IG dont**  
**1 AOC**  
**5 IP**



La loi 99-57 du 28 Juin 1999 relative aux «**Appellations d'origine contrôlée et aux indications de provenance des produits agricoles**» définit deux types de signes de qualité liés à l'origine



**l'Appellation d'origine contrôlée (AOC)**



**l'Indication de provenance (IP)**







# LE MAROC



**16 VINS AO**  
**21 IG dont**  
**3 AO**  
**17 IG**  
**1 LA**



**Loi no: 25-06 de 23 mai 2008 sur «Signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricole et halieutiques».**

**Les Signes distinctifs concernés par la loi:**



- 1-l'Indication géographique (IG)**
- 2-l'Appellation d'origine (AO)**
- 3-le Label agricole (LA)**

**ARGANE: demande introduite pour la reconnaissance Européenne (IGP), 14.10.2011**





# ALGERIE



**Le système algérien de labellisation est en phase de structuration :**

**Décret exécutif n°13-260 du 7 Juillet 2013** fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole .( J.O n° 36 du 18 Juillet 2013)



Il comporte :

- des labels agricoles
- des appellations d'origine
- des indications géographiques



**7 VINS AOG**

**1 IG deglet nour**  
**20 IG en cours de création**

**Il existe déjà un cadre législatif approprié ( la loi d'orientation agricole du 3 Août 2008) et des institutions auxquelles des compétences spécifiques ont été dévolues dans ce domaine (Comité Nationale chargé des indications géographiques - de nature consultative - et son Secrétariat au MADR)**



Merci de votre attention

