



HAL
open science

L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam

Claire Durand

► **To cite this version:**

Claire Durand. L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam. Economies et finances. Montpellier SupAgro, 2016. Français. NNT: . tel-01825787v1

HAL Id: tel-01825787

<https://hal.science/tel-01825787v1>

Submitted on 14 Feb 2017 (v1), last revised 28 Jun 2018 (v2)

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.

THÈSE

Pour obtenir le grade de
Docteur

Délivré par le
L'Institut national d'études supérieures agronomiques de
Montpellier - **SupAgro Montpellier**

Préparée au sein de l'**École doctorale d'économie et de
gestion ED 231**

Et de l'unité de recherche Innovation – UMR 0951

Spécialité : **Économie**

Présentée par **Claire Durand**

**L'émergence des indications
géographiques dans les processus de
qualification territoriale des produits
agroalimentaires**

Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam

Soutenue le 28 janvier 2016 devant le jury composé de

M. Giovanni BELLETTI, Professeur en sciences économiques, Université de Florence Rapporteur

M. Stéphane FOURNIER, Maître de conférences, Montpellier SupAgro Encadrant de thèse

Mme Allison LOCONTO, Chercheur en sociologie, INRA Examinatrice

M. Bernard PECQUEUR, Professeur en sciences économiques, Université Joseph Fourier Rapporteur

M. Philippe PERRIER-CORNET, Directeur de recherche, INRA Examineur,
Président du jury

M. Denis SAUTIER, Chercheur en économie, CIRAD Examineur

M. Jean-Marc TOUZARD, Directeur de recherche, INRA Directeur de thèse

INSTITUT NATIONAL D'ÉTUDES SUPÉRIEURES AGRONOMIQUES DE MONTPELLIER
- MONTPELLIER SUPAGRO -
École doctorale d'économie et de gestion ED 231

Unité de recherche Innovation – UMR 0951
Innovation et développement dans l'agriculture et l'alimentation

THESE
Présentée et soutenue publiquement par
Claire DURAND

pour l'obtention du diplôme de Docteur en économie

**L'ÉMERGENCE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES
PROCESSUS DE QUALIFICATION TERRITORIALE DES PRODUITS
AGROALIMENTAIRES**

UNE ANALYSE COMPAREE ENTRE L'INDONESIE ET LE VIETNAM

Sous la direction de M. **Jean-Marc TOUZARD**
En co-encadrement avec M. **Stéphane FOURNIER**

Devant le jury composé de :

M. Giovanni BELLETTI, Professeur en sciences économiques, Université de Florence, rapporteur
M. Stéphane FOURNIER, Maître de conférences, Montpellier Supagro, co-encadrant
Mme. Allison LOCONTO, Chercheur en sociologie, INRA, examinatrice
M. Bernard PECQUEUR, Professeur en sciences économiques, Université Joseph Fourier, rapporteur
M. Philippe PERRIER-CORNET, Directeur de recherche, INRA, président du jury
M. Denis SAUTIER, Chercheur en économie, CIRAD, Examineur
M. Jean-Marc TOUZARD, Directeur de recherche, INRA, directeur de thèse

28 janvier 2016

Résumé

Cette thèse porte sur les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires, en analysant le rôle que jouent les indications géographiques (IG) dans ces processus, en Indonésie et au Vietnam. Nous interrogeons les objectifs et les conditions économiques du développement des IG, en articulant économie de la qualité et des territoires. Trois pôles de conditions économiques sont mis à l'épreuve, par l'analyse (1) de la spécificité des produits, (2) des coordinations territoriales et de l'organisation locale des acteurs, et (3) du rôle de l'État. La mise en regard des systèmes d'IG indonésien et vietnamien, confrontée au modèle économique des IG, souligne le rôle important joué par les États, qui dépasse la seule dimension juridique de protection des IG pour englober un ensemble de fonctions (sélection des produits, financement des IG, expertise, suivi post-enregistrement). La lecture croisée de six expériences locales d'IG démontre, d'une part, que l'enregistrement des IG peut être effectué à différents stades du processus de qualification territoriale en cours (avancé, intermédiaire ou récent) et que le moment d'apparition de l'IG conditionne la construction du dispositif institutionnel local. D'autre part, notre enquête de terrain souligne l'importance du contexte économique des filières et l'influence des configurations sociopolitiques locales dans la phase d'émergence des IG, questionnant ainsi la capacité des ces dispositifs institutionnels locaux à équilibrer les rapports de pouvoir entre acteurs. L'analyse des rôles multiples des États centraux et locaux dans les dynamiques émergentes d'IG ouvre des pistes de réflexion quant aux liens entre IG, action publique, décentralisation et marges de manœuvre pour l'organisation et l'action collective locale. La poursuite de processus d'institutionnalisation du lien à l'origine à travers les IG dans ces deux pays apparaît conditionnée par plusieurs éléments, notamment une participation élargie des producteurs aux dynamiques locales d'IG, le rôle actif des services agricoles provinciaux et l'adhésion plus étendue des acheteurs.

Mots clés : indications géographiques, processus de qualification territoriale, rôle de l'État, Indonésie, Vietnam

Abstract

This thesis analyses the process of territorial qualification of agro-food products, by studying the role of geographical indications (GI) in this process, in Indonesia and Vietnam. We interrogate the objectives and the economic conditions of the development of GIs, by combining the economics of quality and territories. Three types of conditions are questioned, through the analysis of (1) the specificity of products, (2) the territorial coordinations and the organization of local actors, and (3) the State's role. The comparison of the Indonesian and Vietnamese GI systems, confronted with the economic model of GIs, highlights the important role of the States, which goes beyond the legal protection of GIs and gather several functions (selection of products, funding, expertise, monitoring after registration). The parallel analysis of six local GI experiences demonstrates, first, that GIs are be registered at various stages of the ongoing process of territorial qualification (advanced, intermediate or recent) and that the moment of the GI establishment conditions the construction of the local institutional device. Secondly, our field research underlines the importance of the economic context of supply-chains and the influence of local sociopolitical configurations during the emergence of GIs, questioning the capacity of these local institutional devices to balance the power between stakeholders. The study of the various roles of central States and local governments in the emerging GI dynamics opens perspectives of analysis of the interactions between GIs, public intervention, decentralization and opportunities for local organization and collective action. The evolution of the institutionalization process of the link to origin through GIs in both countries appears contingent upon several elements, including a larger participation of producers to the local GI dynamics, an active role of the local agricultural services and a broad engagement of buyers.

Key words: geographical indications, territorial qualification process, State's role, Indonesia, Vietnam

À Pierrette

pour son regard bienveillant sur tous les (grands) enfants qui l'entourent

Remerciements

Je voudrais tout d'abord exprimer ma reconnaissance à Jean-Marc Touzard pour la confiance qu'il m'a accordée en acceptant de diriger ma thèse et en relevant le défi d'orienter mes recherches sur un terrain inconnu. Je le remercie pour son ouverture et pour la patience dont il a fait preuve à mon égard, tout en m'incitant à « aller à l'économie » dans les derniers mois de rédaction.

J'adresse ensuite mes remerciements à Stéphane Fournier, co-encadrant de cette thèse, pour son implication et sa patience. Je tiens à lui exprimer ma gratitude pour son accompagnement depuis l'élaboration d'un projet de thèse « sur-mesure » et pour son soutien continu depuis des années.

Je souhaite également remercier les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Pour leur accueil et l'intérêt qu'ils ont bien voulu porter à mes recherches, je remercie l'ensemble des membres de l'UMR Innovation, en particulier, à Montpellier, Estelle Biénabe pour ses remarques toujours pertinentes sur mon travail ainsi que Claire Cerdan pour l'intégration à la vie de l'équipe, les encouragements et son aide précieuse à diverses étapes de la thèse. Merci à Guy Faure, directeur de l'UMR Innovation pour son soutien et ses conseils.

J'ai une pensée toute amicale pour Nadine Kelemen, assistante de l'Unité Innovation et tiens à la remercier pour son travail indispensable et son formidable accueil.

Le travail présenté ici n'aurait pas pu voir le jour sans les moyens du CIRAD et de Montpellier SupAgro. Je remercie également l'Institut Régions Chaudes pour m'avoir généreusement accueillie dans les derniers mois de rédaction. Un clin d'œil à Didier Pillot qui a joué un rôle important dans le démarrage de cette thèse.

Ma gratitude va aux multiples personnes qui ont facilité mon travail sur le terrain, parmi lesquels, en Indonésie, Gilles Saint-Martin, Ibu Putu et Ibu Ritim du Cirad à Jakarta, ainsi que Surip Mawardi de l'ICCRI et Miranda Risang Ayu de l'Université de Padjadjaran ; au Vietnam, Jean-Charles Maillard et Chau du Cirad à Hà Nội, ainsi que Dao The Anh et Trang au CASRAD. Je remercie très chaleureusement les chercheurs de MALICA, particulièrement Denis Sautier et Delphine Marie-Vivien pour nos échanges fructueux et pour m'avoir aidée à mieux saisir la complexité du Vietnam. Un immense merci à mes interprètes et amies Ngoc Anh et Oanh pour leur patience et leur investissement.

Pendant près d'un an et demi de terrain, j'ai rencontré plusieurs centaines de personnes travaillant à la qualification de leurs produits et à la construction des IG en Indonésie et au Vietnam. Je ne peux tous les citer ici mais je réitère un sincère « merci, terima kasih, cảm ơn » à toutes ces personnes qui m'ont accordé du temps et permis de découvrir leur pays. J'ai été touchée et parfois émue par leur gentillesse et leur ouverture.

Je repense évidemment au soutien irremplaçable de mes ami-e-s. Je remercie particulièrement Aurelle, Stéphanie (et son père pour les cours de vietnamien !), Valentine et Sara, ainsi que toutes celles et ceux qui m'ont encouragée, dans des cercles d'amitiés multiples, dansants, musicaux et polyglottes.

Un profond merci à Isaïe, pour son soutien à toute épreuve, pour le nombre incalculable de « ça va aller » qu'il a pu prononcer et pour son incroyable don de réussir à m'en persuader.

Avec toute mon affection, je remercie enfin mes parents, ma sœur Émilie et mon frère Léo, ainsi que mes grands-parents et toute ma famille pour leur présence, leur soutien exceptionnel et pour leur patience, jusqu'à la toute fin !

Sommaire

REMERCIEMENTS.....	11
INTRODUCTION GENERALE.....	17

PREMIERE PARTIE

Utilités et usages du modèle des indications géographiques.....	51
---	----

CHAPITRE 1 - Du processus de qualification à la rente, une rencontre entre le terroir et le territoire.....	55
CHAPITRE 2 - Le maintien de la rente grâce à l'information et l'action collective.	95
CHAPITRE 3 - De l'usage de l'indication géographique	127
CHAPITRE 4 - Posture de recherche et méthodologie.....	167

DEUXIEME PARTIE

Émergence des indications géographiques en Indonésie et au Vietnam	221
--	-----

CHAPITRE 5 - Les systèmes nationaux indonésien et vietnamien des indications géographiques.....	225
CHAPITRE 6 - Expériences locales de mise en place d'indications géographiques	303
CHAPITRE 7 – Discussion.....	357

CONCLUSION GENERALE.....	385
--------------------------	-----

BIBLIOGRAPHIE	393
SIGLES ET ABREVIATIONS	417
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	419
TABLE DES MATIERES.....	421

ANNEXES

Introduction générale

Introduction

Depuis les expériences européennes sur les Appellations d'Origine (AO) au début du XX^{ème} siècle, le monde des indications géographiques (IG) s'étend et se diversifie, dépassant largement les frontières géographiques, politiques ou culturelles des pays de « l'Ancien monde ». L'internationalisation des IG en tant que signe de qualité et outil de développement soulève de multiples enjeux économiques, juridiques et politiques (Rangnekar, 2004b ; Allaire, 2009 ; Sautier et al., 2011 ; Bramley et al., 2013 ; Boyer-Paillard, 2014). Cette extension des IG est aussi une opportunité pour relancer le questionnement scientifique sur la nature et les conditions de développement des « produits de terroir », sur les institutions formelles ou informelles (confiance, réputation, réseaux) associées aux marchés singuliers (Karpik, 2007), sur les formes d'action collective dans les systèmes agroalimentaires localisés ou sur les justifications de l'action publique dans les territoires et les filières de qualité liée à l'origine.

La diversité des thèmes traités par les recherches sur les IG appelle à une certaine pluridisciplinarité. Pour illustrer cette diversité, nous pouvons citer certains des travaux portant sur les savoirs locaux et la biodiversité (Bérard et al., 2005b ; de Sainte Marie et Bérard, 2005 ; Marie-Vivien et Chabrol, 2014), la protection juridique des IG (Thévenod-Mottet, 2006 ; Le Goffic, 2010 ; Marie-Vivien, 2010a), les négociations internationales (Hughes, 2003 ; Das, 2010) et les négociations entre acteurs locaux (Eymard-Duvernay, 1993 ; Poméon et Fournier, 2010), le développement rural (Belletti et Marescotti, 2002 ; Tregear et al., 2004 ; Barjolle, 2006), le développement territorial (Pecqueur, 2001 ; Hirczak, 2007 ; Pecqueur, 2011), ou encore la question des biens publics (Belletti et al., 2015).

Dans cette diversité de thèmes et disciplines, notre thèse traite de l'émergence des indications géographiques dans les pays en développement (PED) du point de vue de l'économie institutionnelle. Cette émergence relativement récente est analysée au regard de deux situations, celles de l'Indonésie et du Vietnam, figurant dans le groupe des pays émergents en 2010. Le cadre conceptuel que nous avons construit se situe au croisement des approches d'économie de la qualité et d'économie des territoires. Nous empruntons également certaines notions aux sciences politiques et juridiques ainsi qu'à la sociologie économique, afin de saisir la complexité des processus et conditions conduisant au développement d'indications géographiques.

En nous basant sur des questionnements empiriques quant aux modalités de construction et d'utilisation des IG en Indonésie et au Vietnam, nous avons opté pour une analyse qualitative,

permettant d'analyser un phénomène en émergence dans de multiples dimensions (économique, juridique, sociale). L'enquête a été menée au niveau national sur ce que nous appelons le « système IG », ou plus précisément le dispositif institutionnel national des IG, et au niveau local (mésio-économique), par l'analyse de cas concrets d'IG dans les territoires.

Cette introduction comporte six sections. La première section pose le contexte économique et agricole général de l'Indonésie et du Vietnam (**I.**). Parmi les alternatives au modèle de développement agro-industriel, dont les dérives sont fréquemment dénoncées, deux voies sont identifiées en lien avec notre sujet, les processus de qualification des produits agroalimentaires et les dynamiques de développement territorial (**II.**). En entrant plus précisément dans la thématique des IG, nous analysons l'institutionnalisation de la qualité liée à l'origine en lien avec l'internationalisation des produits et des IG (**III.**). Dans la section 4, nous abordons plus en détail le fonctionnement économique des IG en pointant leurs multiples fonctions ainsi que leurs effets sur les filières et les territoires (**IV.**). Un premier cadrage conceptuel, au regard de l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam, nous permet alors de présenter la problématique de ce travail ainsi que deux hypothèses (**V.**). Enfin, nous présentons de manière synthétique la démarche méthodologique générale et l'organisation de la thèse (**VI.**).

I. Contextes économiques et agricoles de l'Indonésie et du Vietnam

Le volontarisme des États du Sud-est asiatique en matière de développement agricole a été interprété comme un facteur majeur de l'essor économique de la région depuis les années 1960 (De Koninck, 2004). Contrairement aux « dragons » asiatiques (Corée du Sud, Taïwan, Hong Kong et Singapour) dont le modèle de développement a été principalement industriel, les « tigres » (Thaïlande, Malaisie, Indonésie, Vietnam, Philippines) ont raisonné leur développement économique de la seconde moitié du XX^{ème} siècle en misant en premier lieu sur le développement agricole.

À la suite des indépendances¹, une forte intervention de l'État dans l'agriculture a permis de réaliser, en parallèle, une extension des surfaces agricoles et une intensification de la production. En Indonésie et au Vietnam, les trois générations qui se sont succédées depuis 1945 ont connu une

¹ Au XIX^{ème} siècle, tous les pays de la région furent colonisés, sauf la Thaïlande. Les colonies furent britanniques (Birmanie, Malaisie, Singapour), françaises (Indochine française, Cambodge, Laos, Vietnam), hollandaises (Indonésie), portugaises (Timor), espagnoles (Philippines) et américaines (l'Espagne ayant vendu les colonies de Philippines aux États-Unis en à la fin du XIX^{ème} siècle). Lors de la seconde guerre mondiale, le Japon a occupé une grande partie de l'ASE, sans parvenir à installer de véritables colonies. Après 1945, les indépendances sont acquises par les États (la guerre du Vietnam prendra fin en 1975 à la victoire des troupes du Nord communiste).

amélioration de la qualité de vie sans précédent dans l'histoire contemporaine de ces deux pays. Malgré la situation alimentaire critique qui prévalait dans les années 1950, doublée d'un contexte politique instable (occupation japonaise, guerres d'indépendance et révolutions), les agriculteurs indonésiens et vietnamiens ont réussi par la suite à produire de manière à atteindre l'autosuffisance alimentaire. Entre 1950 et 2000, les politiques agricoles de l'Indonésie et du Vietnam ont permis de nourrir leur population croissante et d'exporter en Asie et dans le monde entier, parachevant ainsi la réputation de ces deux tigres asiatiques.

À partir des années 1960, les cinq tigres asiatiques intègrent progressivement l'économie de marché mondialisée, avec des rythmes et des degrés d'ouverture variés selon les pays. La Thaïlande et la Malaisie (ainsi que les régions agricoles du Sud de la Chine qui sont parfois identifiées comme précurseurs de l'intégration internationale des tigres asiatiques), puis l'Indonésie et les Philippines et enfin le Vietnam, développent leurs échanges commerciaux en pratiquant une politique de soutien aux exportations. Les résultats macroéconomiques ont été relativement rapides et l'arrivée massive de certains produits de la région sur le marché international a parfois été analysée comme une stratégie commerciale particulièrement agressive. Par exemple, les exportations vietnamiennes de café ont eu des effets importants sur les prix mondiaux du café robusta, alors que, depuis 2010, le Vietnam a généralement refusé de participer aux négociations sur le commerce international du café. En Indonésie et en Malaisie, les exportations d'huile de palme ont rapidement fait de ces deux pays les principaux acteurs de son commerce mondial, mais elles ont été critiquées pour leurs effets sur les prix mondiaux des huiles, ainsi que pour les impacts écologiques et sociaux des grandes plantations de palmiers à huile (Barral, 2012). Dans les années 1980 et 1990, l'essor macroéconomique est général pour les cinq tigres asiatiques, qui sont parvenus (avec des résultats contrastés selon les pays), à maintenir la croissance dans les années 2000 malgré la crise financière du Sud-Est asiatique de 1997-1998.

Dans un contexte économique régional particulièrement dynamique, la question alimentaire en Indonésie et au Vietnam a évolué depuis les années 1950. Au départ centrées sur l'autosuffisance puis sur les exportations, les politiques agricoles de ces deux pays se concentrent depuis les années 2000, sur la modernisation agricole, la distribution alimentaire (grandes surface) et plus récemment la qualité (essentiellement sanitaire mais aussi environnementale) des produits agroalimentaires. Les enjeux environnementaux et sociaux sont aujourd'hui au cœur des réflexions de politiques agricoles et se traduisent par l'explosion de standards volontaires, normes et signes officiels de qualité.

Le potentiel de ces deux pays en matière de qualité liée à l'origine est attesté par plusieurs travaux sur les produits de terroirs et le lien à l'origine (Mawardi, 2005 ; Tran, 2005 ; Risang Ayu,

2009). En Indonésie, du fait de sa géographie insulaire, chaque région regorge de productions typiques et de recettes particulières, dont certaines sont réputées dans tout l'archipel. S'il existe maintenant quelques plats confectionnés à l'échelle nationale (*nasi goreng, mie goreng...*), de nombreuses spécialités locales sont mises en avant, et les restaurateurs affichent clairement leur origine géographique pour préciser le type de plats qu'ils proposent. Au Vietnam, les spécialités locales sont également nombreuses. Si la géographie a peut-être moins favorisé la qualification des produits, les facteurs humains et la diversité ethnique ont incontestablement joué un rôle majeur dans la richesse du patrimoine culinaire vietnamien.

Les IG sont officiellement reconnues en Indonésie depuis 2007 et au Vietnam depuis 2005². À l'échelle de l'ASE, ces deux pays font office, avec la Thaïlande, de pays précurseurs en matière d'IG³ (Wang, 2006 ; Passeri, 2014). Nous tenterons dans ce travail d'analyser l'émergence des IG dans ces deux pays en développement d'ASE. Cette nous amènera vers des analyses théoriques présentées dans la section suivante.

II. Qualification des produits et développement territorial

Parmi les alternatives au modèle de développement agro-industriel, diverses voies apparaissent en analysant les stratégies de développement mises en œuvre par les acteurs économiques. Nous présentons ici la **qualification des produits agroalimentaires (2.1.)** et les **dynamiques de développement territorial (2.2.)**, que nous avons identifiées comme deux processus à l'œuvre dans l'émergence et le développement des IG.

2.1. Les processus de qualification des produits agroalimentaires

Après plus de cinquante ans de mise en œuvre du modèle agro-industriel (sous diverses formes et dans des contextes variés), fondé sur des logiques majoritairement productivistes recherchant la rentabilité économique, l'agriculture et l'alimentation ont retrouvé une place importante dans les questionnements - et parfois les inquiétudes - des populations du monde entier, des États et de la communauté scientifique. Les problèmes de fertilité des sols, le désengagement des États dans l'agriculture, la financiarisation des marchés agricoles, ou les crises sanitaires répétées dans l'industrie

² Nous verrons dans le chapitre 5 que le Vietnam protège dénominations géographiques par l'appellation d'origine dès 1996 et a revu son cadre juridique en 2005 en intégrant l'indication géographique.

³ Suite à l'entrée en vigueur des réglementations nationales sur les IG dans le courant des années 2000, la Thaïlande avait 67 IG enregistrées en mars 2015, le Vietnam avait 36 IG enregistrées (dernière actualisation février 2014) et l'Indonésie avait 28 IG enregistrées en juillet 2015.

agroalimentaire renforcent les préoccupations quant à notre avenir alimentaire à l'échelle mondiale. Quel que soit l'angle par lequel on aborde la question (qualité alimentaire, répartition de la valeur ajoutée, productivité, gestion foncière, biodiversité...), les limites du modèle agro-industriel dominant apparaissent, venant confirmer ses difficultés à nourrir convenablement et durablement les bientôt 9 milliards d'êtres humains.

Bien que l'industrialisation de la production agricole et agroalimentaire ait permis d'accroître la diversité des produits alimentaires entre les années 1960 et 1980, cette industrialisation est aujourd'hui décriée pour être responsables de l'érosion de la qualité alimentaire vécue par les consommateurs dans les pays occidentaux et en développement. En dehors des aspects strictement nutritionnels ou de santé, cette industrialisation induit notamment une distanciation entre les consommateurs et les producteurs, qui vient exacerber la crise de confiance dans la qualité des aliments proposés. En outre, les dérives du modèle agro-industriel ne sont pas uniquement observables sur la qualité des produits alimentaires, elles sont visibles sur l'environnement en général (pollutions et dégradations des ressources, du paysage, etc.). Depuis les années 1980, les préoccupations se renforcent donc sur les questions de biodiversité, de maintien de la diversité culturelle et des savoir-faire et de la gestion des biens publics.

En parallèle de l'essor, des évolutions et des crises du modèle agro-industriel, d'autres modes de production dits « alternatifs » se sont maintenus ou développés dans le secteur agricole et alimentaire (Marsden et al., 2000). Ces modes de production se construisent, parfois en opposition au modèle dominant, autour de logiques variées de production, de commercialisation et de consommation qui mettent en avant l'authentique, le sain, le local, l'éthique, le responsable ou encore le naturel. Il est question de qualifier le produit (et/ou le marché), en lui attachant un ou des attributs particuliers (le terme « attribut fait référence aux travaux de Filser, nous y reviendrons dans le chapitre 1).

Le processus de qualification qui consiste à modifier une ou plusieurs caractéristiques d'un produit au départ générique ou commun, correspond à un déplacement du produit d'une famille initiale à une autre. Ce déplacement peut se reproduire de nombreuses fois, il peut être plus ou moins progressif et plus ou moins anticipé par les producteurs. Les conséquences d'un tel déplacement peuvent être importantes pour le produit lui-même (ses caractéristiques, sa réputation...), son marché et ses acteurs, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs finaux. L'information sur les « déplacements » des produits, c'est-à-dire sur les caractéristiques acquises et perdues au fil des étapes de qualification, devient stratégique pour des acteurs de l'échange car elle peut influencer les préférences, les prix...

Une typologie des modèles agroalimentaires (Colonna et al., 2013) propose cinq modèles idéaltypiques caractérisant les activités de production et d'échange de alimentaires. Ces cinq modèles - « domestique », « de proximité », « commodités », « agro-industriel » et « de qualité différenciée » - coexistent au sein des systèmes de production. Cette typologie permet de dépasser la dichotomie classique consistant à opposer un modèle « conventionnel » (agro-industriel) à un ou des modèles « alternatifs ». La famille des modèles alternatifs (tout comme la famille de modèles qualifiés de « dominants ») apparaît alors comme un groupe divers et composite⁴.

La prolifération des systèmes alimentaires alternatifs est vue comme un véritable « *quality turn* » (Goodman, 2003). Ce dernier est observé partout dans le monde, comme en témoigne par exemple le développement des légumes biologiques et à faible niveau d'intrants au Vietnam (Moustier et al., 2006), des circuits courts en France (Chiffolleau, 2008), ou du commerce équitable, en particulier pour le café (Raynolds et al., 2007b). Friedberg et Goldstein (2010) soulignent toutefois les difficultés de l'essor de ces *alternative food networks* au Sud, en l'analysant au regard des routines de développement (idéologiques et institutionnelles).

Les processus de qualification des produits agroalimentaires nécessitent des investissements importants en termes de ressources de la part des producteurs. Il est possible de valoriser ces investissements sur les marchés différenciés qui, pour signaler la qualité des produits aux consommateurs, ont été équipés de divers dispositifs institutionnels. Ces dispositifs peuvent être de nature informelle, tels que les réseaux et la confiance, illustrant l'encastrement (*embeddedness*) de ces marchés. Le *quality turn* s'accompagne également d'une diversité de dispositifs formels constitués, par exemple, par les normes et les standards (Fouilleux et Loconto, 2012), les labels et les certifications (Higgins et al., 2008) qui permettent d'attester de la qualité des produits auprès des consommateurs. Le modèle de « qualité différenciée », identifié par Colonna et al. (2013) et cité précédemment, génère ainsi des marchés très fréquemment équipés d'institutions formelles (signes de qualité, labels...), afin de garantir les attributs spécifiques des produits. Ce modèle « de qualité différenciée » se divise en trois sous-types principaux selon la logique de la différenciation : « par l'origine » (dont les indications géographiques), « naturalistes », et « éthique ».

Si l'efficacité des dispositifs formels peut être critiquée du fait de l'opacité potentielle de leur contenu pour les producteurs (Schreinemachers et al., 2012), de leur crédibilité ou de leur

⁴ La complémentarité et la coévolution des modèles au sein des systèmes alimentaires est analysée comme un facteur de sécurisation alimentaire, et un catalyseur des processus d'innovation (Fournier et Touzard, 2014).

surexploitation (trop de signes et labels génère une confusion), ils permettent néanmoins de résoudre, même partiellement, certains problèmes économiques (notamment informationnels) dans les marchés de produits de qualité.

2.2. Le développement territorial comme alternative à la concurrence globalisée

Depuis les années 1990, l'économie industrielle et les sciences régionales contribuent à renouveler les approches territoriales. Dans la continuité des travaux de Marshall, les districts industriels sont revisités (Becattini, 1992 ; Benko et al., 1996), la proximité est mise en avant en tant que facteur à la base d'une configuration productive capable de stimuler les innovations pour un développement local. Courlet (2001) généralise ces travaux au travers du concept de Système Productif Localisé, qui se base sur deux formes de coordination : le marché et la réciprocité.

À la suite des travaux sur les Systèmes Productifs Localisés, des chercheurs travaillant sur les questions agricoles et agroalimentaires développent la notion de SYAL (Système agroalimentaire localisé) pour désigner des « organisations de production et de services (unités d'exploitation agricole, entreprises agroalimentaires, entreprises commerciales, entreprises de restauration...) associées de par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique. Le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leurs savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation alimentaire à une échelle spatiale donnée » (CIRAD-SAR, 1996). L'analyse de configurations locales de production prenant la forme de SYAL permet par exemple de mettre en lumière l'efficacité des coordinations entre dirigeants de coopératives viticoles, qui coopèrent sur les projets techniques de construction de produits de qualité tout en restant en concurrence pour les questions commerciales, et dont la capacité d'innovation est renforcée par une position centrale dans le réseau de production (Touzard et Chiffolleau, 2013).

L'application des concepts de *bundle* au secteur agricole (Moalla et al., 2005) fait apparaître des formes localisées de développement basées une offre composite de productions agricoles et de services territorialisés, comme dans le cas du panier de biens et services (Pecqueur, 2001 ; Bérard et al., 2005a ; Hirczak et al., 2008b). Des régions, pourtant peu favorisées au regard du modèle de développement dominant, réussissent à innover grâce à la mise en place par les acteurs locaux de stratégies de développement originales. Ces stratégies se fondent sur une organisation de la production et des modes de coordination particuliers qui utilisent la proximité et la réciprocité au sein du système local de

production, pour « internaliser des externalités ». Les aménités environnementales et l'identité régionale, ressources partagées par les acteurs d'un territoire, sont valorisées au travers de l'offre de produits et services du territoire.

La notion de territoire apparaît alors comme un résultat construit « et non comme une étendue neutre sur laquelle se déroulent les fonctions économiques » (Pecqueur, 1996). Les territoires évoluent et se transforment, donnant à voir une « tectonique des territoires » (Lacour, 1996). Les reconfigurations des coordinations locales illustrent les dynamiques propres à chaque territoire, ce qui permet d'expliquer le constat selon lequel certaines régions « gagnent » et d'autres « perdent » (Benko et Lipietz, 1992). Les recherches sur le territoire, terme à l'origine issu de la géographie, ont permis de renouveler la notion. Quand la géographie se demandait si le territoire, notion qu'elle utilise couramment, n'était pas devenue « exténuée » du fait d'un surinvestissement scientifique, l'économie (rurale, géographique, industrielle) et son approche du développement territorial comme processus, a permis de « sublimer » la notion (Pecqueur, 2009).

Le changement d'échelle qu'impose la perspective du développement territorial offre des alternatives au modèle de développement industriel globalisé. Le territoire est alors vu comme un outil de « régulation de la globalisation » (Colletis-Wahl et al., 2008) qui permet de quitter la logique de l'avantage comparatif pour mettre en avant l'« avantage différenciatif » (Pecqueur, 2006). La stratégie consiste à limiter la concurrence globale sur les prix (chercher à produire la même chose que ses concurrents mais moins cher) pour se concentrer sur les ressources propres des territoires (chercher ce que l'on peut produire –ou que l'on produit déjà – qui soit différent par rapport aux concurrents et positionner cette spécificité au cœur du projet territorial).

Les recherches sur le territoire s'intéressent alors aux ressources intervenant dans les processus de développement territorial. La ressource territoriale (Gumuchian et Pecqueur, 2007), construction collective en constante évolution, se formalise comme notion pertinente pour analyser les dynamiques territoriales. C'est en se basant sur ses ressources spécifiques qu'un territoire se construit et se développe. Le processus territorial permet de transformer des ressources latentes en ressources à l'œuvre, ou actifs. L'enjeu des acteurs locaux devient l'identification de la ressource, ou plus précisément l'activation de la ressource, c'est-à-dire la mise en œuvre de coordinations intentionnelles permettant de passer de ressources latentes ou génériques à des ressources spécifiques (Colletis et Pecqueur, 2005) afin de « révéler » le territoire. La dynamique des ressources territoriales (Kebir, 2006) devient l'enjeu central des problématiques de développement territorial. Kebir parle fréquemment « d'objet » pour désigner les ressources latentes et souligner le fait que rien ne préexiste

nécessairement au territoire, et qu'il incombe aux acteurs de mobiliser ces objets pour qu'ils « fassent ressource ».

Pour Pecqueur (2006), l'importance et l'universalité des dynamiques locales de développement autour des ressources territoriales permet de penser un « tournant territorial » de l'économie globale. En repensant l'économie par le territoire⁵, la construction et la valorisation de ressources territoriales apparaît comme un enjeu de développement permettant d'échapper, même partiellement, à la concurrence globalisée. Le nouveau rapport de concurrence sous-tendu par le projet d'un développement territorial, implique une transition d'un modèle de productivité vers un modèle de qualité, d'un marché de produits standards ou génériques vers un marché de produits spécifiques ou typiques (Pecqueur, 2006).

Bien que le monde rural ne soit pas le seul concerné par ce tournant territorial, les systèmes de production agricole semblent tout indiqués pour repenser leurs stratégies de développement et les orienter vers la valorisation de ressources propres. Comme nous le verrons dans la suite de cette introduction, les dynamiques de qualification de produits par l'origine se fondent sur des ressources territoriales et peuvent être mises au service du développement territorial. Ces dynamiques se heurtent parfois à des difficultés du fait par exemple de logiques de filières essentiellement sectorielles, qui peuvent compliquer la territorialisation des processus de développement et l'activation des ressources par les acteurs locaux.

III. Institutionnalisation et internationalisation du lien à l'origine

Dans cette troisième section, nous poursuivons la présentation des enjeux spécifiques de notre recherche en entrant plus précisément dans la thématique du lien à l'origine et des IG. Nous commençons par aborder la question de l'**institutionnalisation du lien à l'origine (3.1.)**, en nous intéressant aux produits de terroir et à leur valorisation économique, et en nous appuyant sur l'expérience européenne d'institutionnalisation de la qualité liée à l'origine au travers des appellations d'origine. Nous nous penchons ensuite sur l'**internationalisation des indications géographiques (3.2.)**, ce qui nous permet de préciser certains enjeux majeurs de l'émergence des IG dans les PED.

⁵ Formule empruntée à Veltz, P. (2012). Paris, France, Monde. Repenser l'économie par le territoire. Ed. de l'Aube.

3.1. Institutionnalisation du lien à l'origine, produits de terroir et appellations d'origine

Comme nous l'avons mentionné, il existe une diversité d'attributs de qualité pouvant caractériser les produits agroalimentaires. Parmi cette diversité, l'origine géographique occupe une place de choix. L'ancienneté de la qualification des produits par l'origine géographique est attestée par l'existence dès l'antiquité de produits réputés, recherchés et identifiés pour et par leur origine géographique (Audier, 2008 ; Le Goffic, 2010).

Les produits de terroir renferment des qualités spécifiques, typiques, dues à la localisation et à un mode de production particulier (Casabianca et al., 2005 ; Prévost et al., 2014). Ce processus de qualification est parfois décrit comme diffus et complexe, certains chercheurs ayant recours pour le décrire à la « boîte noire du terroir » (Barjolle et al., 1998).

La réputation de qualité qui se développe autour d'un nom géographique, comme par exemple le thé *Darjeeling* indien ou le Champagne français, traduit la préférence des consommateurs pour ces produits d'origine, par rapport à d'autres produits similaires à première vue, mais dont les qualités sont différentes. Cette préférence s'exprime par un consentement à payer plus cher, ce qui permet aux producteurs de capter une rente en vendant leurs produits plus chers que les produits concurrents. La rente n'est toutefois jamais acquise, elle peut se réduire jusqu'à disparaître totalement, si la rencontre entre offre et demande de qualité ne se produit plus. Cela peut advenir du fait d'un changement de préférence du côté des consommateurs, tout comme d'un changement dans les conditions de production, les qualités du produit, ou l'information dont disposent les acteurs. Lorsque le processus de qualification fait émerger une réputation et qu'une différenciation sur le marché génère une rente, la tentation peut être grande pour d'autres producteurs d'utiliser le nom réputé afin de vendre un produit qui ne renfermerait pas les caractéristiques typiques recherchées (non visibles directement). L'usurpation de noms géographiques revient alors à une « manipulation » des attributs de qualité, ou plus précisément de l'information sur ces attributs, dans le but de capter une rente.

L'économie de l'information a clairement établi les risques liés à l'asymétrie d'information sur les attributs de qualité (Arrow, 1963 ; Akerlof, 1970). Sans une information claire garantissant la qualité des produits proposés, les consommateurs peuvent refuser l'échange du fait d'un risque d'aléa moral élevé, ou accepter cet échange mais à un prix réduit, suscitant une réduction de la qualité globale de produits proposés. Dans une telle configuration, la demande en produits de qualité n'est jamais véritablement satisfaite, les produits détenant les qualités recherchées ne sont pas facilement repérés, et

les producteurs ne reçoivent pas de rémunération à la mesure de leurs investissements dans les processus de production et de qualification.

En Europe du sud (France, Espagne, Italie, Portugal), un instrument juridique a été introduit au début du 20^{ème} siècle afin de réguler l'usage des noms géographiques et de contrôler la qualité des produits de terroir et ainsi réduire les risques décrits précédemment. Les appellations d'origine (AO) conditionnent l'usage d'un nom géographique au respect de certaines règles de productions au sein d'une aire géographique délimitée. Du point de vue juridique, l'appellation d'origine est un droit de propriété intellectuelle (DPI) qui institutionnalise le lien à l'origine, et dont l'État garantit la validité en réalisant l'examen des demandes d'enregistrement et en supervisant des contrôles. Les conventions qui sous-tendent les AO (convention de qualité, signes officiels de qualité, confiance, réputation...) permettent de réduire l'incertitude portant sur la qualité des produits de terroir. La qualité liée à l'origine ainsi signalée permet de protéger les consommateurs et les producteurs des usurpations et de créer les conditions économiques dans lesquelles la rente peut se maintenir.

Le succès économique des appellations d'origine, devenues AOP et IGP européennes en 1992, est souvent souligné, malgré des cas connus d'échec de ces dynamiques (AND International et Commission Européenne, 2012). L'émergence des IG dans les pays en développement peut-elle être entendue comme une généralisation du modèle actuel des appellations d'origine européenne ?

3.2. Internationalisation des indications géographiques : un clash culturel⁶ ?

La première étape de l'internationalisation des indications géographiques s'est produite en Europe⁷. Les appellations d'origine nationales (AOC françaises, DOP italiennes...) ont été saisies au niveau européen en 1992, par le Règlement (CEE) N° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.

⁶ Le terme est emprunté à Thévenod-Mottet, auteur d'une communication en 2001 lors du Meeting du projet DOLPHINS intitulée « *The protection of geographical indications in multilateral systems : a cultural clash* ». La formule a été reprise par Saez (2013) qui qualifie de « *Food culture clash* » les conflits entre les concepts d'IG européens et nord-américains apparaissant dans les accords bilatéraux actuels pour les marchés asiatiques.

⁷ Des accords et des conventions entre pays concernant les appellations d'origine ont été signés avant le Règlement (CEE) de 1992, notamment la Convention de Paris (1883), l'Arrangement de Madrid (1891) et l'Arrangement de Lisbonne (1958). Toutefois, nous soulignons ici le caractère multilatéral des négociations ayant abouties au Règlement CEE N° 2081/92, dans le sens où ces négociations s'incèrent dans le processus de construction européen. Plus qu'un accord international pour lequel chaque pays est libre de signer et ratifier, les négociations dans le cadre européen sont particulièrement engageantes compte tenu des liens et obligations réciproques qui lient les États membres par ailleurs.

L'intensité du lien qui doit exister entre le produit et son origine géographique fait débat, et deux types de signes de qualité seront finalement institués : l'appellation d'origine (AOP) pour des produits « dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée » ; et l'indication géographique (IGP) pour les produits « dont une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée » (art. 2(1) du Règlement).

Le débat était posé entre appellation d'origine et indication géographique. La force du lien entre le produit et son terroir et les facteurs à considérer dans l'examen de ce lien (facteurs humains, facteurs naturels, réputation du produit, etc.) deviennent des questions centrales dans les démarches de reconnaissance juridique et dans les travaux de chercheurs en sciences sociales (économiques, politiques, juridiques notamment), mais aussi dans ceux des technologues. Ce débat prendra une ampleur mondiale avec les négociations internationales sur l'ADPIC⁸, menées pendant l'*Uruguay round* dans le cadre de la création de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) en 1994.

En annexe des accords de Marrakech instituant l'OMC en 1994, l'accord sur les ADPIC prévoit le cadre international de régulation en matière de propriété intellectuelle. Les dispositions concernant les IG sont détaillées dans les articles 22, 23 et 24 de l'accord. Le consensus ne sera pas atteint entre les membres (Torsen, 2005) et les IG se trouvent régulées de façon « minimale » (Vittori, 2010), c'est-à-dire sans exigence quant aux moyens de protection et en envisageant la possibilité de plusieurs niveaux de protection selon les produits. Il est ainsi convenu, au titre de l'ADPIC, que les IG sont des signes 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 », art. 22(1), que les membres sont tenus de protéger les IG, art. 22(2), et que les moyens de protection sont laissés au libre choix des membres (art. 1.1. de l'accord). Enfin, l'octroi d'une protection additionnelle pour les vins et spiritueux (art. 23) élève le niveau de protection pour ces produits, en interdisant la traduction de dénominations géographiques ainsi que l'usage de mentions dites « délocalisantes » (« style », « imitation », « type »...)⁹. Plus de dix ans après la signature de l'ADPIC, Audier (2008) soulignait à

⁸ Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce.

⁹ Le Conseil des ADPIC, organe ouvert à tous les Membres et chargé d'administrer l'Accord, accueille de vifs débats sur la question des IG depuis la signature de l'ADPIC. Dans le cadre du mandat de Doha, deux questions sont notamment débattues : l'établissement d'un registre multilatéral des IG pour les vins et spiritueux et

nouveau que la nature du droit des AO et des IG faisait défaut, que les modalités de protection étaient en général établies par des réglementations nationales allant au-delà du cadre de l'ADPIC et que les juristes et professionnels espéraient une « cristallisation juridique » des IG au niveau international.

La question des moyens de protection des IG, laissés libres aux membres, continue de générer de vives controverses, reflétant le caractère inachevé de l'agenda sur les IG à l'OMC (Das, 2010). Parmi la diversité des moyens de protection (lois spécifiques sur les IG, loi sur les marques, loi sur la protection des consommateurs ou *common law*), deux régimes principaux apparaissent suite à l'ADPIC¹⁰ : la protection *sui generis* des IG et la protection par le régime de marques. Ces deux régimes distinguent deux groupes de pays et deux communautés de chercheurs sur les IG. D'un côté, des pays se rassemblent en faveur d'une protection spécifique aux IG, ou système « *sui generis* », avec en tête du groupe l'Union Européenne (UE). Certains auteurs encouragent cette position en s'appuyant sur l'analyse de la protection des IG dans plus de 160 pays (O'Connor, 2007) et concluant que les IG sont mieux protégées par un système *sui generis*, plus à même de saisir l'essence juridique de ce droit de propriété (Kireeva et O'Connor, 2010). D'un autre côté, un groupe mené par les États-Unis et l'Australie se positionne en faveur d'une protection des IG par le régime des marques. Divers auteurs plaident en faveur de ce régime, argumentant que la protection renforcée des IG européennes n'a pas suffi à prévenir l'industrialisation et ne joue pas son rôle de garantie du caractère traditionnel des produits (Hughes, 2003). Si les deux régimes, analysés respectivement, offrent des avantages et des inconvénients, c'est leur rencontre dans le commerce international qui pose problème. Une harmonisation faciliterait la continuité de la protection lorsqu'un produit est exporté, et éviterait l'évaluation complexe de la légitimité de l'usage d'une dénomination géographique dans un pays étranger.

Thévenod-Mottet (2001) examine les confrontations sur les IG à l'OMC et conclut que les divergences entre l'UE et des pays en faveur du régime des marques dont les États-Unis, l'Australie et l'Argentine s'apparentent à un « clash culturel ». Selon l'auteur, en Europe, « *the geographical indication IS the product* »¹¹, en revanche, dans la conception américaine, australienne ou argentine, « *the*

l'extension de la protection additionnelle à tous les produits. Voir notamment Addor et Grazioli (2002) et Coombe et al. (2014) pour un examen des coûts/avantages de l'extension de la protection additionnelle à tous les produits.

¹⁰ L'ADPIC intervient dans un contexte historique de plus de 120 ans de négociations internationales, conventions et accords divers en matière d'appellations d'origine et de dénominations géographiques (Geuze, 2009).

¹¹ « Par exemple, la dénomination Beaufort signifie tous les éléments qui sont inclus dans le fromage désigné : aire de production, élevage des vaches et leur alimentation, méthode de production, etc., et aussi toute la substance

geographical indication is, in most cases, only considered as one of the distinctive element of a trademark (...) the geographical indication is not identified with a particular product (...), but rather it is, in most cases considered as information put on the product, like the name and address of the producer ».

La division des membres de l'OMC sur les IG serait-elle liée à des approches différentes de ce que ce signe véhicule – ou doit véhiculer - en termes de contenu d'information (une simple indication de provenance ou un ensemble d'attributs des produits), ou bien serait-elle l'expression de significations variables entre les membres, selon les contextes culturels, du lien à l'origine ? Sans disposer d'une étude exhaustive sur la signification du lien à l'origine pour les produits agroalimentaires dans différentes cultures, l'universalité d'un entendement proche de celui basé sur le terme français « terroir », pourtant réputé difficile à traduire (Barham, 2003), semble se dessiner. La sociologie de l'alimentation pourrait nous dire que derrière les mots et les difficultés de traduction se cache une réalité toute comparable¹². En effet, des travaux sur les produits de terroir et les IG dans divers pays parviennent à retrouver la trace du lien à l'origine, parfois en contournant habilement les difficultés de traduction, au Brésil (Vitrolles, 2012 ; Niederle et Gelain, 2013), au Vietnam (Tran, 2005), au Bénin (Fournier, 2002), au Québec, en France et États-Unis (Trubek et al., 2013), au Burkina Faso (Cheyns, 1998), ou en Indonésie (Durand, 2009). La confrontation qui anime les débats sur les IG nous semble donc plutôt porter sur la distinction entre IG et marques, en tant que constructions juridiques particulières (mais aussi politiques, institutionnelles et économiques), que sur l'interprétation culturelle du lien à l'origine. Aussi, nous retiendrons plus volontiers la formulation de Bramley et al. (2009) selon laquelle « *The different dimensions of geographical indications are closely embedded in the different legal and institutional frameworks that facilitate their protection* » (p.111).

Nombre de PED ne disposaient pas de cadre juridique sur les IG avant l'entrée en vigueur de l'ADPIC. Ces États doivent donc arbitrer entre *sui generis* et marques. La construction d'un cadre juridique de protection des dénominations géographiques implique de faire des choix qui dépendent, notamment, du droit national préexistant en matière de propriété intellectuelle et du projet politique assigné aux IG. L'élaboration des cadres juridiques et des dispositifs de mise en œuvre s'étale généralement sur plusieurs années. Evans et Blakeney (2006) plaident en faveur d'une approche

immatérielle qu'une dénomination renferme : tradition, paysage, valeur identitaire régionale, etc. » (Thévenod-Mottet, 2001, p. 8), notre traduction.

¹² Comme nous l'avons déjà évoqué, la difficulté de traduire le terme terroir, et de le distinguer d'« origine », « local », ou « spécifique » en indonésien et en vietnamien, a parfois compliqué l'enquête de terrain. Il s'agissait de préciser fréquemment les termes employés et entendus avant d'enquêter sur l'IG en tant qu'outil d'institutionnalisation du lien à l'origine, car des acteurs divers utilisent parfois des termes variés pour désigner une même chose.

incrémentale des IG dans les PED, qui prévoirait une flexibilité pour ajuster, notamment, la protection additionnelle en fonction du développement économique. Construire et faire évoluer un cadre juridique, ainsi que le dispositif institutionnel qui permet sa mise en application, est coûteux. L'arbitrage entre les régimes de protection, ainsi que les multiples choix opérés pendant l'établissement de ces systèmes, doivent tenir compte du ratio coût/bénéfice de chacune des options et du projet assigné aux IG.

Les premières dynamiques d'IG dans les pays en développement, observées au cours des années 2000, illustrent la volonté des acteurs locaux (publics, privés, associatifs) de construire des IG pour des marchés spécifiques et singuliers. En effet, parmi les IG enregistrées dans ces pays se trouvent des produits qui, associés à des dénominations géographiques, bénéficient déjà d'une réputation internationale de qualité liée à l'origine. Le café de Colombie, le riz Basmati indien et la *cachaça* du Brésil, sont des exemples de produits réputés enregistrés comme IG dans leurs pays.

D'autres produits moins connus des consommateurs occidentaux ont également été enregistrés, en choisissant des dénominations rapidement reconnaissables sur des marchés de niche. Citons l'exemple du Rooibos d'Afrique du Sud connu dans le marché des thés, infusions et cosmétiques, ou encore l'exemple du *Nuoc Mam de Phu Quoc* connu par les consommateurs de la diaspora vietnamienne. On peut également relever l'enregistrement d'IG pour des produits dont la réputation dépasse les qualités du produit lui-même, pour faire écho au territoire dans son ensemble (territoire de production et plus large). C'est le cas de dénominations d'IG, enregistrées ou en cours d'enregistrement, évoquant des hauts lieux du tourisme mondial¹³, des savoir-faire ou une biodiversité à protéger¹⁴, ou faisant référence à des zones de tensions géopolitiques internationales¹⁵. Les IG et produits candidats à l'enregistrement en IG semblent ainsi porteurs de réputations et d'enjeux variés autour de leurs dénominations géographiques, auxquelles les consommateurs associent des valeurs ou témoignent un attachement ou une solidarité.

Si les IG intéressent les acteurs en tant qu'outil de développement, leur mise en œuvre sur le terrain se heurte à de multiples barrières et incertitudes. Une première interrogation porte sur la demande et les consommateurs. Choisir de soutenir les IG dans un contexte d'impératifs de production alimentaire, notamment du fait d'une population urbaine croissante dans les pays en développement,

¹³ L'IG Kintamani Bali en Indonésie pour du café arabica (Bali évoquant plus directement le tourisme que du café), ou les IG (et projets d'IG) à la Réunion sur des cafés et des épices.

¹⁴ L'IG Miel d'Oku au Cameroun, l'IG sur le chapeau conique en feuille de bananiers d'Hue au Vietnam, ou l'IG sur le riz petit poussin au Laos.

¹⁵ Huile d'Olive des Territoires Palestiniens.

procède d'un choix politique audacieux. Si le prix des produits IG pourrait être payé par la classe moyenne émergente, il demeurera probablement trop élevé pour permettre l'accès à ces produits à la totalité des consommateurs. En outre, les consommateurs potentiels de produits IG dans les pays en développement ne sont pas encore suffisamment informés sur ce signe de qualité pour consentir à payer un premium. Enfin, la connaissance et la confiance dans les dispositifs d'IG sont encore à construire sur ces marchés ; or, en particulier pour les marchés asiatiques, le contexte économique général ne fournit pas directement les conditions d'une confiance sur l'authenticité des produits en raison d'importantes contrefaçons¹⁶.

En tenant compte de la demande en produits IG sur les marchés nationaux et internationaux, plusieurs pays en développement investissent cependant de manière remarquable dans l'établissement d'un dispositif institutionnel dédié aux IG. L'émergence des IG dans les PED donne à voir une certaine diversité parmi les approches nationales. Les marges de manœuvres prévues par la régulation internationale en la matière, l'accord ADPIC, ont été saisies par les États (Audier, 2008), qui développent des systèmes nationaux relatifs aux IG de façon à les rendre à la fois adaptés aux contextes des pays, adaptables en fonction des trajectoires d'IG naissantes et des objectifs de politiques publiques, et opérants du point de vue des multiples fonctions qui sont assignées aux IG (Sylvander et al., 2006 ; Fournier et al., 2009).

L'importance du rôle de l'État au sein de ces dispositifs apparaît clairement, comme le soulignent Fournier et Durand (2012) en Indonésie et au Vietnam, Vitrolles (2012) au Brésil, et Marie-Vivien (2010b) en Inde. Ceci offre un champ de recherche particulièrement riche pour l'analyse des IG comme outil de développement et de régulation des marchés de produits agroalimentaires. Le terrain asiatique se révèle sur ce point tout à fait intéressant du fait d'États volontaristes en matière d'agriculture, de l'importance du secteur agricole dans ces économies, de la croissance démographique et de l'urbanisation rapide.

¹⁶ En 2010, l'Asie reste le foyer mondial de production, d'exportation (notamment la Chine, pour 73%) et de consommation (Japon) de produits de contrefaçon. Des marchés physiques entièrement dédiés à la contrefaçon se développent dans les grandes villes asiatiques. Le marché de *Glodok* à Jakarta en Indonésie « serait l'un des plus grands marchés de la contrefaçon au monde » (UNIFAB, 2010). Depuis 2005, la contrefaçon de produits jusqu'à lors épargnés se développe en utilisant les réseaux de distribution existant dédiés aux produits de luxe. En 2013, on estime qu'au Vietnam, 50% des lessives et 20% des médicaments seraient contrefaits (source : entretien avec un chercheur en droit sur la contrefaçon au Vietnam). La contrefaçon touche également l'épicerie fine (source : entretien avec le service UbiFrance à Jakarta, Ambassade de France en Indonésie).

IV. Multiples fonctions et effets des indications géographiques

En analysant la littérature sur les IG, plusieurs thématiques ressortent et nous tentons ici de synthétiser celles qui se rapportent au plus près de notre questionnement sur l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam. Les indications géographiques, en tant que DPI (droits de propriété intellectuelle) et outils de développement, peuvent être développées en vue d'atteindre plusieurs objectifs. Nous commençons par présenter les **multiples fonctions** (4.1.) que les IG peuvent remplir. L'évaluation des effets des IG donne lieu à des résultats contrastés et parfois contradictoires. Nous résumons ces **effets des IG** (4.2.) et abordons leurs **méthodes d'évaluation** (4.3.). La diversité des modalités de mise en œuvre des IG et le constat d'effets variables ont conduit la recherche à examiner les leviers et blocages au sein des systèmes IG. Nous présentons, comme troisième thème fréquemment repris dans la littérature, les travaux sur les **facteurs de succès des indications géographiques** (4.4.).

4.1. Les fonctions des indications géographiques

En analysant quinze années de politiques publiques dédiées aux IG en Europe, Sylvander et al. (2006) identifient quatre fonctions principales assignées progressivement aux IG et qui permettent de justifier politiquement leur soutien. Une première justification porte sur les **règles de l'échange**. Les IG, en tant que signe officiel de qualité, garantissent une concurrence juste et loyale entre producteurs et protègent les consommateurs des usurpations. L'amélioration de l'information protège la réputation de qualité d'un produit (Rangnekar, 2004a). Le premium de prix pour la qualité peut alors être maintenu grâce à un processus « d'institutionnalisation de la réputation » (Belletti, 2000). Cette justification par les règles de l'échange pourrait valoir autant pour les marques que pour les IG, toutefois, le caractère collectif des IG permet de mieux saisir la dimension collective des produits de terroir (Bramley et al., 2009). Une seconde justification tient à la **maîtrise de l'offre sur les marchés agricoles**, la délimitation d'aires de production constituant un moyen de gérer les volumes et stocks, et les cahiers des charges un moyen de garantir la qualité des produits. La troisième justification analysée par Sylvander et al. (2006), fréquemment relevée dans la littérature, porte sur les effets potentiels des IG sur le **développement rural**. Cette fonction des IG a été renforcée par plusieurs travaux (Pacciani et al., 2001 ; Belletti et al., 2002 ; Barjolle, 2006 ; Tregear et al., 2007 ; Lorzani, 2010). L'argumentation fait référence à de multiples effets des IG sur les activités agricoles et sur la vie en milieu rural : valorisation des productions régionales, préservation des cultures locales et

des traditions, maintien et dynamisme de l'emploi rural, production/gestion de biens publics territoriaux, etc. La quatrième justification émerge plus récemment au travers de la valorisation ou de la préservation du **patrimoine et de la conservation des ressources**, également argumentée dans les travaux de Larson Guerra (2004, 2007, 2010) et déjà soulignée par Rangnekar (2004a). Ces recherches font notamment écho à des réflexions sur la biodiversité et les savoir-faire locaux dans les AOC françaises (Bérard et al., 2005b ; de Sainte Marie et Bérard, 2005). Les IG peuvent se combiner avec divers instruments de protection des savoirs traditionnels pour valoriser et préserver les « *traditional lifestyles* », la diversité biologique et culturelle et accompagner ainsi les transformations vers une agriculture plus durable (Panizzon, 2006). Marie-Vivien et Chabrol (2014) analysent la capacité des IG à protéger les produits traditionnels indigènes en lien avec la biodiversité dans l'optique d'un bénéfice pour les communautés rurales pauvres.

Au cours des années 2000, une cinquième fonction des IG est analysée dans la littérature. Plusieurs travaux soulignent et interrogent le potentiel des IG à **différencier les produits** sur les marchés (Sylvander, 2004 ; Montagnon, 2006 ; Teuber, 2010). Dans le contexte économique d'un « *open global trade regime [...] quality-informed product differentiation appears to offer an escape route from the trap of low commodities prices* » (Neilson, 2007, p. 188). Les premières analyses sont fondées sur les marchés internationaux du café, sur lesquels les « *commodities* » sont « *de-commodified* » par une demande et une offre plus orientées vers la qualité (Kaplinski et Fitter, 2004). Il convient néanmoins de préciser que l'origine reste une des options de différenciation parmi diverses segmentations de marché observées : *specialty coffees*, café *single-origin*, cafés gourmets, etc. (Lewin et al., 2004). Bramley et Kirsten (2007) relèvent également un potentiel des IG pour l'amélioration de l'accès au marché et la formation de marchés de niche, ce qui renvoie à l'idée de différenciation.

Galtier et al. (2008) relativisent cette fonction en analysant le processus de construction de l'IG Jarabacoa pour un café en République Dominicaine et en questionnant la capacité de cette IG à « *decommodifier* » effectivement le café. La différenciation du café de Jarabacoa apparaît plus fortement liée à des éléments propres au « monde du café » et non nécessairement reliée à l'IG. Les IG ne peuvent constituer à elles seules des solutions aux problèmes de valorisation/différenciation des produits et une gouvernance locale entre acteurs doit être instaurée afin de mieux répartir les bénéfices de la valorisation. La différenciation au travers des IG reste malgré tout une des attentes des acteurs impliqués dans le développement des IG au Sud, pour des cafés mais aussi pour d'autres produits (Fournier et al., 2009).

Enfin, pour des filières essentiellement européennes et *a priori* moins soumises à la globalisation (comme l'AOP Roquefort ou l'AOP viande de taureau de Camargue), Fort et Rastoin (2009) observent que 9 cas d'IG sur 15 étudiées dans le cadre du projet DOLPHINS ont été construites dans le « but offensif de segmentation du marché, de différenciation par la qualité et de recherche de valeur ajoutée », alors que 5 IG sur les 15 affichent clairement le « but défensif de protection contre la concurrence déloyale et les usurpations de réputation ».

En parallèle de ces travaux qui tendent à argumenter, en apportant des nuances et des réserves, en faveur des IG en tant qu'outils de développement, d'autres travaux analysent les effets potentiellement négatifs des IG. Pour certains auteurs, les IG sont, par définition, des DPI, et leur rôle devrait de ce fait se limiter à signaler un produit sur le marché. Les investissements publics nécessaires à l'établissement de systèmes de protection *sui generis*, assortis de politiques coûteuses de mise en œuvre, sont critiqués. Une protection par les marques, estimée moins coûteuse, peut être jugée suffisante et l'extension de la protection additionnelle dans l'ADPIC est estimée inutile et injustifiée (Hughes, 2006). En orientant l'argumentation sur les bénéfices potentiels que les producteurs du Sud pourraient retirer des IG, Hughes (2009) estime que les débats sur les régimes juridiques importent peu pour la valorisation des produits dans les PED, car cette dernière serait essentiellement déterminée par des configurations extérieures aux IG (les exemples considérés sont les filières café et cacao). Pourtant, plusieurs auteurs relèvent la pertinence des IG pour les PED, en réaffirmant leurs effets de lutte contre les usurpations, de préservation des savoir-faire indigènes et des ressources, d'amélioration de l'accès au marché, de développement rural et d'augmentation de revenus des producteurs (Bramley et al., 2009 ; Bowen, 2010b, 2010a ; Sautier et al., 2011).

Si la multiplication et parfois la confusion (Frankel, 2011) des fonctions assignées aux IG sont attestées par les travaux des chercheurs, leur justification politique est donc aussi fréquemment discutée. L'existence de « contre exemples » parmi les IG analysées, comme le cas de l'AO Tequila (Bowen et Zapata, 2009), poussent à relativiser les effets positifs des IG et à intégrer dans l'analyse le caractère non systématique du lien entre IG et développement. Malgré l'existence d'effets potentiellement négatifs, l'engagement de l'État dans le développement des IG apparaît justifié pour palier aux situations de « *market failure* ». Sans IG, les marchés de produits dont la qualité est liée à l'origine sont menacés par l'asymétrie d'information. En outre, ces marchés génèrent un ensemble d'externalités et font intervenir des biens publics, ce qui justifie pleinement une intervention publique (Belletti et al., 2015).

4.2. Effets des indications géographiques

Nous présentons d'une part l'importance économique des IG, sur la base de données d'IG européennes, en présentant des études portant sur l'évaluation de premiums de prix liés aux IG. Nous soulignons les situations économiques très contrastées des IG, ainsi que les difficultés d'évaluer ces premiums avec précision. Des analyses pointent également des effets potentiellement négatifs en considérant les IG comme des barrières au commerce international de certains produits agroalimentaires. Nous présentons finalement des études qui intègrent plus clairement la multifonctionnalité des IG, présentée au 4.1., en combinant diverses approches (économiques, environnementales, sociales, etc.) afin d'analyser les effets des IG sur les processus de développement.

Évaluation de l'importance économique des IG : situations contrastées et premium de prix

En Europe, plus de 2500 IG sont enregistrées en 2015¹⁷. En 2010, les IG ont généré un chiffre d'affaire de 54 milliards d'euros, dont 56 % pour les vins, 15 % pour les spiritueux, et 29 % pour les autres produits (AND International et Commission Européenne, 2012). Ce chiffre renferme de grandes disparités entre les pays puisque cinq États membres représentent plus de 80 % du chiffre d'affaire total, notamment du fait d'IGP viticoles de très grande taille (Chever, 2013)¹⁸. La moyenne européenne de la part des produits IG dans les marchés agroalimentaires européens est de 5,7 % en 2010¹⁹.

Plusieurs études mettent en évidence des différentiels de prix en faveur des produits IG, notamment pour les produits transformés (Frayssignes, 2009 ; Chever, 2015). Les premiums seraient dans tous les cas plus élevés lorsque les cahiers des charges sont plus stricts comme dans le cas des AOP (Deselnicu et al., 2011).

Cependant, des difficultés sont repérées lorsqu'il s'agit d'évaluer plus précisément l'importance économique des IG et les premiums dont bénéficient certains produits IG. D'une part, des situations économiques très contrastées entre les IG compliquent la lecture globale. Le rapport d'AND International de 2012 (cité précédemment) précise que 27 % du chiffre d'affaire des IG européennes est

¹⁷ Source : <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>, DOOR, DG AGRI de la Commission Européenne (page consultée en juillet 2015).

¹⁸ Par exemple, nous pouvons citer le cas des IGP espagnoles dont 97% des surfaces correspondent aux deux IGP Castilla et Extremadura (<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/htm/cifrasydatos.aspx>, page consultée en juillet 2015). Pour les AOP en revanche, la répartition est relativement plus équilibrée.

¹⁹ Source : FoodDrinkEurope, rapport de 2011 : http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Final_DT_2012_04.06.pdf, page consultée en juillet 2015.

généralisé par seulement 7 IG, concernant essentiellement des spiritueux. La majorité des IG (770 IG en 2010) représente en fait moins de 30 % du chiffre d'affaire total. En outre, une part non négligeable (14 % des IG européennes enregistrées en 2010) ne déclarent aucune vente et parfois aucun producteurs selon ce même rapport. Dans les PED, ces situations contrastées se retrouvent également, aux niveaux des chiffres d'affaire, des certifications réellement effectuées ou encore des surfaces et des nombres de producteurs engagés. Citons par exemple les IG sur des café (Café de Colombia, ou café de Gayo en Indonésie par exemple), dont les surfaces représentent plusieurs milliers d'hectare en comparaison d'IG de très petites tailles, comme le projet d'IG sur l'*ikat* de Sikka (un tissu indonésien) qui concernerait moins de 70 producteurs.

D'autre part, les premiums de prix sont difficiles à évaluer avec précision. Une analyse des prix montre que les produits IG sont vendus en moyenne 2,23 fois plus chers que les produits non IG²⁰ (AND International et Commission Européenne, 2012). Mais cette moyenne cache une très forte disparité et ce premium ne reflète pas la « profitabilité » des IG car : (1) il n'intègre pas les coûts supportés par les producteurs de produits IG, (2) le prix moyen d'un produit standard est difficile à évaluer et (3) les produits IG sont également fréquemment commercialisés au travers de marques privées, ce qui complique l'analyse de la formation des prix (Chever, 2013). Un rapport de 2013²¹ évalue les premiums pour 12 IG européennes en intégrant les coûts de production. Au stade du produit final, les marges brutes des produits IG sont supérieures aux produits sans IG (9 cas sur 12). En revanche, au stade « sortie de ferme », la marge brute est supérieure pour les produits sans IG (5 cas), équivalente entre IG et sans IG (5 cas) ou supérieure pour les produits IG dans seulement deux cas. Plusieurs travaux alertent sur le fait que les premium liés aux IG ne sont pas systématiques, du fait notamment des coûts de production ou commercialisation plus élevés (Bramley et Kirsten, 2007 ; Reviron, 2009).

Ces mêmes difficultés apparaissent pour le calcul de premium dans les pays en développement. En outre, l'accès ou la fiabilité des séries de prix, ainsi qu'un recours récent à la certification des produits IG compliquent les calculs. Il reste possible d'évaluer le premium pour le nom géographique, qui lui est généralement utilisé depuis plusieurs années, mais là encore, les variations entre les prix pour une même filière, entre filières d'un même produit, ou entre années réduisent la fiabilité des calculs. Les

²⁰ Le taux de premium (appelé *value premium rate* dans le rapport) est calculé par : $\text{taux de premium} = \frac{\sum (\text{volume IG} * \text{prix IG})}{\sum (\text{volume IG} * \text{prix non IG})}$. Plus précisément, le « taux de premium » calculé dans cette étude est de 2,75 pour les vins et 1,55 pour les autres produits.

²¹ Source : *Study on assessing the added value of PDO/PGI products*, Arrêté pour la DG AGRI de la Commission européenne, 2013 - http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/added-value-pdo-pgi_en.htm (page consultée en juillet 2015).

grandes disparités et la difficulté d'évaluer les premiums avec des méthodes de calcul classiques incitent à des analyses au cas par cas plutôt qu'à des approches globales pouvant masquer la diversité des situations.

Effets négatifs des IG

En dehors des multiples fonctions des IG présentées au 4.1. et de leur importance économique (observée en Europe), certains travaux analysent les potentiels effets négatifs des IG.

Ces travaux considèrent notamment que les IG pourraient nuire au commerce international en privant des entreprises non européennes de l'usage de noms jugés génériques (Viju et al., 2012). Au travers d'IG « protectionnistes », certains producteurs tenteraient de maintenir l'usage d'une réputation de qualité construite sur un « mythe historique » pour des produits finalement peu qualifiés (Agrawal et Barone, 2005). En outre, les IG, comme d'autres certifications, constitueraient des barrières non tarifaires en combinant une restriction des quantités et une forme de subvention pour coûts de certification ce qui induit des distorsions dans la concurrence internationale (Chambolle et Giraud-Héraud, 2005).

Les IG, si elles sont utilisées collectivement par les producteurs, permettent de renforcer la compétitivité des produits et de réaliser des économies d'échelles (coûts de promotion partagés par exemple). Toutefois, pour certains auteurs, les principaux bénéficiaires de ces systèmes seraient clairement les consommateurs (réduction de l'aléa moral) et secondairement par les producteurs (Moschini et al., 2008).

L'IG n'est pas une garantie systématique de la qualité des produits ; de plus, les IG peuvent encourager ou décourager les producteurs à améliorer la qualité des produits : si le cahier des charges ne requiert pas une qualité élevée, une tendance à la réduction de la qualité est observée (Desquilbet et Monier-Dilhan, 2012).

Si l'importance économique globale des IG a été quantifiée pour les IG européennes, l'analyse plus fine de leur efficacité économique demeure difficile, du fait de contextes économiques et de trajectoires d'IG très contrastés. Leurs effets économiques sur les plans micro et macroéconomique demeurent donc discutés. Une analyse des liens entre IG et processus de développement est donc nécessaire afin d'une part de mieux comprendre les effets positifs des IG et d'expliquer l'intérêt que leur porte un nombre grandissant d'acteurs au Nord comme au Sud, et d'autre part d'alerter sur certains enjeux et effets potentiellement négatifs.

Indications géographiques et développement

L'évaluation des effets des IG, dans leur diversité et en intégrant les multiples moyens de protection, a été l'un des objectifs spécifiques de plusieurs projets de recherche conduits dès la fin des années 1990. Ces projets, rassemblant des dizaines de chercheurs et experts internationaux des IG, ont produit une littérature empirique et théorique importante sur les IG européennes et dans les PED. À la suite de plusieurs projets²², le projet SENER-GI²³ a permis de capitaliser et de développer ces travaux, en se basant sur des « rapports pays » analysant les systèmes IG nationaux de divers pays, ainsi que de nombreux cas d'études locaux. Les rapports de synthèses s'accordent pour mettre en avant la diversité des situations, que ce soit du point de vue juridique et institutionnel (Thévenod-Mottet, 2006), ou pour les structures des filières et des marchés concernés par les IG (Sylvander et Allaire, 2007).

En tentant de synthétiser cette diversité, il a été constaté que l'importance socio-économique des IG, l'existence de premium de prix, des effets positifs sur les dynamiques de qualification, d'organisation, d'action collective et sur le marketing des produits sont généralement observés (Belletti et Marescotti, 2006). Les auteurs précisent cependant que ces effets positifs ne sont jamais garantis et que les coûts liés aux IG doivent être mieux appréhendés. Sur la base d'observations empiriques, il apparaît que les IG entraînent une activation de l'économie locale nettement supérieure à celle suscitée par les produits « standards », en particulier dans les régions marginalisées. Fernandez Barcala et al. (2013) soutiennent également que les IG génèrent plus de développement que les marques, du fait de leurs effets stimulants sur les coordinations verticales et horizontales dans les systèmes de production. Des effets de renforcement du capital social en milieu rural, d'amélioration de la transmission des savoir-faire et de la reproduction des ressources sont également observés. En outre, des synergies entre produits et activités rurales ainsi que des liens avec des activités urbaines étendent le champ d'impact des IG (Pecqueur, 2001 ; Belletti et Marescotti, 2006 ; Hirczak et al., 2008a).

Les principaux effets négatifs ont trait à l'exclusion de certains acteurs des démarches d'IG et à la répartition des bénéfices retirés de l'IG au sein des territoires. Pour certains auteurs, les IG sont fondées sur des stratégies de « valorisation de l'origine par l'exclusion » (Filippi et Triboulet, 2006). Au sein même des acteurs engagés dans les dynamiques d'IG, des conflits et des rapports de forces incitent à analyser la répartition des bénéfices entre acteurs (Marescotti, 2003). Il convient d'analyser en

²² Le projet PDO-PGI products, markets, supply chains and institutions (1996-1999), le projet DOLPHINS (2001-2003), le projet SUS-CHAIN (2002-2004), le projet TRUC (2002-2004).

²³ SENER-GI - Strengthening International research on Geographical Indications: from research Foundation to consistent Policy, 2005-2008, www.origin-food.org.

profondeur les processus de négociation au cœur des dynamiques d'IG, qui se révèlent parfois « *uneffective and unfair* » du point de vue de l'inclusion des acteurs (Galtier et al., 2008). La répartition des bénéfices potentiellement engendrés par une IG est d'autant plus difficile à évaluer que les producteurs peuvent choisir de certifier ou non leur produit et modifier ce choix d'une année sur l'autre. En nous basant sur l'exemple de la région Aquitaine (Chambre d'Agriculture d'Aquitaine, 2012), nous avons calculé les taux de labellisation des IG et observé des variations importantes : certaines IGP déclarent 90 % des volumes certifiés (bœuf de Bazas, agneau de Pauillac), dans d'autres cas seuls 11 % des volumes sont certifiés (volaille fermière de Gascogne, fraise du Périgord). La moyenne régionale est de 52 % des volumes produits certifiés. Notons que ce taux de certification correspond au rapport entre le volume total produit certifiable et le volume effectivement certifié pour une année, et non au pourcentage de producteurs ayant certifié des produits. Il semble difficile de conclure de manière globale sur les effets des IG sur le développement rural dans la région quand de telles variations entre IG sont constatées.

Des travaux sur les cahiers des charges et l'innovation soulignent que l'exigence du respect de certaines méthodes de production réduit la capacité des producteurs à répondre efficacement aux changements de préférences des consommateurs et à innover dans un contexte technologique concurrentiel (Shepherd, 2006). Une trop grande codification des pratiques agricoles dans les cahiers des charges pourrait alors donner naissance à des « *museums of production* » (Bowen et De Master, 2011). Hughes (2009) estime que les IG ne permettent que très faiblement de préserver les savoir-faire et les ressources, car les logiques agroindustrielles sont plus agissantes que les dynamiques de qualification liées aux IG. Thomas (2012) questionne également la capacité des IG à protéger les savoir-faire et la biodiversité en analysant le cas d'une IG sur un riz aromatique au Vietnam. L'IG, par le contenu de son cahier des charges concernant les variétés autorisées dans l'IG, aurait finalement contribué à réduire la diversité génétique des riz dans le delta du Fleuve Rouge.

Les IG peuvent contribuer de plusieurs façons à un développement rural multifonctionnel et intégré, qui doit être pensé sur le temps long ; cependant le faible taux de participation des acteurs ou une mauvaise répartition des bénéfices peut grandement limiter ce potentiel de développement (Giovannucci et al., 2009). L'objectif d'évaluer *globalement* les effets des IG d'un point de vue économique, social, environnemental, culturel et éthique se révèle très complexe du fait de la diversité des situations observées et ne permet pas de tirer de conclusions valables dans tous les contextes. Si le caractère endogène du développement induit par les IG est argumenté, une méthodologie plus fine d'analyse d'impact est nécessaire pour mieux évaluer leurs effets sur le développement (Sylvander et Allaire, 2007).

4.3. Comment évaluer les effets des IG ?

Les travaux du projet de recherche Siner-GI ont envisagé plusieurs approches méthodologiques pour évaluer les effets des IG, chacune présentant des avantages et des inconvénients. Les approches diachroniques permettent une vision historique des processus mais peuvent être limitées par le fait que les changements sont graduels et que le contexte change en même temps, ce qui complique l'identification des effets effectivement imputables à l'IG. Les approches synchroniques sont difficiles à développer avec précision car l'identification d'un cas de référence, à comparer au cas IG, s'avère délicate. Citons tout de même l'étude de Jena et Grote (2010) qui démontre sur la base de 300 entretiens avec des ménages ruraux, que malgré des coûts plus élevés, le riz Basmati est plus rentable économiquement que les variétés de riz non IG.

Une autre approche méthodologique consiste à raisonner en termes de succès/échec des dynamiques d'IG (Barjolle et Sylvander, 2002). Cette approche est cependant considérée trop « statique » dans le sens où elle ne permet pas d'appréhender convenablement les trajectoires d'évolution des systèmes d'IG (Sylvander et Allaire, 2007). Une approche également répandue, prenant la forme d'enquêtes subjectives (Paus et Reviron, 2010b) consiste à évaluer les effets des IG en fonction des effets perçus par les acteurs, et/ou au regard des objectifs qu'ils s'étaient eux même fixés. Barjolle et al. (2009) mesurent ainsi les *expected impacts* de 14 IG dans divers pays. Frayssignes (2009) propose une méthode d'évaluation de l'impact économique et territorial des IG en distinguant les effets selon trois échelles : acteur individuel, filières/bassin de production et territoire. Pour chaque échelle une série d'indicateur est proposée. L'intérêt de cette méthode est d'intégrer dès le départ de l'analyse le fait que les IG ne renvoient pas uniquement à une dimension économique.

Dans le cas de systèmes IG en émergence, comme c'est le cas en Indonésie et au Vietnam, et dans la majorité des pays en développement, la méthode d'évaluation des effets des IG construite par Belletti et al. (2011) présente l'avantage d'une méthode participative, qui considère les effets de manière graduelle dans le temps et en distinguant ceux liés à l'établissement d'un système national IG de ceux observés sur des cas particuliers d'IG. Afin de saisir les effets des IG sous diverses perspectives (acteurs, territoire, secteur et type d'activité, capital territorial...), Belletti et al. (2011) distinguent les effets de premier ordre (qui sont les *Output*) c'est-à-dire les effets immédiats qui reflètent le taux de participation ou d'adoption de l'IG, les effets de second ordre (ou *Outcomes*), qui dérivent directement des effets de premier ordre et concernent les bénéfices retirés par les individus (ou les groupes) de l'adoption de l'IG, et les effets de troisième ordre (ou *Impacts*) qui sont les conséquences à plus long terme des IG sur les plans économiques, sociaux et environnementaux.

Ces trois types d'effets sont articulés pour évaluer l'établissement d'un système national des IG et les effets au cas par cas d'enregistrements d'IG. Dans ces deux analyses, et pour chacun des ordres d'effets, une série d'indicateurs est proposée, mais les auteurs précisent que ces indicateurs doivent être adaptés au cas par cas et en concertation avec les acteurs locaux.

4.4. Les « facteurs de succès » des indications géographiques

L'évaluation des effets des IG, compte tenu de leurs fonctions attendues dans de multiples dimensions, se heurte souvent à leur grande diversité. Les controverses sur les effets des IG, notamment dans le contexte de leur émergence dans les PED, ont renforcé l'importance d'un champ de recherche sur les « facteurs de succès » des IG. L'analyse de la littérature sur les facteurs de succès des IG nous permet d'identifier trois pôles de conditions rassemblant des facteurs de succès des IG, qui soutendraient le fonctionnement du modèle économique des indications géographiques.

La **spécificité du produit et la pertinence du marché** (perception de la qualité par les consommateurs et consentement à payer) sont pointés dans plusieurs travaux (Sylvander et al., 1998 ; Barjolle et al., 2000 ; Barjolle et Sylvander, 2002 ; Fort et Rastoin, 2009). Le succès dépend également de la situation économique générale du secteur. Si le secteur est peu attractif, l'IG aura des difficultés à se développer et engendrer des bénéfices (Barjolle et al., 2000).

Ces mêmes travaux relèvent également les **coordinations, l'organisation et l'action collective** comme des facteurs de succès des dynamiques d'IG. Les structures organisationnelles et institutionnelles sont la « pierre angulaire » du succès des produits IG (Giovannucci et al., 2009). L'importance de coordinations territoriales a été particulièrement soulignée dans le cas de l'émergence des IG dans les PED (Sautier et al., 2011 ; Bramley et al., 2013). Les relations horizontales entre producteurs et acteurs du territoire facilitent la gestion collective des produits spécifiques et maximisent les effets bénéfiques pour les « *smallholder producers* » (Van de Kop et al., 2006). Une « stratégie territoriale étendue » (intégration avec des activités touristiques, préoccupations environnementales) apparaît comme une condition pour la reproduction des ressources impliquées dans les systèmes de production et donc pour la durabilité des dynamiques d'IG (Vandecandelaere et al., 2009).

Un troisième pôle de facteurs de succès est lié au **rôle de l'État**. Le succès des produits IG est conditionné à l'existence d'une protection juridique efficace (Vandecandelaere et al., 2009). Un soutien public pour les démarches IG est recommandé (Barjolle et Sylvander, 2002). L'appui institutionnel peut prendre diverses formes (financier, montage des dossiers, conseil, etc.) et peut être entendu comme une légitimation des organisations et institutions locales construites pour l'IG (Sylvander, 2004 ; Fort et

Rastoin, 2009). Le besoin d'un soutien public dans les dynamiques d'IG a été particulièrement soulevé dans le cas des IG dans les pays en développement (Bramley et al., 2013).

Le développement international des IG et ses effets doivent donc continuer à être analysés. Cette thèse tente de contribuer à cette analyse en creusant plus spécifiquement la question de recherche présentée dans la section suivante.

V. Problématique et hypothèses

Nous présentons la construction de notre **question de recherche (5.1.)** ainsi que deux **hypothèses** de travail (5.2.) que nous proposons ensuite de tester sur les terrains indonésien et vietnamien.

5.1. Construction d'une question de recherche

Une question de recherche aurait pu être formulée, de manière triviale, sur la mise en application du modèle des AOP/IGP européennes dans les PED. Il aurait alors été question d'évaluer dans quelle mesure l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam correspond à ce modèle. Nous avons choisi de ne pas appréhender notre étude sous cet angle du fait des marges de manœuvre induites par l'ADPIC, qui permettent de donner au développement des IG des objectifs plus larges que ceux que les États européens leur assignent, et de l'absence de justification d'un projet d'universalisation d'un modèle européen d'IG ayant émergé dans un contexte spécifique et au service de filières spécifiques. Notre objectif a plutôt été de construire un « modèle de développement basé sur des IG » à vocation universelle, détaché de tout contexte, et d'analyser l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam à la lumière de celui-ci.

La prise en compte de la dimension territoriale est apparue comme un élément central dans l'analyse des IG. Une approche territoriale est nécessaire pour comprendre les liens entre IG et développement, les coordinations entre acteurs (publics, privés associatifs) et l'action collective, qui apparaissent comme des facteurs de succès des IG (cf. infra). Les observations des premières IG existantes en Indonésie et au Vietnam et de certaines IG d'autres PED montrent cependant d'éventuelles tensions entre les dynamiques observées et un modèle canonique des IG inspiré des AOP/IGP européennes et dans lequel les dynamiques territoriales originelles semblent avoir une capacité explicative forte de la trajectoire d'évolution :

- a) Pour plusieurs IG, la réputation du produit est encore très récente et l'on n'observe pas d'usurpations du nom. La fonction de lutte contre des usurpations ne semble pas être une priorité par les acteurs. La protection juridique du nom ne semble pas être une attente à l'origine de l'émergence du modèle ;
- b) Plusieurs IG ne répondent pas au premier pôle de facteurs de succès (spécificité du produit et marché pertinent). Il s'agit de produits *a priori* peu spécifiques (café de Kintamani Bali en Indonésie, café de Buôn Ma Thuôt au Vietnam...) et vendus sur des marchés standards ;
- c) La fonction de différenciation des produits pour atteindre des marchés de niche est fréquemment mentionnée, pour des productions de grande taille ou de taille plus réduite ;
- d) Des IG pour des produits « spéciaux » bénéficiant de réputations naissantes ou « éteintes » mais présentant un fort potentiel de reconnaissance de qualité liée à l'origine sont enregistrées (lait de jument sauvage de Sumbawa et *Purwaceng* – plante aphrodisiaque - de Dieng en Indonésie, kaki macéré sans pépins de Bac Kan au Vietnam) ;
- e) Les cas de produits de terroir typiques, à nos yeux particulièrement qualifiés et ancrés territorialement, deviennent des dossiers « problématiques » et leur enregistrement en IG posent des difficultés. La construction des cahiers des charges pour ces produits s'oriente vers une modernisation des pratiques agricoles, sans intégrer suffisamment les techniques locales et anciennes sur lesquelles la typicité est fondée (miel de menthe de Mèo Vac au Nord du Vietnam, sel d'Amed à Bali).

La fonction attendue des IG comme outil de différenciation, fréquemment relevée dans nos premières observations, permet ainsi de reposer la question de la tension entre qualité et territoire. Cet objectif de différenciation peut être gouverné par des logiques essentiellement commerciales et peut aboutir à la construction de réputations et de rentes « éphémères » en comparaison aux rentes de qualité et rentes de qualité territoriale (Mollard et al., 1998 ; Mollard, 2001) qui se fondent sur des coordinations entre acteurs et sur la valorisation de ressources spécifiques. En outre, l'utilisation et la répartition des bénéfices retirés d'une rente sont à analyser car la rente peut être appropriée relativement facilement par certains acteurs économiques dominants. La territorialisation de cette rente apparaît comme un moyen de la pérenniser en confiant sa gestion à l'ensemble des acteurs du territoire.

En rapprochant cette fonction de différenciation des facteurs de succès des IG, il apparaît que : (1) certaines IG apparaissent pour des produits pas ou peu différenciés au moment de la construction de l'IG, (2) les coordinations d'acteurs locaux autour d'une qualité et d'une réputation liées à l'origine ne préexistent pas nécessairement à l'IG. Par conséquent, la construction et le fonctionnement de l'IG ne pourront pas s'appuyer sur cette base de proximité entre acteurs. Pour autant, ces coordinations entre

acteurs et les dynamiques territoriales associées semblent nécessaires au développement de ces IG. Nous observons finalement que « l'IG pour différencier », devra relever le double défi de construire la qualité du produit et le territoire (les coordinations territoriales autour du produit de qualité). Le projet de l'IG ne pouvant s'appuyer sur des coordinations préexistantes, comme c'est le cas dans le modèle canonique, son succès et ses effets seront alors fortement conditionnés à sa capacité à stimuler à la fois l'action collective au sein de la filière et la construction territoriale du dispositif local de l'IG.

La question que pose l'émergence récente des IG en Indonésie et au Vietnam se précise autour de l'articulation entre la qualification/différenciation des produits et les coordinations territoriales nécessaires pour construire des IG vécues comme des ressources partagées (facilitant ainsi leur utilisation et leur activation par les acteurs locaux). L'analyse de ce processus situé de développement des IG devrait donc permettre d'enrichir un modèle jusque-là largement construit sur la base d'observations européennes.

Travailler sur un modèle économique et ses conditions présente des intérêts et comporte aussi des risques. Il ne s'agit pas de chercher à construire coûte que coûte un modèle de développement dans lequel une « main invisible », celle du territoire, viendrait systématiquement résoudre des problèmes de reproduction des ressources ou de répartition de la valeur et du pouvoir entre les acteurs. Nous cherchons au contraire à examiner les liens entre les IG et ce que nous appelons les processus de qualification territoriale - ou PQT - de la façon la plus ouverte possible. Le processus de qualification territoriale est constitué de plusieurs étapes, au cours desquelles un produit (ou un facteur de production, ou un service) se qualifie grâce à un renforcement des liens entretenus avec le territoire. Le PQT exprime un double mouvement ; qualification du produit d'une part, et consolidation (ou construction) des coordinations territoriales à l'œuvre autour du produit d'autre part. Le PQT fonde la qualification du produit sur l'activation de ressources spécifiques et offre aux acteurs du territoire la possibilité de gouverner ce processus.

Nous formulons notre question de recherche par l'interrogation suivante :

Quel est le rôle joué par les indications géographiques dans le processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires en Indonésie et au Vietnam ?

Cette question de recherche permet de réfléchir au passage entre deux états. L'état initial peut être celui d'un produit de terroir ou celui d'un produit aux caractéristiques *a priori* plus communes et peu ou pas réputé. Le processus de qualification territoriale permet de transformer cette situation pour aboutir à un état proche du concept de produit d'origine qui intègre la dimension territoriale. Les

produits d'origine sont le résultat d'étapes multiples de qualification territoriale et peuvent bénéficier de rentes de qualité territoriales sur des marchés pertinents. La figure 1 illustre le passage d'un état à un autre et le rôle que l'IG peut jouer dans ce passage *via* le processus de qualification territoriale.

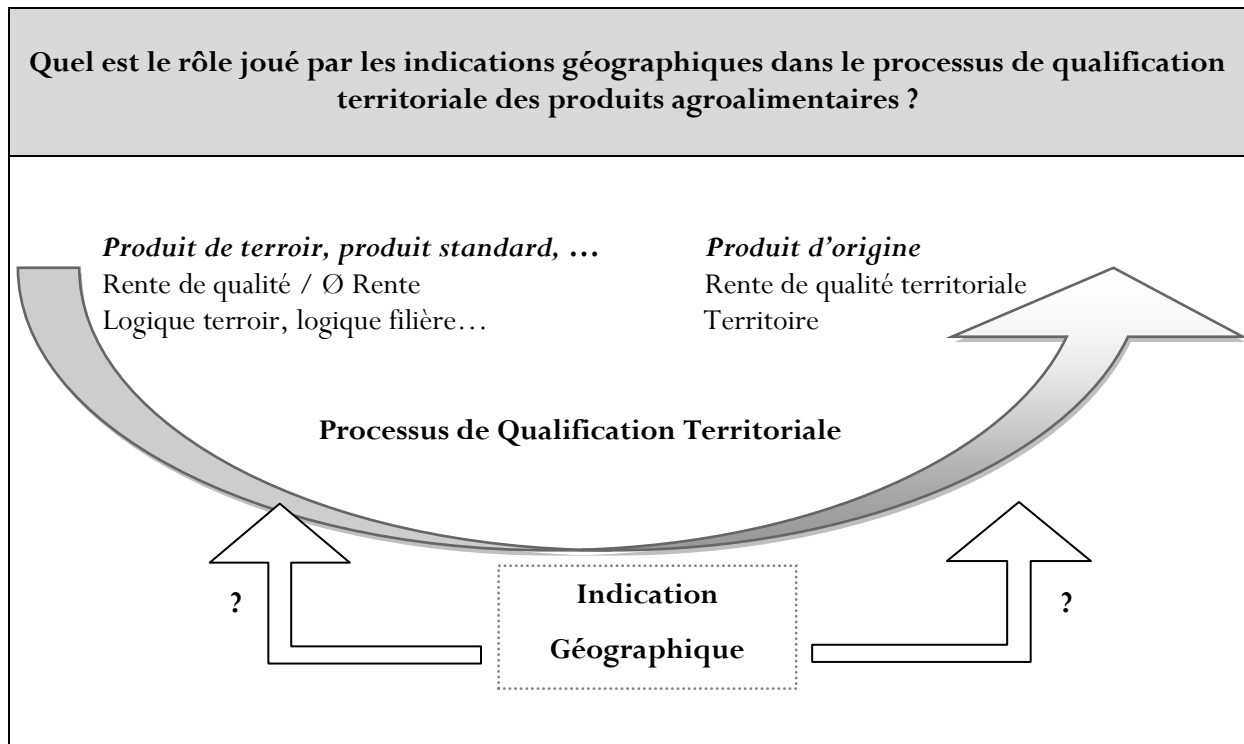


Figure 1 : Illustration de la question de recherche

5.2. Hypothèses de travail

D'après nos premières observations en Indonésie et au Vietnam, il semble que ces deux pays construisent des IG pour des produits divers, présentant des stades variés de qualification territoriale que nous nommons stade avancé, stade intermédiaire et stade émergent.

Il apparaît alors que l'IG n'est pas seulement un outil de protection juridique du nom qui confère aux acteurs un moyen de garantir la typicité des produits. Les IG se révèlent comme de véritables outils de développement mobilisables pour des productions déjà qualifiées et réputées, mais aussi pour des productions actuellement situées dans des phases émergentes de qualification. Les IG peuvent donc légitimement apparaître à différents stades du PQT. L'idée selon laquelle les IG ne pourraient que venir reconnaître une typicité déjà constituée et protéger une réputation et une rente est donc remise en question.

Une première hypothèse de travail est alors formulée sur les situations locales des PQT au moment de l'émergence des IG et s'attache à comprendre la diversité des situations dans lesquelles des IG sont construites.

Hypothèse 1 : le rôle de l'IG dans le processus de qualification territoriale dépend de la phase de ce processus dans laquelle l'IG est construite.

Les produits étudiés dans la thèse ont été sélectionnés pour illustrer des phases particulières du processus de qualification territoriale ; les IG émergent dans ces histoires locales de qualification et leur construction est influencée par le PQT préexistant. Nous cherchons à vérifier que la phase du PQT à laquelle l'IG est construite, c'est-à-dire le degré de qualification territoriale du produit avant l'IG, conditionne la construction de l'IG. L'IG est analysée comme un dispositif institutionnel local qui émerge dans une situation particulière du PQT et qui peut en retour influencer ce PQT.

Notre seconde hypothèse est fondée sur l'idée que les trajectoires d'IG sont conditionnées par le contexte économique des filières et par des configurations politico-institutionnelles particulièrement actives dans les périodes d'émergence des systèmes. Ces influences, que l'on pourrait qualifier d'externes aux IG en tant que telles, conditionnent leur évolution, en particulier pour ce qui est de la capacité d'action collective.

Hypothèse 2 : La situation économique des filières et le contexte politico-institutionnel conditionnent la trajectoire de développement de l'IG.

Les produits, à diverses phases du PQT, font face à des bouleversements (mondialisation, possibilités d'exportation...) qui ne sont pas liés à l'IG. L'IG entraîne une autre modification du contexte économique et s'insère, d'une part, dans un paysage économique plus général de la filière et, d'autre part, dans un territoire présentant des ressources plus ou moins actualisées. Les projets et investissements réalisés par les acteurs avant l'IG et en parallèle de l'IG vont conditionner sa trajectoire de développement. Cette trajectoire dépend aussi de la participation des différents acteurs et de leur capacité d'action collective. Des proximités entre acteurs ainsi que le contexte politico-institutionnel local conditionnent cette participation en facilitant ou bloquant les coordinations territoriales autour de l'IG, reflétant ainsi leur encastrement. Notre seconde hypothèse reprend cette idée des influences extérieures aux IG qui doivent être analysées pour comprendre les liens « IG-PQT » ainsi que les trajectoires d'évolution de ces systèmes.

VI. Démarche générale et organisation de la thèse

Dans cette dernière section, nous présentons de manière synthétique la **méthode (6.1.)** utilisée qui combine trois postures principales de recherche. Le chapitre 4 présente plus en détail la construction de cette méthode, les choix opérés ainsi que les outils méthodologiques utilisés. Nous terminerons en présentant l'organisation de la thèse et en donnant le **plan général** du manuscrit (6.2.).

6.1. Méthode de recherche

Ce travail a été réalisé en utilisant trois postures méthodologiques qui se sont combinées pour produire une démarche générale adaptée au terrain et aux hypothèses.

Une recherche en économie, qualitative et ouverte à la pluridisciplinarité

La première posture concerne le type d'analyse à mettre en œuvre en fonction du type de données à collecter et des possibilités d'accès à ces données sur le terrain. Le caractère émergent des phénomènes à observer ainsi qu'un accès limité aux données quantitatives sur les IG en Indonésie et au Vietnam a influencé le choix d'une recherche qualitative. Une approche économique ouverte à d'autres disciplines a été mise en œuvre afin de comprendre la complexité des systèmes d'IG émergents dans ces deux pays, qui combinent économie, cadres juridiques, jeux d'acteurs, etc.

Une démarche comparative entre l'Indonésie et le Vietnam qui articule les niveaux d'analyse

Une démarche comparative entre l'Indonésie et le Vietnam a permis de construire et déconstruire les catégories d'analyse au fil de la recherche. Ce processus nous a permis, d'une part, de limiter les biais induits par une interprétation trop influencée par l'expérience européenne sur les AOP/IGP. D'autre part, la démarche comparative a constitué un véritable moteur pour la recherche, du fait d'un questionnement permanent des résultats issus d'un terrain par rapport à l'autre.

Si ce choix s'est finalement révélé fécond scientifiquement, « tenir la comparaison » tout au long du travail de recherche n'a pas été chose facile. La complexité et l'encastrement des situations observées remettaient fréquemment le choix des terrains au centre des interrogations. Comment comparer sans négliger *a priori* certaines particularités utiles à la recherche ? Bien souvent, des arguments épistémologiques sont venus en renfort pour réhabiliter la comparaison quand sa justification méthodologique se brouillait au fil des allers-retours entre données et théorie, entre l'Indonésie et le Vietnam. Avant de réussir à répondre à la question « comment comparer », c'est en se demandant « pourquoi comparer » que le choix de la comparaison a pu être maintenu.

Le caractère émergent des systèmes d'IG indonésien et vietnamien appelle une analyse articulée entre le niveau macro-économique de construction des cadres de régulation et le niveau méso-économique d'émergence des premières expériences d'IG. La comparaison a donc été construite sur la base d'une série d'enquêtes réalisées au niveau national et local. Des entretiens semi-directifs couplés à l'analyse de données secondaires (rapports divers, textes juridiques, littérature grise sur les IG) ont permis de caractériser, d'analyser puis de comparer les systèmes nationaux des IG de ces deux pays. Localement, plusieurs expériences locales d'IG ont été analysées en orientant les entretiens sur les liens entre les dispositifs institutionnels locaux (DIL) des IG et les processus de qualification territoriale. Six expériences locales d'IG (trois en Indonésie et trois au Vietnam) ont été sélectionnées et sont présentées. Les entretiens menés par type d'acteurs nous ont permis de relever les attentes et stratégies de chacun des acteurs et d'interroger les jeux de pouvoir dans la construction et l'évolution des IG.

Une recherche ancrée dans le terrain, à la poursuite d'un modèle

L'ensemble de ce travail a été conduit dans une démarche de théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967) qui permet de bâtir « chemin faisant » le cadre théorique, en fonction des résultats du terrain, grâce à un processus constant de traitement et d'analyse des données. La théorie ancrée est une posture, plus qu'une méthode, qui permet une construction théorique de la question de recherche et des catégories d'analyse en parallèle de la collecte des données, par un aller-retour incessant entre observation du terrain et théorie. L'enquête de terrain a permis de questionner progressivement plusieurs hypothèses successives, qui se construisaient peu à peu sur la base de la non-vérification de l'hypothèse précédente (abduction). Cette démarche a permis d'aboutir à la question de recherche et aux deux hypothèses que nous avons retenues pour la thèse (cf. 5.1. et 5.2. de cette introduction).

6.2. Plan de la thèse

La thèse est organisée en deux parties qui comportent chacune quatre chapitres. La première partie présente le cadrage théorique (le modèle économique des indications géographiques) et méthodologique de la thèse. La seconde partie porte sur l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam. Les résultats issus du terrain sont présentés en distinguant les systèmes nationaux indonésien et vietnamien des IG, des expériences locales d'IG analysées. Une discussion de ces résultats au regard du contexte national et du modèle des IG présenté dans la partie 1 est proposée à la fin de la partie 2.

Le **chapitre 1** présente le processus de qualification territoriale des produits. Le chapitre aborde dans un premier temps la qualification par l'origine des produits de terroir pour intégrer

progressivement la dimension territoriale des PQT permettant de faire émerger, sur la base d'une réputation de qualité et de coordinations territoriales, des rentes de qualité territoriales.

Le **chapitre 2** analyse le fait que la rente n'est jamais acquise du fait de problèmes d'information et d'action collective. Le maintien de la rente est rendu possible grâce à diverses institutions formelles (labels, certifications, etc.) et informelles (proximité, confiance, réseau) visant au maintien des qualités du produit, à l'amélioration de l'information sur les marchés et entre les producteurs sur ces qualités et à la gestion collective des ressources.

Le **chapitre 3** présente l'indication géographique comme un type d'institution pouvant maintenir la rente, sous certaines conditions. Ce chapitre synthétise les conditions institutionnelles du modèle des IG et envisage divers usages de ce modèle qui peut se développer dans des contextes variés. Nous explorons en particulier les cas où l'IG intervient à un stade émergent du processus de qualification territoriale et envisageons les conséquences de ces situations sur les conditions du modèle.

Le **chapitre 4** présente la posture de recherche ainsi que la méthodologie utilisée. Les aspects méthodologiques précis (construction du dispositif d'enquête, types de données à collecter, choix méthodologiques, guides d'entretiens...) sont expliqués.

Le **chapitre 5** est consacré à l'analyse des systèmes institutionnels nationaux des IG en Indonésie et au Vietnam. Nous revenons sur l'évolution des politiques agricoles de ces deux pays afin de situer le contexte d'émergence des IG, puis nous analysons leur construction et les modalités de mise en œuvre (administratives, financements, connaissances et apprentissages, etc.). Dans chacun des deux pays, nous présentons balayage rapide des premières expériences d'IG depuis l'établissement des cadres juridiques.

Le **chapitre 6** présente, sous la forme de micro-histoires, les six expériences locales d'IG sélectionnées, en analysant la construction des dispositifs institutionnels locaux et leurs interactions avec le processus de qualification territoriale du produit.

Le **chapitre 7** interprète les résultats des chapitres 5 et 6 et les confronte dans une approche comparative. Nous revenons alors sur nos hypothèses de travail à la lumière des résultats présentés et discutons dans quelle mesure ces hypothèses peuvent être validées.

En **conclusion** nous soulignons les apports de cette thèse, les limites de ce travail, ainsi que les perspectives de recherche.

PREMIERE PARTIE

Utilité et usages du modèle des indications
géographiques

Une indication géographique est un objet économique particulier à bien des égards. Une IG est, en premier lieu, un objet du droit permettant de protéger juridiquement une forme de propriété intellectuelle. Une IG est également un signe de qualité visant à véhiculer une information sur les marchés. Une IG peut enfin être considérée comme un ensemble de règles, construites par des acteurs en vue de coordonner leurs activités en lien avec un produit (production, commercialisation, gestion des ressources, usage du nom, promotion, etc.).

Il n'existe pas de théorie des indications géographiques à proprement parler en économie. Cependant, les approches économiques des IG sont nombreuses dans la littérature. En se basant sur celles-ci, l'objectif de cette première partie est de construire un cadre conceptuel permettant d'une part d'expliquer le fonctionnement économique des IG en les considérant comme un ensemble d'institutions équipant les marchés, et d'autre part d'analyser leurs conditions de fonctionnement en partant du constat de leur diversité (des justifications, de leurs usages, de leurs modalités de construction).

La complexité des IG est apparue rapidement dans cette recherche, venant confirmer le fait que notre étude ne pouvait se limiter à une approche purement économique. Analyser le fonctionnement des IG implique de questionner plusieurs notions allant de la qualité au prix, de l'information à l'action collective ou encore du rôle de l'État à celle de la participation des acteurs au processus de décision. Une combinaison d'approches et d'outils empruntant à l'économie, au droit, à la sociologie ou à la géographie s'est révélée nécessaire. Le cadre conceptuel présenté dans cette partie a été construit *ad hoc* et combine économie de la qualité et du territoire, dans un cadre général résolument institutionnaliste.

Le **chapitre 1** analyse le processus de qualification par lequel des produits issus d'un « terroir » spécifique acquièrent une typicité pouvant générer une réputation et permettre de les différencier sur les marchés. Ce chapitre intègre des apports de l'économie du territoire et aboutit à la présentation de la rente de qualité territoriale. Le **chapitre 2** montre que le maintien de cette rente peut être compromis par des configurations économiques caractérisées par une incertitude et examine spécifiquement deux éléments potentiellement incertains, l'information et l'action collective. Diverses institutions sont alors envisagées pour réduire ces incertitudes. L'indication géographique est présentée dans le **chapitre 3**, comme un outil juridique de protection des produits dont la qualité est liée à l'origine, associée à un dispositif institutionnel permettant de limiter le risque d'érosion de la rente. Les conditions de fonctionnement des IG sont analysées d'un point de vue théorique, mais également en s'appuyant sur les divers usages constatés des IG. Nous présentons ensuite dans le **chapitre 4** la posture de recherche et la méthodologie mise en œuvre dans le but de questionner, dans les contextes indonésien et vietnamien, les interactions entre IG et processus de qualification territoriale des produits.

CHAPITRE 1

Du processus de qualification à la rente, une
rencontre entre le terroir et le territoire

L'influence des caractéristiques d'un terroir sur celles d'un produit conduit parfois ses producteurs à mettre en avant l'origine géographique afin de faciliter l'identification du produit sur le marché. Cette qualification du produit ne suffit cependant pas à la valorisation économique de ses qualités car cette dernière dépend de la reconnaissance par les consommateurs de la typicité du produit. Cette reconnaissance construit une réputation de qualité liée à l'origine, que l'ensemble des producteurs peuvent alors invoquer dans leurs stratégies de différenciation du produit, en vue de capter le consentement à payer des consommateurs.

Nous présentons dans une première section de ce chapitre le **processus de qualification des produits de terroir (I.)** en revenant sur la notion de terroir, sa complexité et son évolution et en montrant comment un terroir peut progressivement façonner les qualités intrinsèques d'un produit (sensorielles, gustatives...) mais aussi symboliques en attachant au produit un série d'attributs reliés à la zone de production. La difficulté de prouver la typicité des produits est soulignée, renforçant ainsi le caractère subjectif de ce lien entre un produit et son terroir.

Nous observons ensuite comment **la reconnaissance de cette typicité peut permettre de valoriser les ressources en construisant une rente (II.)**. Un ensemble de coordinations entre producteurs et acteurs de la filière est nécessaire pour aboutir à une convention de qualité, qui devient le fondement de la réputation du produit. Cette réputation, portée par le nom géographique, est par nature collective, elle évolue dans le temps selon les dynamiques du processus de qualification du produit, mais aussi selon les éventuels changements de perceptions des consommateurs sur la qualité. Ainsi, le consentement à payer et les premiums de prix associés varient avec les préférences, ce qui peut modifier la valorisation du produit et donc la rente. Un moyen de pérenniser la rente de qualité est d'impliquer un ensemble d'acteurs du territoire, et non seulement de la filière, dans sa gestion. Cette appropriation de la rente par les acteurs du territoire facilite la mise en œuvre de coordinations territoriales autour des ressources communes (réputation, identité régionale, savoir-faire, traditions, etc.). Une rente de qualité gérée par les acteurs locaux, au travers d'actions et de projets collectifs, devient alors une rente de qualité territoriale.

I. Du terroir au produit typique

Cette section a pour objectif de présenter le processus de qualification des produits par l'origine géographique. Nous montrons dans un premier temps que l'**origine géographique fournit un ensemble d'informations** plus riche que la seule indication de provenance (1.1.). Nous retraçons ensuite l'utilisation du terme « terroir » et montrons comment le **concept de terroir** (1.2.), au départ fondé sur des approches physiques et agronomiques a été progressivement enrichi par les sciences humaines. Enfin, nous présentons la qualité des produits comme un enjeu stratégique en analysant les **biens comme un ensemble de caractéristiques en évolution** (1.3.).

1.1. Ce que l'origine veut dire

Faire mention de l'origine géographique d'un produit peut constituer, en première lecture, une simple information sur le lieu de provenance du bien. Pour certains consommateurs, le message véhiculé se borne effectivement à cette indication et n'évoque rien d'autre. Dans d'autres cas cependant, indiquer l'origine géographique d'un produit ouvre sur un ensemble plus étendu d'informations. Ces informations, plus ou moins précises selon l'expérience de l'acheteur et sa connaissance de la région de production, peuvent se rassembler en trois groupes.

Le premier groupe concerne le produit lui-même, c'est-à-dire ses caractéristiques intrinsèques. L'origine géographique renseigne sur des propriétés générales (le nom Laguiole pour un fromage indique qu'il s'agit de lait de vache) et sur certaines particularités propres au produit, comme par exemple une saveur spécifique (le nom Apremont pour un vin renseigne sur un goût fruité et minéral, peu acide). Ces caractéristiques distinguent ce produit des autres produits de la catégorie.

Le deuxième groupe d'informations renvoie à ce que l'on pourrait appeler « l'avant-produit », qui englobe une série de facteurs mis en œuvre dans le processus de fabrication. Ces informations portent sur ce qui interagit dans le système de production pour donner les caractéristiques du produit proposé. Cela peut être un savoir-faire particulier, les outils et les méthodes de production, les pratiques de transformation, etc. Par exemple, un connaisseur d'huile d'olive saura que la variété cultivée est la Tanche lorsqu'il s'agit d'une huile d'olive de Nyons.

Au-delà des informations sur les caractéristiques et sur le système de production, l'origine géographique renvoie également à un troisième groupe d'informations rassemblant un ensemble d'images mêlant paysages, style de vie et culture locale. Ces représentations associées au lieu, variables entre les différents acheteurs, enrichissent l'information transmise. Elles viennent ajouter à la dimension

productive et gustative une dimension symbolique, culturelle ou esthétique. C'est une sorte de carte postale, qui situe le produit dans son contexte socioculturel et paysager de production.

Mentionner l'origine géographique est un moyen ancien de renseigner sur les qualités d'un produit. Le Goffic (2010) recense plusieurs références dans la Bible, comme les cèdres du Liban recherchés par le roi Salomon (Premier livre des Rois, chapitres 5, 6 et 7) et chez Hérodote ou Platon décrivant les bronzes de Corinthe ou le marbre de Phrygie appréciés des Grecs. Dans le *Traité des Appellations d'Origine*, Vivez (1943) extrait également de la Bible plusieurs mentions d'origine pour des produits précieux tels que l'or d'Ophir, les pierreries de Tharsis, les vins de Baal-Hamon ou de Praminos. Audier (2008) souligne l'ancienneté de l'usage de l'origine géographique pour des produits insulaires, notamment pour les vins des îles Grecques (vin de Santorin attesté dès 1640 avant J-C ou vin doux de Samos). Balzac décrit le vin de Soulanges en précisant que « cette nature de terroir explique le goût particulier du vin de Soulanges, vin blanc, sec, liquoreux, presque semblable à du vin de Madère »²⁴.

On pourrait poursuivre longtemps cette recherche, dans les textes anciens ou dans la littérature plus récente, des mentions d'origine portées par des produits. La profusion des exemples d'appellations d'origine, qu'elles soient « protohistoriques » (Audier, 2008) ou actuelles, nous démontre l'importance et l'ancienneté de la mention d'origine géographique des produits. Plus qu'une indication sur la provenance, l'origine géographique renseigne sur les caractéristiques d'un produit et nous parle d'un lieu, de ses occupants et de leur histoire.

1.2. Du mot au concept de terroir

Le mot terroir emprunte à deux origines latines, l'une signifiant territoire et l'autre, terre. Nous présentons l'**utilisation et le sens accordé au terme terroir (1.2.1.)** en fonction de ces deux origines. Nous décrivons ensuite la consolidation progressive du **concept de terroir**, d'abord abordé sous l'angle des ses **composantes physiques (1.2.2.)**, puis saisi par les **sciences humaines (1.2.3.)**. Nous soulignons finalement l'utilisation grandissante du terroir dans les **discours politiques** ainsi que la **sphère médiatique (1.2.4.)**, ce qui a pour effet d'affaiblir son sens et a conduit à un **besoin de définition (1.2.5.)**.

²⁴ Balzac (1885). *Paysans*, Deuxième partie, chapitre II (Les conspirateurs chez la reine), p. 300.

1.2.1. La signification du mot « terroir » : origine et évolution

Selon le Dictionnaire Historique de la langue française (édition 2010), le terme terroir provient de deux origines latines : *territorium* en latin populaire, que l'on peut entendre comme territoire et *terra* en latin classique, signifiant terre. La première étymologie établit un lien entre le terroir et ses occupants, ceux qui l'habitent, le possèdent, y travaillent et en ont construit les limites (celles du territoire). La seconde étymologie se concentre sur les caractéristiques agronomiques du terroir. Nous examinons ici les évolutions de l'utilisation de ce mot terroir en fonction de ces deux origines.

L'ancienneté du terme terroir remonte au XIII^{ème} siècle. Les traces les plus anciennes apparaissent dans des actes de ventes ou dons de terres. Par exemple, la Charte de Seclin, datant de 1281, dans laquelle le terme *tieroir*, vieux français de terroir, est employé dans son sens original pour signifier une zone géographique délimitée²⁵. Deux formes dérivées de *territorium*, (*tioroer* puis *tieroir*), ont été utilisées successivement au cours du XIII^{ème} siècle pour désigner un « pays ou un espace de terre » (Dictionnaire Historique de la langue française, édition 2010). Pendant quatre siècles, le *tieroir* désignera dans le langage courant un espace géographique délimité pouvant correspondre sur le plan géographique et agronomique à une grande diversité de situations (portion de terre cultivée, forêt, landes, habitations...). En pratique, le terme *tieroir* est généralement assorti d'un nom propre, celui du village dont l'espace dépend ou du nom de famille du propriétaire de la terre. Si le terroir est un espace géographique délimité, cette délimitation est le résultat de son occupation et de son utilisation par une communauté humaine identifiée. Le terroir n'est donc pas un espace libre, il est approprié, revendiqué et défendu par un propriétaire ou un groupe²⁶. En somme, cette première signification du terroir, dérivée de *territorium* est à entendre comme un espace délimité et administré.

Aux XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles, le terroir revêt une signification plus précise, basée sur une approche agronomique (Prévoist, 2011). La signification a évolué en se rapprochant de sa seconde origine latine, *terra*, signifiant terre, ici au sens de sol ou de matière qui nourrit les végétaux. Le terroir désigne alors une portion de terre délimitée et cultivée dont les caractéristiques pédologiques sont connues et relativement homogènes. On distingue alors de bons et de moins bons terroirs, en fonction de la fertilité du sol et de son adaptation à différentes cultures par exemple. À partir du XVIII^{ème} siècle,

²⁵ La Charte de Seclin mentionne « quatre bonniers de tiere, (...) gisans ou tieroir de Seclin » cédés par Jacques de Seclin au profit de l'hôpital Notre Dame. « Quatre bonniers de tiere » équivaut à environ quatre hectares ; « gisans ou » signifie « appartenant à ».

²⁶ Le latin *territorium* est également à l'origine des verbes *terere* (retourner la terre) et *terrere* (effrayer, mettre en fuite).

le sens du mot terroir sera fondé sur ce lien entre la terre et sa capacité à produire, en particulier pour les vins (Dedeire, 1997).

Une nuance supplémentaire apparaît au XIX^{ème} siècle, avec une définition du terroir comme une « région rurale, provinciale, considérée comme influant sur ses habitants » (Dictionnaire Historique de la langue française, édition 2010). La dimension humaine du terroir réapparaît ici, non pas dans le sens de l'appropriation d'une zone délimitée, mais dans la relation d'influence qu'un terroir peut avoir sur ses occupants. Selon cette définition, une série d'indicateurs (langue, accent, habitudes socioculturelles...) permettent de deviner le terroir d'origine d'une personne²⁷.

L'édition 2013 du Dictionnaire Larousse donne trois définitions à l'entrée terroir : « (1) ensemble des terres exploitées par les habitants d'un village, (2) ensemble des terres d'une région, considérées du point de vue de leurs aptitudes agricoles et fournissant un ou plusieurs produits caractéristiques, par exemple un vin, et (3) province, campagne considérées comme le refuge d'habitudes, de goûts typiquement ruraux ou régionaux : *Un écrivain du terroir* ». Ces trois définitions nous semblent rassembler les usages passés du terme terroir en tant que zone géographique appropriée, terre ayant des aptitudes agricoles et lieu influençant les us et coutumes de ces habitants. La seconde définition du Larousse, en précisant « produits caractéristiques, par exemple un vin », ouvre une voie sur l'influence particulière que le terroir peut avoir sur ses produits et leurs caractéristiques. Les sous-parties suivantes s'intéressent plus précisément à ce lien entre terroir et qualités des produits.

1.2.2. Le terroir vu comme une entité physique

La dimension physique du terroir a été largement étudiée par la géographie et l'agronomie, en particulier sur l'exemple de la production viticole. Nous pouvons citer notamment les travaux de Morlat et Asselin (1992) sur les vins du Val-de-Loire et ceux de Morlat et Bodin (2006) montrant l'importance de différents types de sols sur les caractéristiques des vins de la zone Anjou Villages Brissac.

La thèse de Cadot (2010) sur la typicité du vin s'appuie sur une bibliographie de plus de 150 références dont la majorité sont des travaux techniques portant sur les propriétés pédoclimatiques d'une région ou les caractéristiques sensorielles des vins. Ces résultats de recherches, qui restent difficiles d'accès pour un non spécialiste, témoignent de l'ampleur de l'investissement scientifique dans le

²⁷ « N'en déplaise à ceux qui pourraient nier l'influence du terroir, je sentais qu'il y avait en moi je ne sais quoi de local et de résistant que je ne transplanterais jamais qu'à demi » (Fromantin, 1863, p. 137). La littérature de terroir fournit d'excellentes illustrations des traditions régionales ainsi que des portraits, parfois critiques, de ces habitants des terroirs (par exemple, les ouvrages de Per-Jakez Hélias sur le pays Bigouden).

domaine. Si le type de sol est le facteur naturel le plus investi par les chercheurs, l'analyse des composantes physiques du terroir dépasse la seule variable pédologique pour aboutir à une conception qui englobe un ensemble d'éléments naturels (sol, climat, ensoleillement, relief...). L'étude du terroir s'étend également aux cépages, en analysant leur capacité d'adaptation à différents milieux physiques (Stefanini et al., 2003 ; Van Leeuwen et al., 2004). Ces travaux établissent généralement l'existence de liens entre certaines caractéristiques naturelles d'un milieu et les qualités particulières d'un produit. Ainsi, Morlat et Bodin (2006) démontrent que les raisins issus de sols faiblement altérés sont significativement plus petits et plus riches en sucres, anthocyanes et phénols²⁸.

Certains travaux proposent de rassembler les différentes variables étudiées (Morlat, 1998) pour tenter de définir les composantes physiques du terroir. D'autres travaux identifient de nouvelles variables, qui se divisent en sous-variables, et qui entrent en interaction. Le terroir est alors qualifié de « système interactif » (Van Leeuwen et Seguin, 2006). En étudiant les terroirs de plusieurs régions viticoles, les auteurs observent finalement que des vins de haute qualité sont produits dans le monde entier par des vignes poussant sur des sols d'une immense diversité et qu'il n'est « généralement pas possible d'assimiler une carte des sols d'une région donnée avec une carte du potentiel de qualité pour la production de vin » (Van Leeuwen et Seguin, 2006, p. 6).

La liste des facteurs composant le terroir s'allonge d'articles en articles et des niveaux de complexité apparaissent avec la découverte d'interactions entre facteurs. L'analyse minutieuse des terroirs ne permet pas de réduire le nombre de facteurs de variation, mais de les décomposer. Comme le soulignent Barrey et Teil (2011), « le terroir reste une source d'interrogation pour les scientifiques qui ne parviennent pas à en stabiliser les traits caractéristiques ». Il n'est pas ici question de remettre en cause l'intérêt des études sur les aspects physiques du terroir, ces travaux constituant un riche corpus scientifique. Toutefois, il apparaît que le terroir en tant que notion ne peut être défini par ses seules caractéristiques physiques, ni par son résultat (variant lui aussi), mais plutôt comme un processus complexe de production. Teil (2011) parle de définition « procédurale » du terroir qui n'existe pas indépendamment de l'action humaine de producteurs. C'est en étudiant les façons de produire, les choix techniques et les divers éléments en jeu dans ces processus que la notion de terroir émerge. En ce sens, le terroir doit être appréhendé de manière plus qualitative que quantitative, comme un lien qui se

²⁸ Les anthocyanes sont des pigments végétaux naturels responsables de la couleur rouge des vins. Les phénols sont des composées chimiques aromatiques, ces molécules sont le support des principales propriétés organoleptiques des vins.

tisse entre différents éléments agronomiques, sociologiques et économiques d'une région de production et un produit (Deloire et al., 2008b).

1.2.3. La notion de terroir en sciences humaines

Comme le souligne Cadot (2011), une approche du terroir comme simple entité physique paraît limitée et imparfaite. À partir des années 1980, l'approche physico-géographique du terroir va être complétée par les sciences humaines. Ces travaux permettent de faire progresser la compréhension de cette notion réputée difficile à « scientificiser » (Prévost, 2011). Deffontaines (2005) voit dans cette évolution un glissement sémantique d'une approche physique à une approche sociétale.

Au-delà de ses caractéristiques physiques, le terroir est alors considéré comme un espace occupé par une communauté humaine de production. Ce groupe humain localisé influence le milieu par ses pratiques agricoles et d'aménagement. Si le milieu physique n'est que faiblement transformable, il est modelable et contient un potentiel que des activités humaines adaptées peuvent révéler (Bérard et Marchenay, 2006). Ce potentiel peut s'exprimer au travers d'un ou plusieurs produits dont les spécificités sont attribuables à une combinaison particulière et localisée de facteurs naturels et humains. À l'inverse, le milieu physique influence également la communauté de production et les pratiques agricoles sont conditionnées dans une certaine mesure par les conditions naturelles locales. Par exemple, la durée de pâture d'un troupeau dépend de la qualité et du type de prairies ainsi que des conditions climatiques, la transformation d'un produit visant à améliorer sa conservation est plus répandue dans des régions éloignées des foyers de consommation. C'est dans la relation particulière entre les hommes et leur environnement, au travers d'une activité de production localisée, que le terroir se construit. Il peut donc être envisagé comme le résultat, changeant, de l'interaction permanente entre des facteurs naturels et humains.

La construction d'un terroir de production apparaît comme un processus relativement involontaire dans le sens où les producteurs ne se coordonnent pas particulièrement dans le but identifié et formulé de « construire un terroir ». Les coordinations entre producteurs sont plutôt orientées vers l'échange et la transmission de connaissances et la recherche de solutions à des difficultés techniques. L'émergence d'un terroir de production, grâce à la convergence des pratiques agricoles, peut être analysé au regard de la théorie des rendements croissants d'adoption (Arthur, 1989) selon laquelle une technologie n'est pas choisie parce qu'elle est la meilleure, mais qu'elle devient la meilleure parce qu'elle est choisie. Des rendements croissants d'adoption sont observés dans des situations où la proximité géographique joue comme levier de diffusion d'une technique ou d'une innovation. Les

réseaux dans les systèmes de production facilitent alors la circulation d'information et accélèrent l'apprentissage par les nouveaux adoptants. Dans le cas de la production agricole, des phénomènes de rendements croissants d'adoption ont été observés en agriculture biologique (Pernin, 1994) et au sein des systèmes agroalimentaires localisés (Muchnik et de Sainte Marie, 2010). Plus le nombre de producteurs utilisant une technique est élevé, plus les autres producteurs sont incités à le faire. Le terroir se construit dans cette dynamique et renforce progressivement la spécificité du produit. Pour autant, tisser des liens entre le produit et sa région de production n'était pas en soi une finalité initialement envisagée par les acteurs.

Appréhender le terroir en intégrant sa dimension humaine et sociotechnique implique donc d'étudier les pratiques agricoles ainsi que leurs évolutions dans le temps. Les savoir-faire particuliers s'établissent sur le temps long, ils résultent de l'adaptation des pratiques et s'affinent au fil du temps. Il s'agit alors d'observer comment les producteurs ont utilisé et utilisent individuellement et collectivement les ressources locales pour élaborer le produit. Ces pratiques révèlent des choix successifs opérés par les producteurs dans l'éventail des mises en valeur possibles.

Les échanges entre producteurs génèrent un sentiment d'appartenance à un groupe au sein duquel des pratiques se mutualisent. Cette dimension collective est au cœur de la dynamique des terroirs. Les pratiques individuelles sont discutées, se transforment et progressivement convergent vers une pratique collective significativement partagée. Le lien entre les produits et leurs terroirs est fondé sur ce caractère collectif de la production et « cette dimension collective les inscrit dans la culture locale et permet de distinguer l'origine (être de ce lieu) de la provenance (venir d'un lieu sans qu'un lien particulier existe avec lui). » (Bérard, 2011, p. 12).

Les choix de pratiques agricoles sont influencés par des éléments externes au système de production lui-même tels que des contraintes réglementaires, environnementales ou économiques (Deloire et al., 2008a). De même, les préférences des acheteurs pour certaines caractéristiques des produits conduisent les producteurs à modifier leurs pratiques afin de satisfaire cette demande. Le terroir ne se construit donc pas uniquement de l'intérieur, mais aussi en réponse à son environnement économique, réglementaire, social, etc.

Le terroir, considéré comme un ensemble complexe de facteurs naturels et humains, ne peut désormais plus être vu comme une donnée physique mais bien comme un construit qui se révèle progressivement dans le temps. Il est le résultat des interactions répétées entre les hommes et leur

milieu. Il n'est donc ni une ressource spontanée, qui préexisterait aux activités humaines de production, ni un résultat fixe et statique.

1.2.4. Épuisement du terme « terroir » et besoin de définir le concept

L'essor du modèle agroindustriel à partir des années 1970 a fragilisé les représentations d'une agriculture par essence localisée. Les regards portés sur le monde rural changent et « l'agriculture est en passe de devenir une activité à localisation précaire et révisable » (Bérard et Marchenay, 1995). Dès les années 1980, un élan de patrimonialisation (Revel, 2000) vise à valoriser les traces d'expériences collectives passées. Barham (1997) y voit une réaction sociale face à la modernisation et la globalisation qui engendreraient un sentiment de perte de valeurs et de dilution des spécificités culturelles locales.

Dans le but de protéger les identités et les savoir-faire locaux et afin d'éviter une situation de « terroir déraciné » (Hervieux, 1993), la mise en avant des produits agroalimentaires reconnus comme spécificités régionales fait partie des stratégies d'acteurs locaux (élus, agriculteurs, commerçants...) engagés dans le soutien d'une agriculture locale de qualité. Cette « glorification des racines » (Bérard et Marchenay, 1998) ou « mode du terroir » (Delfosse, 2011), intègre le terroir comme dernier rempart face à la standardisation alimentaire, faisant de cette notion un argument dans un projet politique de développement local.

La mobilisation croissante du terme terroir pour la promotion de produits agricoles et dans le discours politique a pour conséquence un certain épuisement du terme. Bien que largement utilisée, la notion de terroir reste relativement floue et « l'intérêt grandissant pour les produits d'origine depuis le milieu des années 1990 et l'utilisation médiatique et marketing du terme « terroir » a contribué à le rendre plus vague et affaiblir son sens » (Casabianca et al., 2005). Cependant, comme le souligne Bérard (2011), les références parfois hasardeuses au terroir et le « surinvestissement médiatique » ne doivent pas masquer l'importance des questions liées à la notion : celles de la qualité des produits agroalimentaires d'une part et celle, plus générale, des liens entre un lieu et une société.

Face à cette utilisation croissante et parfois abusive du terme, et au basculement de la notion vers la sphère médiatique, la recherche s'est fixée l'objectif d'établir une définition du terroir en se basant sur des travaux scientifiques collectifs. Il s'agit de préciser les contours du concept de terroir afin de le rendre plus opérant. Pour Barjolle et al. (1998), le concept de terroir se doit d'emprunter aux trois idées suivantes qui se complètent : (i) un support pédoclimatique, (ii) un espace de savoir et de

pratiques et (iii) des traditions et des usages localisés. Des travaux conduits par l'INAO et l'INRA²⁹ au début des années 2000 ont abouti à la définition suivante : « Un terroir est un espace géographique délimité, où une communauté humaine a construit au cours l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires socio-techniques mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation pour un produit originaire de ce terroir » (Casabianca et al., 2005). Cette définition, reprise par l'UNESCO et désormais partagée par nombre de chercheurs, a permis une certaine stabilisation du terme (Prévost, 2011).

1.2.5. Les enjeux de la traduction du terme terroir

S'appuyant sur la définition proposée par l'INAO et l'INRA, la notion de terroir apparaît aujourd'hui relativement bien saisie. Cependant, si ceci est valable dans un contexte francophone, les équivalents du mot terroir dans d'autres langues font parfois défaut ou renvoient à d'autres notions³⁰ et le terme est souvent qualifié d'intraduisible. L'article de Barham intitulé *Translating terroir : the global challenge of the French AOC labeling* (2003) illustre cette difficile traduction. Selon l'auteur, il n'existe aucune traduction satisfaisante dans la littérature anglo-saxonne et le terroir est le plus souvent désigné indirectement par son expression institutionnelle au travers d'un système de labellisation de l'origine. Barham souligne toutefois que malgré des traductions parfois incertaines, la multiplication des références au « terroir » dans la littérature anglo-saxonne reflète l'importance de la localisation des productions agricoles dans les travaux de recherches sur l'alimentation.

Dans leur dictionnaire consacré à l'alimentation, Alary et al. (2009) soulignent que le terroir est « une notion assez spécifiquement française » (p. 663). Pour Bérard (2011) cette spécificité tient au fait que la notion de terroir est fortement liée à l'histoire et à la construction de la nation française. Après 1789, la construction de la nation repose sur une volonté de lissage des particularités locales vues, dans

²⁹ L'INAO est l'Institut National de l'Origine et de la Qualité, chargé de la mise en œuvre de la politique française relative aux produits sous signes officiels d'identification de l'origine et de la qualité. L'INRA est l'Institut National de la Recherche Agronomique.

³⁰ Le site internet de traduction WordReference traduit le mot terroir par « *soil, land* » et par « *local* » pour un adjectif, un « produit de terroir » est ainsi traduit par « *local product* » ; en espagnol le même site traduit terroir par « *región* » et « *tierra* ». Le site Linguee trouve des traductions du mot terroir en « *home produce, local product* » ou « *origin-based product* », qui est le terme souvent utilisé dans les articles scientifiques ; en espagnol Linguee traduit par « *tierra* », « *origen* » ou « *territorio* » et par « *terruño* » qui semble s'approcher de la signification français de terroir. Le Cambridge Dictionary Online ne connaît pas de traduction anglaise du mot terroir, le Collins Online le traduit par « *soil* » et « *region* ». En 2013, l'Oxford English Dictionary enregistrait une nouvelle entrée pour le terme « goût de terroir » défini comme « *the distinctive taste of a wine or brandy, viewed as deriving from the growing conditions in the region from which the grapes originate* ». Les aspects temporels et humains, pourtant au cœur de la conception française du terroir, ne sont pas pointés dans cette définition.

le projet jacobin, comme des barrières à une organisation administrative centralisée fondée sur des valeurs unanimement partagées. Les tensions entre le national et le local sont un thème récurrent de cette construction nationale, « tout le 19^{ème} siècle est marqué par la volonté de la part du pouvoir d'en finir avec les particularismes locaux en les marginalisant au profit de la nation » (Bérard, 2011). Ce processus a fait naître des revendications identitaires autour des langues régionales et de l'attachement aux régions, en réponse à une volonté d'uniformisation portée par l'État. Cette vision contextualisée de l'émergence de la notion de terroir est également au cœur de l'essai d'Assouly (2004) sur le mythe du terroir. L'auteur dessine le terroir comme une construction historique et idéologique, développée à partir de la Révolution française et basée sur le lien entre les habitants et leur région dans une période où l'État cherche à mettre en place un sentiment d'appartenance à la nation. Selon l'auteur, la représentation du terroir s'échafaude sur un sentiment de nostalgie et d'idéalisation des sociétés rurales qui met en avant l'authenticité et une invocation permanente des traditions.

Malgré les difficultés de traduction, l'usage du mot terroir se développe à l'international. Le terme est généralement utilisé en français, avec des sens variables (produit local, produit fermier, produit traditionnel...), ou en anglais par *origin*, donnant *origin-based product*. Le sentiment d'authenticité dont parle Assouly, mis en regard avec l'impression de perte de valeurs et d'identités liée à la globalisation, pourrait expliquer l'intérêt porté au terroir au niveau international. On comprend alors que l'enjeu autour de la traduction reflète un enjeu plus global qui a trait à la reconnaissance et à la revalorisation du monde rural et des productions agricoles localisées.

1.3. Stratégie de qualification et produits typiques

Cette partie s'intéresse au processus de qualification entendu comme une stratégie mise en œuvre par les producteurs. La qualification des produits permet en effet de modifier la concurrence entre produits sur un marché en les différenciant les uns des autres. La concurrence s'établit alors progressivement sur les qualités des produits et non plus uniquement sur les prix. L'économie de la qualité se fonde sur cette approche des biens qui intègre la qualité comme une variable stratégique des marchés. Nous abordons dans un premier temps la **différence entre biens homogènes et produits de qualité (1.3.1.)** résultant du processus de qualification. Les consommateurs évaluent **les caractéristiques et les attributs (1.3.2.)** des produits en fonction de leurs préférences. La notion de **typicité (1.3.3.)** permet de comprendre la qualification des produits fondée sur le lien à l'origine. Produire un produit typique et mettre en avant cette typicité apparaît ainsi comme une stratégie des producteurs visant à valoriser le terroir et ses spécificités.

1.3.1. Des biens homogènes aux produits de qualité : la différenciation comme enjeu stratégique

Le modèle de la concurrence pure et parfaite de la théorie économique standard fait l'hypothèse que les biens sont homogènes. Leur qualité est considérée comme une donnée prédéfinie et leurs caractéristiques sont estimées fixes et non évolutives dans le temps. Les acteurs de l'échange sont supposés détenir une information parfaite sur la qualité de biens, l'objectif d'un acheteur étant de trouver le bien recherché au prix le plus faible afin d'en retirer une utilité globale maximale. À prix égal, les biens sont donc totalement substituables, la concurrence entre les biens et entre les firmes étant alors parfaite. Dans cette approche des biens homogènes, le prix est le facteur essentiel d'ajustement de l'offre et de la demande.

À partir des années 1930, les économistes investissent la qualité des biens comme objet de recherche. La théorie de la concurrence monopolistique développée par Chamberlin (1953b, 1953a) remet en cause l'hypothèse d'homogénéité des biens. Cette approche marque un tournant majeur dans l'analyse économique en intégrant la qualité comme une variable économique à part entière. Les qualités qu'un bien peut revêtir sont de nature très diverse. Certaines qualités sont dites intrinsèques car elles sont propres au bien lui-même (poids, couleur, goût...). Les biens renferment également des qualités extrinsèques, faisant référence à des éléments extérieurs au bien mais liés à ses conditions de vente (localisation ou réputation du vendeur par exemple). À un prix donné, les consommateurs se basent donc sur les qualités des différents produits proposés pour faire leur choix.

Les qualités d'un bien ne sont pas immuables, elles évoluent dans le temps. « *One must take it into account because products are not in fact « given » ; they are continuously changed - improved, deteriorated, or just made different – as an essential part of the market process* » (Chamberlin, 1953b, p. 3). Il est intéressant de souligner l'emploi du terme « produit » (du latin *producere* : faire avancer) – et non du terme « bien » -, qui met en avant le caractère non stabilisé des produits qui se transforment au fil d'opérations successives dans un système de production combinant plusieurs facteurs. Le terme bien désigne quant à lui un état, certes provisoire, mais impliquant un certain degré de stabilisation des qualités (Callon et al., 2000). Les qualités d'un produit lui sont attribuées progressivement au cours d'épreuves de qualification, ou, à l'inverse, lui sont retirées lors d'étapes de « détérioration ». La possibilité de ce double mouvement est au cœur de la vision dynamique des produits selon Chamberlin. Callon et al. (2000) illustrent ce double mouvement par la phrase suivante : « Différent et semblable, singulier et comparable, telle est la nature paradoxale du bien économique qui est constitutive de la dynamique des marchés » (p. 221). Cette dynamique de qualification-déqualification qui construit des singularités ou

des similitudes est déroulée à l'extrême par Chamberlin lorsqu'il parle de concurrence monopolistique, situation dans laquelle chaque vendeur se retrouve isolé dans un marché très spécifique au sein duquel un seul type produit aux caractéristiques uniques est échangé. Mais ces vendeurs peuvent à tout moment se retrouver concurrencés par l'entrée de produits ayant acquis des qualités similaires.

En considérant désormais les biens comme des produits, résultants d'un processus continu de qualification, la qualité devient une variable stratégique influençant les marchés (Callon et al., 2000). Les producteurs mettent en œuvre des opérations de qualification dans le but de modifier les qualités de leurs produits et cherchent à le rendre moins substituable. Le processus de qualification peut être gouverné par les acteurs de manière graduelle et par ajustements successifs, en tenant compte des réactions des acheteurs à l'évolution des qualités du produit. À l'instar de Karpik (1989) qui décrivait une économie de la qualité en prenant pour exemple le marché du travail des avocats, Callon et al. (2000) parlent d'économie des qualités pour désigner les marchés, dynamiques, dans lesquels des acteurs variés mettent en place de nouvelles formes d'organisations dans le but de qualifier leurs produits.

1.3.2. Le renforcement du rôle des consommateurs par l'approche des caractéristiques et des attributs

Un complément de la théorie de Chamberlin est proposé par Lancaster (1966) dans sa nouvelle théorie du consommateur basée sur les notions de caractéristiques et de biens complexes. Lancaster éclaire le comportement des consommateurs en insistant sur l'évaluation que ces derniers font des caractéristiques des biens. L'utilité des biens n'est pas dérivée des biens eux-mêmes mais des différentes caractéristiques de ces biens et de la satisfaction que les consommateurs peuvent retirer de ces caractéristiques. « *The chief technical novelty lies in breaking away from the traditional approach that goods are the direct objects of utility and, instead, supposing that's it is the properties or characteristics of the goods from which utility is derived* » (Lancaster, 1966, p. 133).

Les préférences des consommateurs et donc leurs décisions d'achat résultent d'une appréciation des caractéristiques des biens. Selon Lancaster, les consommateurs classent les caractéristiques par ordre de préférence (ou d'utilité) et, par agrégation des caractéristiques, classent indirectement les biens. L'unité d'analyse n'est donc plus le bien pris comme une donnée globale, mais la caractéristique, un bien possédant en général plusieurs caractéristiques et plusieurs caractéristiques pouvant être partagées par plusieurs biens. Lancaster envisage ainsi une mise en relation possible entre plusieurs biens. Des biens différents pouvant partager une ou plusieurs caractéristiques communes, cela établit des relations

de similitudes entre produits d'une même famille ayant une identité partagée. De plus, la consommation de plusieurs biens de façon combinée peut être analysée comme la consommation d'un nouveau bien dit complexe, dont les caractéristiques peuvent être différentes des caractéristiques des biens pris séparément.

Bien que Lancaster considère les biens non homogènes, ses travaux restent reliés aux théories de l'économie néoclassique dans le sens où les caractéristiques sont considérées comme données au départ. Cette hypothèse ne permet pas de penser véritablement les processus de qualification tels qu'ils ont été décrits par Chamberlin. Dans les années 1980 et 1990, les sciences de gestion et sciences cognitives ont fourni une approche des consommateurs qui nous semble plus facilement mobilisable pour une analyse des produits de qualité liée à l'origine. Ces travaux placent au centre de l'analyse l'importance de facteurs subjectifs et affectifs dans le processus de choix des consommateurs. Filser (1996) passe ainsi de la conception lancastérienne des biens (comme ensemble de caractéristiques) à une approche des biens comme ensemble d'attributs. Ces attributs sont non codifiés et leur appréciation dépend fortement de l'identité du consommateur et de sa réaction aux images, symboles ou souvenirs que le produit génère chez lui. L'utilité d'un bien est alors fonction de l'état psychologique dans lequel l'acte d'achat plonge le consommateur (Filser, 1996). Le rôle actif des consommateurs, au travers de leurs expériences participant à la construction de leurs préférences en amont de l'achat et de l'évaluation de la satisfaction retirée par l'achat, est ici renforcé.

1.3.3. La typicité comme expression du lien entre un terroir et ses produits

Parmi les divers facteurs pouvant qualifier les produits agroalimentaires, l'origine géographique occupe une place de choix. Comme nous l'avons vu au 1.1., le terroir peut influencer les qualités intrinsèques du produit au travers de techniques particulières de production et peut « attacher » au produit une série d'attributs renvoyant à la région de production (ses paysages, ses traditions, ses coutumes...) qui pourront être perçus par les consommateurs. Il s'agit donc bien ici d'attributs au sens de Filser car l'appréciation de ces attributs varie selon les consommateurs. Par exemple, le fait qu'une personne ait déjà visité une région ou non va modifier ses représentations et par conséquent son évaluation de l'utilité retirée d'un produit originaire de cette région.

Les produits de terroir, ou produits d'origine, sont des productions agroalimentaires ou d'artisanat considérées comme des spécialités locales car ils expriment l'originalité du terroir qui les produit. Ces produits particuliers font partie intégrante de l'histoire du lieu, ils sont mis en avant lors de

manifestations culturelles locales, expriment l'identité régionale et jouent le rôle d'« ambassadeurs » du territoire (Bencardino et Marotta, 2000).

Le terme typicité traduit simplement l'état de ce qui est typique, c'est-à-dire ce qui correspond à un type donné. Un « type » peut être défini comme « le modèle, la référence, la forme idéale, qui réunit au plus haut degré les propriétés, les traits, les caractères essentiels d'une classe d'êtres ou de choses de même nature, de même catégorie » (Salette, 1997, p. 12). La notion de typicité traduit donc l'appartenance à un groupe dont les caractéristiques sont définies et le produit typique présente un degré suffisamment élevé de conformité aux critères définissant un type. On comprend alors qu'un produit ne sera pas perçu comme typique seulement parce qu'il est différent des autres mais bien parce qu'il est similaire à une famille de produits.

Deux notions peuvent alors être distinguées : la spécificité et la typicité. La spécificité désigne le caractère particulier d'un produit qui se distingue des autres du fait de ses caractéristiques. Dire qu'un produit est spécifique ne fournit pas d'explications sur les raisons de cette particularité. En revanche, la notion de typicité renvoie directement au lieu et à l'origine géographique. En ce sens, la typicité contient à la fois la notion de spécificité et l'explication de cette spécificité qui est due à l'origine du produit. « Les caractéristiques d'un produit sont typiques, et non seulement spécifiques, si elles sont tributaires d'un lieu, si elles ont un lien au terroir, si elles résultent de conditions de production localisées » (Barjolle et al., 1998).

Le Dictionnaire Historique de la langue française (édition 2010) précise que le mot typicité apparaît au début des années 1980 et « s'emploie surtout à propos d'un vin, typique par son terroir, son cépage, sa vinification ». Bien que très fréquemment utilisée pour qualifier des vins, la notion de typicité peut s'appliquer à d'autres productions, dès lors qu'un effet terroir est identifié. Bérard et Marchenay (2007) soulignent la diversité des produits typiques en s'appuyant sur de nombreux inventaires de produits aux qualités liées à l'origine. Les productions typiques concernent tous les secteurs de l'agroalimentaire et des stades divers de transformation. Selon les auteurs, deux critères communs à cette diversité se dégagent : la profondeur historique et les savoir-faire partagés.

Evaluer la typicité d'un produit suppose des connaissances sur les caractéristiques qui définissent le type. La notion de typicalité (Trognon, 2005), ou jugement de typicalité (Ladwein, 1998), est un outil cognitif de catégorisation développé par les consommateurs. L'évaluation de la typicalité n'implique pas de décrypter avec exactitude l'ensemble des caractéristiques d'un produit mais consiste

plutôt en un processus de comparaison entre plusieurs produits. C'est par ce processus qui identifie des similitudes et des différences que les caractéristiques des différents types se construisent.

Le jugement de typicalité des produits par des consommateurs est une démarche complexe qui prend en compte de plusieurs registres (agronomiques, historiques, culturels...). La typicalité s'établit et s'évalue au regard d'un groupe humain de référence, formé d'acteurs divers (producteurs, transformateurs, consommateurs...) qu'il faut au préalable identifier. C'est la perception de la typicalité par ce groupe humain qui doit être analysée, malgré les difficultés liées à l'hétérogénéité d'un tel groupe (Cadot, 2010). La typicalité peut être objectivable pour certaines caractéristiques tangibles, en se basant par exemple sur le profil organoleptique et sensoriel d'un produit (Stone, 1974 ; Fischer et al., 1999 ; Perrin et al., 2008), cependant elle renferme également une part subjective et intangible liée à l'appréciation de l'authenticité d'un produit ou son caractère traditionnel. Evaluer la typicalité d'un produit implique donc d'une appréciation globale de ses qualités tangibles et intangibles (Salette, 1997 ; Trognon, 2005). Les arguments de la typicalité d'un produit empruntent donc à plusieurs registres et combinent l'examen de caractéristiques tangibles et d'attributs intangibles. Il n'y a pas un seul type de lien au terroir ni une seule façon de le démontrer. Ce lien doit donc être raisonné en fonction du produit considéré, de ses usages et de l'histoire locale. L'appréciation du lien au terroir se fait « au cas par cas » en considérant la diversité possible de modes d'ancrage d'un produit et en intégrant le fait que les facteurs humains et naturels à l'origine de la typicalité ne sont pas statiques et peuvent évoluer dans le temps (Tregear, 2001).

Selon Sauvageot (1994) la notion de typicalité peut renfermer un jugement de valeur car elle est parfois entendue comme synonyme de qualité au sens de qualité supérieure (plus de goût, meilleure qualité sanitaire, etc.). À l'instar de Cadot (2006), nous ne retiendrons pas cette équivalence entre typicalité et qualité, « un produit typique n'est pas synonyme de produit de qualité : un produit « bien fait » peut ne pas être typique, de la même manière certains défauts du « standard » peuvent faire la typicalité, comme par exemple le faible niveau de gaz et la teneur élevée en acidité volatile des « sidra » des Asturies ». Enfin, comme le souligne Salette (2006) « estimer qu'un vin est typique ce n'est pas exiger sa correspondance à un standard fixe, c'est simplement le reconnaître comme faisant partie d'une même famille ». La typicalité est donc comprise comme l'expression de certaines caractéristiques communes à plusieurs produits et liées aux conditions de production et non comme la garantie d'une qualité supérieure.

II. Reconnaissance de la typicité et valorisation économique des ressources par la rente

Le processus de qualification des produits par l'origine confère aux produits des qualités qui, lorsqu'elles sont reconnues comme étant typiques, appréciées et recherchées par les consommateurs, permettent de construire peu à peu une réputation de qualité liée à l'origine. Le terroir étant à la base de cette qualification et de la réputation, la renommée est associée au nom géographique de la région de production. Cette section s'intéresse à la notion de réputation en présentant dans un premier temps **la convention de qualité comme fondement de la réputation** des produits de terroir (2.1.). Nous abordons ensuite la **dimension collective de la réputation** (2.2.) qui est accessible à tous les producteurs utilisant le nom géographique. Nous présentons ensuite une forme de valorisation économique de cette réputation qui s'exprime au travers d'une **rente de qualité** (2.3.). L'identification de risques de disparition de cette rente nous conduit à analyser la **territorialisation de la rente** comme un moyen de la pérenniser (2.4.).

2.1. La convention de qualité comme fondement de la réputation

Pour Eymard-Duvernay (1989), une convention de qualité est un accord, généralement informel, portant sur les qualités particulières d'un produit, qui se constitue par un processus d'interactions à plusieurs niveaux. Letablier et Delfosse (1995) identifient plus précisément ces niveaux (ou phases). Les interactions se développent en premier lieu au sein des réseaux locaux, dans lesquels la proximité entre producteurs et consommateurs permet d'aboutir à un premier niveau de convention sur la qualité entre acteurs. Cet accord se confronte ensuite aux diverses normes établies nationalement et évolue pour partie sous l'effet de ces normes, ce qui suppose un second niveau d'interactions. Enfin, l'élargissement du nombre de producteurs s'accompagne de nouvelles interactions qui engendrent des ajustements de la convention de qualité. Letablier et Delfosse (1995) insistent sur l'importance des coordinations locales (premier niveau). La qualité des produits typiques doit être perçue localement comme une « convention sociale localisée » qui résulte de deux formes d'interactions : les échanges entre producteurs et les échanges entre producteurs et consommateurs.

D'une part, les producteurs échangent sur leurs pratiques et confrontent leurs modes de production au niveau local. Si les producteurs sont souvent les premiers consommateurs de leurs produits, il n'est pas rare de constater qu'ils ont eux aussi des difficultés à en définir les particularités et à expliquer clairement ce qui les rend différents des autres. Les échanges entre producteurs dans divers cadres (groupements, coopératives, matériel commun, formations agricoles, projet, etc.) les amènent à

comparer leurs pratiques et leurs produits et à distinguer les traits communs. En mettant en relation les différentes qualités des produits avec les différentes ressources mobilisées par les producteurs, la connaissance locale des liens entre qualités et facteurs localisés de production se renforce.

D'autre part, les échanges entre producteurs et consommateurs contribuent à construire la convention de qualité autour du produit. Les consommateurs peuvent identifier certaines caractéristiques distinctives facilement décelables (forme, couleur particulière) qui constituent les premiers indicateurs permettant de reconnaître le produit sur le marché. Pour d'autres caractéristiques moins faciles à observer, un échange entre consommateurs et producteurs est nécessaire. Les consommateurs peuvent alors questionner les producteurs sur les qualités particulières du produit et sur les raisons de ces particularités. Ces échanges incitent les producteurs à décoder leurs méthodes de production pour identifier l'origine de ces caractéristiques distinctives. Les conventions de qualité des produits de terroir se fondent sur une connaissance de l'activité de production par les consommateurs (Ruffieux et Valceschini, 1996).

Au fil de ces interactions entre acteurs du système alimentaire local, la connaissance des qualités du produit et de son lien à l'origine se structure. Les consommateurs développent une sensibilité plus fine pour ce produit et ses qualités distinctives qu'ils parviennent peu à peu à attribuer à des ressources spécifiques présentes dans l'aire de production. L'identification des critères et de facteurs de typicité permet aux acteurs de mettre des mots sur la qualité et de s'entendre sur ce qui fait l'originalité et authenticité du produit de terroir. Dès lors, il devient plus facile d'expliquer ce qu'est, par exemple, le piment d'Espelette ou la lentille verte du Puy.

L'établissement d'une convention de qualité est soumis à une volonté de compromis entre les acteurs car la perception du lien à l'origine est un objet de débats (Eymard-Duvernay, 1993). Les conventions de qualité résultent donc d'un processus de négociation dans les réseaux d'acteurs qui suppose une certaine proximité entre acteurs. Belletti (2000) analyse le processus de constitution d'une réputation pour l'huile d'olive extra-vierge de Toscane en Italie et souligne les liens de proximité reliant producteurs et consommateurs sur un marché initialement restreint. C'est bien grâce à cette proximité que des espaces d'échange se créent et permettent l'expression d'opinions, d'accords ou de désaccords et que la négociation a lieu. Eymard-Duvernay (1993) explique qu'il ne suffit pas que quelques acteurs centraux définissent les « bonnes règles de production » pour qu'elles se diffusent, que le produit développe certaines particularités et que l'accord sur la qualité soit établi. Selon l'auteur, le succès d'une convention de qualité provient du fait que ce sont les producteurs eux-mêmes qui, malgré —ou grâce— à leur diversité, sélectionnent un système de règles de production considéré comme base de la qualité du

produit. Ce socle commun de méthode de production est discuté et s'ajuste progressivement, les écarts fréquents à la règle et la « déformation du produit » faisant partie du processus de construction de l'accord sur les qualités.

Eymard-Duvernay (1993) mobilise le cadre théorique de l'économie des conventions (Boltanski et Thevenot, 1991) pour souligner qu'il existe plusieurs registres, ou plusieurs « grammaires » dans les négociations des conventions de qualité des produits. Dans le cas des produits agroalimentaires, le registre domestique est souvent confronté au registre industriel. Cette confrontation peut aboutir à plusieurs sous-filières basées sur des conventions de qualité différentes (Boisard et Letablier, 1987)³¹. Les différents produits jouissent alors de réputations différentes, comme c'est le cas pour le fromage Camembert, dénomination aujourd'hui générique utilisée pour un fromage industriel de qualité standard, seule une petite partie de la production - commercialisée sous le nom Camembert de Normandie - répond à des règles particulières de production et bénéficie d'une réputation de qualité liée à l'origine. Cet exemple illustre la pluralité des conventions de qualité qui se construisent dans des mondes divers. Un compromis qui rassemble l'ensemble des acteurs n'est donc pas toujours atteint.

Lorsque les acteurs locaux parviennent à un compromis sur les qualités du produit, cet accord « fonctionne comme un repère conventionnel qui permet de construire une réputation sur la reconnaissance d'une spécificité fondée sur l'origine du produit » (Letablier et Delfosse, 1995, p. 97). La réputation se développe autour du nom géographique utilisé pour signaler le produit aux consommateurs et indiquer son lien à l'origine. Ce nom géographique devient alors un signal utilisable par tous les producteurs, pour informer les acheteurs de la typicité du produit. La partie suivante traite de cette utilisation collective de la réputation au travers de l'usage du nom.

2.2. Un nom géographique comme support d'une réputation collective

Un produit qualifié par son terroir et réputé sur la base d'une convention de qualité peut être signalé sur le marché par la mention de son origine géographique. Les ressources spécifiques mobilisées

³¹ L'analyse de Boisard et Letablier (1987) sur le fromage camembert s'appuie sur la confrontation entre un modèle de production relevant du registre domestique (moulage à la louche, collecte du lait en petit volume et en bidons, commerce de détail en épiceries et magasins spécialisés) et un modèle industriel (lait réfrigéré dans des tanks à lait puis pasteurisé, importance des normes sanitaires, distribution en grande surface). Les particularités du produit sont fréquemment débattues entre acteurs et l'accord sur les qualités fait l'objet de nombreuses controverses. En l'occurrence, chacune des sous-filières (domestique et industrielle) a développé sa vision propre de ce que doit être la qualité du camembert, des indicateurs permettant de l'évaluer et des règles à respecter pour l'obtenir.

dans le processus de qualification ainsi que la réputation du produit apparaissent alors comme des actifs partagés par les différents producteurs.

Landon et Smith (1998) observent que la réputation individuelle des producteurs et la réputation collective associée à un nom géographique ont toutes deux un impact positif sur les prix, et que le marché valorise plus fortement la réputation collective lorsque le produit présente une qualité que les consommateurs reconnaissent. Dès lors, les producteurs de produits typiques réputés ont intérêt à communiquer davantage sur la typicité du produit et la spécificité des ressources locales que sur leur image individuelle de producteur. Gergaud et Vignes (2000) étudient l'émergence du phénomène de réputation sur le cas du vin de Champagne et observent que « les signes de qualité sont le plus souvent attachés, non à l'entreprise, mais aux produits eux-mêmes » (p. 56). Si dans un premier temps chaque vendeur cherche à renforcer sa propre réputation, une fois la convention de qualité établie, les réputations individuelles tendent à converger vers une réputation collective autour du nom géographique de la région. La concurrence entre les producteurs se réduit dans une certaine mesure car le produit se trouve davantage en compétition avec les autres produits de la catégorie (ayant d'autres origines et d'autres méthodes de productions).

Ce phénomène de réputation collective est particulièrement repérable lorsque le produit est commercialisé en dehors de sa zone de production (Belletti, 2000). Les vendeurs pris séparément cherchent à promouvoir leur produit en communiquant sur sa typicité et en insistant sur le fait que ses qualités ne peuvent être obtenues dans une autre région. Cette démarche d'information des consommateurs sur les qualités du produit est un investissement de chaque producteur dans la réputation collective du nom géographique.

Pour Tirole (1996), la réputation collective correspond à l'agrégation des réputations individuelles. Par ailleurs, l'auteur démontre qu'une réputation collective élevée incite les nouveaux membres d'un groupe à investir dans la promotion du bien et à faire les efforts nécessaires pour maintenir la qualité. Ce résultat a été testé et validé par Gergaud et al. (2012) à travers l'étude de neuf vins de Bordeaux vendus sur le marché européen. Les auteurs observent des retombées positives de la réputation « *umbrella* » portée par la dénomination Bordeaux qui vient renforcer la réputation individuelle des neuf vins étudiés. Selon les auteurs appartenir à un groupe dont la réputation collective est plus élevée (que la réputation individuelle des membres) génère des rentes plus élevées.

2.3. Valorisation de la réputation : une rente de qualité pour les produits de terroir

La réputation d'un produit de terroir reflète un sentiment de confiance des consommateurs qui s'attendent à ce que le produit possède les qualités particulières recherchées. Cette confiance dans l'existence de qualités typiques s'exprime par un consentement des consommateurs à payer ce produit plus cher que d'autres produits de la catégorie (« premiums de prix »). Nous présentons dans une première sous-partie la **valorisation de la réputation par les premiums de prix (2.3.1.)**. La rareté des actifs en jeu dans la qualification des produits de terroir nous conduit à examiner le concept de rente en envisageant dans un premier temps **différents types de rentes (2.3.2.)**. Nous développons ensuite le cas de la **rente de qualité pour les produits de terroir (2.3.3.)** et soulignons les risques de disparition de cette rente.

2.3.1. De la réputation au premium de qualité

Shapiro (1983) définit la réputation d'un produit comme « la qualité attendue du point de vue des consommateurs », cette réputation reflète donc à la fois un jugement sur les qualités du produit et une mémoire des comportements passés des vendeurs. Cette mémoire peut faire naître un sentiment de confiance envers certaines firmes et leurs produits en se basant sur les comportements passés des vendeurs. La construction de la réputation fait donc intervenir une combinaison entre le temps long d'une multiplicité d'échanges passés et l'anticipation des comportements futurs des vendeurs.

Lorsque le sentiment de confiance envers un produit est suffisamment fort pour générer un phénomène de réputation, cela peut conduire à une valorisation supérieure de ce produit par rapport au prix moyen de ce type de produit sur le marché. Shapiro (1983) parle alors de « premium de prix ». Les produits bénéficiant d'un premium en lien avec une qualité particulière se trouvent dans une configuration différente de la compétition classique dans laquelle les producteurs concurrents cherchent à réduire leurs coûts de production dans le but de pratiquer des prix toujours plus compétitifs. À l'inverse, pour les produits de qualité, l'enjeu n'est pas de réduire les coûts de production afin de vendre à des prix inférieurs aux concurrents, mais bien de communiquer sur les qualités du produit et les investissements effectivement réalisés pour obtenir ces qualités, dans le but de justifier auprès des consommateurs un prix supérieur au prix d'un produit standard.

Plusieurs auteurs soulignent que la qualification par l'origine peut entraîner ce phénomène de valorisation de la réputation par un premium de prix accordé au produit (Allaire, 2009 ; Reviron, 2009 ; Bramley, 2012 ; Lamani et al., 2015). Ce premium traduit donc la confiance des consommateurs dans le

fait que les producteurs mobilisent effectivement les ressources spécifiques conduisant aux qualités typiques. Pour Belletti (2000), il s'agit également de la transformation d'un « surplus culturel », tenant à l'identité d'un produit local, en un « surplus économique ». Notons que la confiance dans les qualités du produit et la valorisation d'attributs symboliques ou culturels attachés au produit et appréciés par les consommateurs ne sont pas les seuls déterminants des premiums. Les travaux de Veblen sur la surconsommation des plus riches – appelée « consommation ostentatoire » – montrent que la survalorisation d'un bien est un moyen pour une élite sociale d'affirmer son rang. On peut alors observer une augmentation de la demande avec le prix (effet Veblen), qui ne traduit donc pas la reconnaissance des qualités d'un produit, mais un choix social de positionnement d'une classe (Veblen, 1970).

La confiance des consommateurs envers un produit peut se réduire considérablement si les vendeurs commencent à fournir, de manière volontaire ou non, un produit dont les qualités sont inférieures à celles attendues. Klein et Leffler (1981) proposent un modèle de concurrence dans lequel des firmes qui produisent des produits de faible qualité en les vendant à des prix élevés acquièrent une mauvaise réputation et sont finalement exclues du marché. Les auteurs font l'hypothèse que les consommateurs peuvent communiquer entre eux sans coûts particuliers ; ainsi si une firme vend un produit dont les qualités sont inférieures à celles attendues (les auteurs parlent d'un « contrat sur les qualités »), tous les autres consommateurs l'apprennent et toutes les ventes futures sont perdues.

On peut donc parler d'une dynamique de la réputation, qui émerge et se renforce à mesure que les producteurs investissent dans la qualité, mais qui peut aussi se réduire dès lors que la qualité du produit baisse, entraînant une déception et une perte de confiance des consommateurs. La réputation et les premiums de prix associés ne sont donc jamais acquis.

Mesurer un premium peut être difficile, notamment en ce qui concerne la définition du groupe de consommateurs pertinent à considérer. Pour des produits dont la réputation de qualité est déjà solidement établie, il est possible de relever les prix et de les comparer au prix du produit standard de cette catégorie (toutefois, il n'est pas toujours évident d'identifier le produit standard à prendre comme référence). Pour les produits plus récemment engagés dans un processus de différenciation et dont la réputation est encore naissante, relever et comparer les prix ne permet pas toujours d'appréhender le premium. Il convient alors d'évaluer le consentement à payer grâce à des enquêtes de consommation portant sur les préférences et les perceptions des attributs des produits (Vandecastelaere et al., 2009). L'annexe A1.1 présente plusieurs méthodes possibles d'évaluation des premiums de prix.

2.3.2. Les différents types de rentes

L'analyse des premiums de qualité permet de repérer et éventuellement de mesurer l'effet de la réputation sur les prix des produits. Cette approche de la formation des prix en fonction des préférences des consommateurs se concentre donc principalement sur l'étude de la partie aval des filières. Lorsqu'il s'agit d'analyser les ressorts de la qualification de produits et du phénomène de réputation en se basant davantage sur une analyse de l'offre (ressources et les stratégies des producteurs), la littérature économique mobilise plus généralement le concept de rente. La rente est un concept économique ancien basé sur l'idée d'un bénéfice lié à l'exploitation d'une ressource rare, initialement, la terre. Ce bénéfice s'explique par le fait que l'accès à cette ressource est limité et permet à un groupe restreint d'acteurs soit de réduire leurs coûts (unitaires) de production, soit de vendre à un prix supérieur aux autres produits. La notion a ensuite été élargie à d'autres facteurs de production (des ressources autres que la terre peuvent générer une rente) et au fait que la limitation de l'accès à la ressource puisse être d'ordre naturel ou une conséquence de l'action des acteurs économiques (barrières à l'entrée). Les cinq types de rente suivants ont été identifiés en fonction de leurs leviers d'émergence :

1. La *rente absolue* est liée à un revenu perçu par un propriétaire foncier du fait de son monopole sur une terre.
2. La *rente ricardienne* provient de l'exploitation par une entreprise d'un actif rare dont l'offre est limitée et qui ne peut être facilement reproduit, imité ou créé³². Dans cette même optique, des *quasi-rentes* apparaissent pour des entreprises capables de valoriser pendant une certaine période la spécificité de certains actifs rendus rares par ce processus de spécification.
3. La *rente de monopole* (ou rente de situation ou rente chamberlinienne³³) est la conséquence d'un choix d'un ou plusieurs acteurs de profiter d'une position dominante sur un marché pour

³² Le qualificatif « ricardienne » fait référence à la théorie de la valeur de Ricardo qui distingue les biens reproductibles et biens non-reproductibles. Pour les biens reproductibles, c'est le travail qui fait la valeur d'échange, or pour les biens non-reproductibles et donc limités, leur valeur dépend de la rareté. Initialement mise en évidence sur la rareté de la terre en cas de pression démographique ou de chute de fertilité, la rente ricardienne a ensuite été étendue à tout actif stratégique rare détenu par une firme (Arrègle, 1996).

³³ Le nom de « rente chamberlinienne » fait référence à la théorie de la concurrence monopolistique de Chamberlin, selon laquelle la différenciation d'un produit positionne - d'où son autre nom de « rente de situation » (Marchesnay, 2006) - la firme sur un marché réduit dans lequel elle est la première entrante et reste en position de monopole (Mekki, 2005) jusqu'à l'arrivée de nouveaux entrants. On peut parler de rente quasi-monopolistique car ces marchés de produits différenciés sont en évolution permanente. Pour Perier-Cornet (1990) la notion de rente de monopole s'applique aux systèmes productifs régionaux dans lesquels les acteurs ont mis en place des stratégies de différenciation des produits ; « ces situations s'apparentent en fait à celles qui sont caractérisées, dans la théorie de la firme, par les notions de « concurrence monopolistique » (au sens de Chamberlin, 1953) » (p. 28).

réduire son (ou leur) offre et bénéficier d'une augmentation du prix, voire pour augmenter directement les prix.

4. La *rente schumpetérienne* est un type de rente liée au développement de nouveaux actifs, à l'évolution de produits existants ou à la mise au point de nouveaux moyens d'utilisation de produits existants. Une entreprise est alors susceptible de capter des rentes schumpetériennes en faisant évoluer son offre pour la rendre mieux adaptée aux besoins exprimés ou pressentis de ses consommateurs. La rente schumpetérienne provient de capacités d'innovation et d'adaptation.
5. La *rente marshallienne* se construit grâce à l'exploitation de compétences propres à l'entreprise. Des modes d'organisations particulièrement efficaces permettent de réduire les coûts de productions internes et de dégager des bénéfices supérieurs à ceux réalisés par les entreprises concurrentes³⁴. Des *quasi-rentes* existent également (Marshall parle de rentes passagères) associées à l'exploitation de ressources internes moins pérennes ou au développement de compétences internes similaires chez les firmes concurrentes.

La notion de rente est donc intimement liée à la rareté de certains actifs. Cette rareté peut être en quelque sorte « donnée », dans le cas de ressources naturelles par exemple (qu'il convient toutefois de mettre en valeur) ; plus généralement, cette rareté est le résultat des opérations de l'entreprise qui transforme les *inputs* (facteurs génériques de production) en ressources ou actifs spécifiques. Ces ressources créées à partir d'*inputs* peuvent être de nature humaine, cognitive, technologique, organisationnelle, informationnelle. Leur rareté provient du fait qu'il n'existe pas de marché sur lesquels ces ressources spécifiques puissent s'acheter. L'entreprise, le groupe, les occupants d'un terroir qui les génèrent sont donc les seuls détenteurs de ces ressources.

Les différents types de rentes présentés correspondent à différents moyens possibles de générer des surplus (accès très limité à une ressource, abaissement des coûts, position dominante sur le marché, innovation, organisation). Tous les types de rentes restent temporaires et peuvent disparaître si les entreprises concurrentes développent des produits aux caractéristiques similaires ou des modes d'organisation comparables.

Dans la sous-partie suivante nous appliquons ce concept de rente aux produits de terroir et éclairons les risques qui peuvent entraîner une disparition de la rente.

³⁴ Marshall parle de « surplus du producteur » pour désigner le fait que de firmes peuvent obtenir, sur de courtes durées, des coûts plus bas que leurs concurrents, cette réduction des coûts pouvant être liée à la localisation de la firme ou à ses capacités internes de gestion.

2.3.3. Rente de qualité pour les produits de terroir et risque de disparition de la rente

En reprenant les types de rentes présentés dans la sous-partie précédente et en les appliquant aux produits agroalimentaires de terroir, nous pouvons observer diverses stratégies possibles que les producteurs peuvent mettre en œuvre (tableau 1).

Tableau 1 : Types de rente appliqués aux produits de terroir et stratégies des producteurs

Type de rente	Mécanisme central	Application aux produits de terroir : Stratégies possibles
Absolue	Propriété foncière	Louer un terrain agricole à prix élevé : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prix élevés du foncier dans certains vignobles réputés. ➤ Stratégie possible pour tous les produits (pas uniquement de terroir). ➤ Stratégie de mise en concurrence entre zones agricoles et non agricoles.
« Ricardienne »	Posséder/exploiter un actif stratégique rare	Amorcer, stimuler le processus de qualification du produit : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Variétés ou races d'élevage particulières, savoir-faire locaux de production et de transformation. ➤ Limitation de l'accès au terroir (délimitation d'une aire de production). ➤ Restriction sur l'usage de la réputation et du nom du produit (indication géographique, marques...)
Monopole « Chamberlinienne »	Différencier le produit, restreindre les <i>outputs</i>	Faire reconnaître les qualités différenciées du produit, chercher à se positionner sur une niche de marché, Limiter les quantités de produit offertes sur le marché : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promotion du produit, mise en avant de l'identité régionale, du paysage, des aménités. ➤ Harmonisation/stabilisation des qualités distinctives des produits entre les producteurs (meilleure visibilité du produit). ➤ Délimitation d'une aire de production. ➤ Réglementation des pratiques et des rendements. ➤ Stockage.
« Schumpetérienne »	Innovation et adaptation	Faire évoluer le produit pour le rendre plus apte à répondre aux besoins des consommateurs : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Modifier son processus de production. ➤ Changer son mode de présentation, emballage, circuit de distribution. ➤ Faire certifier/labelliser la production pour répondre à des attentes des consommateurs.
Marshallienne	Utilisation de compétences internes aux firmes	Organiser et coordonner la production : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organisation des producteurs, structuration de la filière. ➤ Partage de connaissance, apprentissages, renforcement des proximités, dynamique de <i>cluster</i>. ➤ Réduction des coûts : achat de matériel commun, promotion collective du produit

Trognon (2005) estime que les entreprises impliquées dans la production de produits de terroir cherchent principalement à construire des rentes de monopole en « réduisant l'offre d'un produit difficile à reproduire », ricardiennes (par exemple par l'exploitation combinée d'une variété, d'un certain climat et de savoir-faire localisés – cette combinaison ne peut être reproduite par des concurrents) ou marshalliennes (grâce à une organisation et des coordinations d'acteurs autour du produit). La rente absolue est exclue car la qualification d'un produit n'est pas liée à un statut de propriétaire foncier ; les rentes schumpetériennes, basées sur l'innovation et la mise au point de techniques nouvelles, sont également éloignées par Trognon qui considère que les dynamiques de produits de terroir visent la valorisation de pratiques anciennes et traditionnelles. L'auteur reconnaît néanmoins que des rentes d'innovation sont observables dans des situations, peu fréquentes, de « création de nouveaux produits de terroir », comme le cas cité du fromage de brebis Lavort³⁵.

Plusieurs auteurs s'accordent sur le fait que la stratégie de différenciation des produits de terroir s'apparente à une recherche de rente de type « chamberlinienne » (Perrier-Cornet, 1990 ; Remaud, 2001 ; Trognon, 2005) ; dans le même idée, Valceschini et Torre (2002) parlent d'une « rente de différenciation » qui traduit la valorisation économique des caractéristiques typiques d'un produit.

Contrairement à Trognon, Remaud (2001) envisage la possibilité d'une rente « schumpetérienne » pour les produits agroalimentaires de qualité en soulignant que les dynamiques de différenciation font intervenir des innovations. Nous reviendrons sur cette idée dans le chapitre 3, en examinant l'usage des indications géographiques. Enfin, Perrier-Cornet et Sylvander (2000) observent que le mode d'organisation des producteurs au sein des AOC repose sur l'instauration de barrières à l'entrée et que la coopération entre ces firmes organisées permet de dégager un surplus que l'on peut qualifier de rente/quasi-rente organisationnelle au sens marshallien.

La rente de qualité des produits de terroir peut donc provenir d'une des stratégies présentées dans le tableau 1 ou d'une combinaison de ces stratégies. Cette rente s'exprime par un surprofit (premium de prix) résultant de la rencontre entre une offre et une demande différenciées. « Son origine se trouve à la fois du côté de l'offre, lorsqu'il y a exploitation d'un facteur rare et non reproductible

35 Le fromage au lait de brebis Lavort est produit aux alentours du Puy-de-Dôme. La région ne témoigne d'aucune antériorité reconnue dans la production de fromagère au lait de brebis. Le fromage Lavort a été pensé par un ancien conseiller de la chambre d'agriculture. Ce fromage est produit dans une logique industrielle mais a été positionné dès sa création comme un produit différent de ceux du marché, ayant des qualités particulières. Trognon (2005) qualifie cette stratégie de « distinction » (par rapport au marché existant des fromages de brebis) et non de différenciation du produit (l'auteur estimant que les ressources utilisées restent peu différenciées). « La distinction résulte moins de la singularité des ressources que de la créativité du dirigeant et de sa capacité à la faire valoir » (Trognon, 2005, p. 443).

comme la fertilité du sol, une ressource naturelle ou un savoir-faire, et du côté de la demande lorsqu'elle est rigide pour des biens spécifiques et bénéficie d'un consentement à payer plus élevé pour des produits ayant des caractéristiques identifiables et appréciées » (Hirczak, 2007, p. 167).

Comme nous l'avons mentionné précédemment, quel que soit le type de rente, celle-ci n'est jamais établie de manière totalement durable. Les risques de disparition de la rente de qualité peuvent être de deux types. Il existe d'une part des risques externes au système de production, liés à l'apparition de nouveaux produits de terroir porteurs de noms différents mais de qualité proche (étant dans ce cas en situation de concurrence monopolistique). Ces risques externes comprennent également les risques d'imitations du produit de terroir sur le marché et d'usurpations du nom. Ces pratiques « trompent » les consommateurs sur les qualités des produits, ce qui réduit leur confiance et leur préférence pour ce produit dont la réputation de qualité est affaiblie.

D'autre part, des facteurs internes au système de production peuvent fragiliser la rente. Il s'agit de potentielles failles dans l'action collective au sein du groupe de producteurs. Des comportements de passagers clandestins (ou *free-riding*) consistant à vendre un produit de qualité inférieure tout en maintenant un prix élevé grâce à la réputation du nom (construite collectivement) peuvent apparaître. Des coordinations peu efficaces et une proximité trop faible entre acteurs peuvent également expliquer que les règles de production ne soient pas interprétées ou respectées par tous les acteurs de la même façon. Ces stratégies, qu'elles soient opportunistes ou non, conduisent à la mise sur le marché de produits dont les qualités ne répondent pas aux attentes des consommateurs ce qui peut nuire à la réputation et fragiliser la rente.

Afin de maintenir la rente de qualité, les producteurs de produits de terroir doivent se coordonner pour tenter de la pérenniser. Les coordinations territoriales autour du produit sont un moyen de territorialiser la rente de qualité, pour la rendre plus durable.

2.4. Territorialisation de la rente de qualité

Le processus de qualification d'un produit de terroir, fondé sur une combinaison de facteurs naturels et humains spécifiques, est par définition localisé. Il permet la construction d'une réputation pour le produit et l'émergence d'une rente de qualité. Plusieurs phénomènes peuvent fragiliser la confiance et les préférences des consommateurs pour ce produit et entraîner une diminution progressive de cette rente. La mise en œuvre de coordinations locales par les acteurs publics, privés et associatifs du territoire dans le but de consolider l'ancrage territorial du produit est un moyen de réduire les risques de disparition de la rente. Cette territorialisation de la rente est possible grâce à une volonté locale

d'établir un projet collectif autour de la qualification du produit et de sa différenciation sur les marchés. Nous commencerons par distinguer deux notions, **le terroir et le territoire (2.4.1.)**, en soulignant l'importance de deux composantes majeures de la construction territoriale que sont les coordinations entre acteurs pour une gouvernance locale et les ressources territoriales. Dans un second temps, nous présentons le concept de **rente de qualité territoriale (2.4.2.)** comme objectif possible des stratégies d'acteurs locaux visant à stabiliser la rente.

2.4.1. Distinction entre le terroir et le territoire

Le concept de terroir est souvent rapproché de celui de territoire, malgré l'existence de distinctions (Pecqueur, 2011). Si le terroir résulte d'une histoire longue et exprime la relation complexe entre un milieu, des facteurs naturels et les pratiques de production de la communauté humaine locale (cf. 1.2.2., 1.2.3. et la définition du terroir proposée au 1.2.5.), le territoire est à comprendre comme un construit socio-économique qui traduit un projet de développement en s'appuyant sur les liens entre un espace administratif et une logique patrimoniale (Peyrache-Gadeau, 2002). Quand le terroir a trait à la communauté, aux traditions et usages, à l'écosystème, le territoire se fonde sur une organisation des acteurs et un ensemble de coordinations et d'institutions qui agissent ensemble au sein d'un système productif pour le développement et l'aménagement.

L'intentionnalité des acteurs

Le territoire se distingue donc du terroir par sa structuration autour de l'action concertée dans le cadre de « projets de territoire ». L'intentionnalité des acteurs est au cœur de la fabrique des territoires, alors que le terroir émerge d'une manière relativement plus diffuse. « L'intentionnalité est une caractéristique de la territorialisation » (Lajarge, 2000), le territoire émerge donc avec l'énonciation d'un projet et d'objectifs communs. Ce projet est construit –doit être construit- par les acteurs locaux, qui ne doivent pas être les « oubliés du territoire » (Gumuchian et al., 2003).

Les définitions du concept de territoire

Comme le souligne Requier-Desjardins (2009), « le territoire n'est pas au départ un concept économique, l'économie spatiale néo-classique étant largement a-territoriale ». C'est dans la géographie que le concept de territoire prend sa source et cette discipline n'a cessé de développer ses définitions.

Dans leur Dictionnaire de la géographie, de l'espace et de la société, Lévy et Lussault (2003)³⁶ proposent neuf définitions du territoire, lui donnant un caractère polysémique. Ces définitions s'attachent à repérer les frontières entre le territoire et un autre concept géographique, l'espace. La septième définition établit que le territoire est « un espace approprié [...] disposant d'une manière ou d'une autre, d'un attribut de possession ou d'identification ». La notion d'appropriation est souvent liée à celle de territoire, comme chez Di Méo (1998) pour qui le territoire est une « appropriation à la fois économique, idéologique et politique (sociale donc) de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité ». Di Méo insiste sur la diversité des modes d'appartenance au territoire pour les acteurs. Le territoire se décline alors en *espace de vie* dans lequel les acteurs habitent et produisent, en *espace vécu et représenté* (lié à la conscientisation des pratiques) et en *espace social* fait de lieux partagés, de lieux de rencontres et de rapports sociaux. Dans une approche comparable, Louargant (2003) définit le territoire comme une construction qui combine le spatial, le vécu et le social (car le territoire est le lieu de projection de rapports socio-économiques).

La notion de territoire évolue donc progressivement en s'éloignant de l'idée d'un espace neutre et statique. Selon Abdelmalki et al. (1996), c'est la « densité institutionnelle » d'un espace qui en fait un territoire. Cette densité institutionnelle provient : (i) des dispositifs administratifs qui définissent les frontières (communes, départements...), (ii) des comportements collectifs des acteurs territoriaux, (iii) des règles et normes de comportement et d'interaction établies entre eux et (iv) des institutions formelles qui prolongent et organisent ces relations. Hirczak (2007) considère le territoire comme « un construit socioculturel (un système de valeur qui assure la régulation et l'intégration des comportements individuels) qui se maintient et se renouvelle au fil de l'histoire. Il n'est donc pas un simple réceptacle neutre et homogène de stratégies, il est un espace construit et différencié avec une limite, un « dehors » et un « dedans », une identité » (p.153).

Le territoire n'est donc pas le « milieu d'accueil » des activités hétérogènes d'acteurs localisés, ni le simple réceptacle de trajectoires de développement, il est une construction collective, dans plusieurs dimensions, d'un projet commun. L'appropriation de ce projet commun par les différents acteurs du territoire influence le rythme de développement du projet et du territoire. On peut donc parler d'une dynamique des territoires, cycle temporel dans lequel les territoires naissent, se développent et meurent, ou se transforment.

³⁶ Lévy, J. et Lussault, M. (dir.) (2003). Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, pp. 907-917.

Coordinations locales, gouvernance et ressources

Sans chercher à définir le territoire, Lamara (2009) tente d'en identifier les composantes principales. Son hypothèse est que le territoire est « un construit social résultant de la combinaison d'une *coordination d'acteurs*, non résolument économique, réunis pour résoudre un problème productif inédit et de *ressources territoriales* qui sont activées pour une dynamique renouvelée du territoire ».

Les analyses des coordinations entre acteurs s'inscrivent dans le prolongement de l'économie industrielle et géographique, revisitée par les approches territoriales. Les travaux sur les milieux innovateurs initiés par Aydalot (1986), l'industrialisation diffuse (Pecqueur, 1989), les districts industriels inspirés des travaux de Marshall (Becattini, 1992 ; Benko et al., 1996), puis les systèmes productifs localisés (Courlet, 2002) ont posé les bases de l'étude des coordinations entre acteurs économiques localisés. Tous ces travaux ont un point commun : ils soulignent la capacité d'entreprises localisées à interagir et à construire des régulations pour s'adapter aux contraintes externes. Ainsi, les économies réalisées par les petites entreprises au sein des districts industriels sont liées à leur concentration, à leurs échanges répétés et à l'organisation du travail. Le succès des districts italiens observés par Becattini est dû à une « atmosphère industrielle » locale qui permet des coordinations marchandes et non marchandes entre les entreprises, ce qui renforce leur compétitivité et leur capacité d'innovation. De même, les systèmes productifs localisés donnent à voir une organisation territoriale de la production qui permet aux entreprises de s'adapter efficacement aux évolutions du marché grâce à leur proximité et la confiance qui permet d'alterner intelligemment entre concurrence et coopération. Finalement, milieux, districts, systèmes productifs localisés et territoires renvoient à la même notion de coordination. Lamara (2009) en fait le premier pilier de la construction territoriale. C'est grâce à ce système de relations que les acteurs locaux identifient leurs objectifs de développement et agissent ensemble. La fréquence de ces interactions renforce le capital relationnel des acteurs et par conséquent le capital territorial (Camagni, 2008 ; Toth, 2014). Ce capital naît de la proximité, du partage de valeurs communes, de normes et de codes sociaux, il se fonde sur la confiance et garantit une plus grande réciprocité dans les échanges économiques, permettant de réduire les incertitudes et gagner en efficacité.

Le territoire a des limites dessinées par les proximités, c'est-à-dire les réseaux d'acteurs qui discriminent entre les « appartenants » (*insiders*) et les « extérieurs » (*outsiders*) (Pecqueur, 2003). Storper et Harrison parlent de gouvernance territoriale (1992) au sein de ces réseaux, qu'ils analysent comme les effets de la coopération entre les acteurs d'un réseau localisé de production. Selon les formes que prennent ces réseaux et le type d'acteurs impliqués, ces modes de gouvernance peuvent être privés,

institutionnels ou mixtes (Gilly et Perret, 2003 ; Leloup et al., 2005). Le territoire évolue en permanence avec la transformation de ces réseaux et modes de gouvernance. Ce processus est rythmé par l'identification et la résolution de problèmes productifs, ce qui requiert un compromis institutionnel entre acteurs économiques et acteurs publics locaux ou non (Pecqueur, 2003).

Les différents modes de gouvernance territoriale sont également le reflet des interactions variées entre les différents niveaux de l'action publique. Pour Torre (2000, cité par Pecqueur, 2003), la gouvernance territoriale peut être définie « comme un modèle de coordination qui vise à intégrer les mécanismes productifs et institutionnels dans les dimensions locales (proximité géographique vs proximité organisationnelle) et locales-globales (proximité locale vs proximité globale), la gouvernance territoriale apparaît comme l'expression des tensions et des arbitrages entre différents intérêts au niveau local ». Le concept de gouvernance territoriale permet donc d'analyser les actions collectives et les processus de décisions au sein des territoires, en prenant en compte la diversité des acteurs et leurs relations multiples, l'importance des réseaux, des conflits et des négociations entre points de vue parfois divergents (Bertrand et al., 2001).

Le second pilier de la construction territoriale est fondé sur la valorisation de ressources territoriales. Ici, Lamara (2009) rejoint Requier-Desjardins (2009) et Peyrache-Gadeau (2007) en considérant que la notion de ressource a permis un renouvellement de l'économie des territoires, notamment avec l'étude de l'ancrage territorial des productions et des processus de qualification. Au-delà des seules ressources naturelles, les ressources territoriales peuvent être immatérielles (un savoir-faire, un mode d'organisation de la production, un paysage) et non marchandes (histoires et identités communes). Elles apparaissent progressivement avec la prise de conscience collective de la valeur potentielle d'un ou plusieurs élément(s) du territoire (ressources latentes) qui peuvent devenir un actif grâce à un processus de spécification (Colletis et Pecqueur, 2005). « Tous les objets du territoire acquièrent de nouvelles valeurs, les perceptions changent et tout devient une ressource potentielle, et un élément de différenciation. La conception de la ressource passe ainsi d'un stock de matières disponibles sur le territoire à celle d'une construction par les acteurs qui qualifient et requalifient l'ensemble des objets du territoire » (Lamara, 2009, p. 11). Les ressources ne préexistent pas aux territoires et aux acteurs, elles sont révélées puis activées grâce aux coordinations locales (Gumuchian et Pecqueur, 2007). La construction territoriale est donc un processus par lequel les acteurs désignent et spécifient les ressources qu'ils projettent ensemble de mobiliser et valoriser afin de répondre à des enjeux de développement partagés.

L'activation nécessaire des ressources permet de penser une dynamique des ressources (Kebir, 2006) qui peuvent entrer dans des phases de croissance, d'érosion/épuiement, de mise en valeur et de pénurie. Les stratégies des acteurs vis-à-vis des ressources territoriales varient en fonction de leurs projets et des phases dans lesquelles se trouvent les ressources. Ainsi, une temporalité (révélation, valorisation, renouvellement) des ressources peut être observée en fonction des diverses stratégies d'acteurs, qui combinent des processus cognitifs, relationnels et organisationnels (Peyrache-Gadeau et al., 2010). Pecqueur et Lajarge (2012) développent la caractérisation de la ressource territoriale en proposant une grille composée de cinq *processus* et de quatre *attributs*. Les cinq processus (coordination collective, appropriation commune, apprentissage cumulatif, spécification progressive, territorialisation instituée) permettent de révéler/activer les ressources. Les quatre attributs (situable territorialement, objectivable, échangeable, dotée d'une qualité territoriale) caractérisent les ressources territoriales et, par conséquent, sont généralement le résultat des cinq processus combinés. Les ressources territoriales acquièrent ces attributs progressivement, au fur et à mesure de leur activation. La figure 2 illustre le processus d'activation des ressources territoriale en mettant en avant leur temporalité.

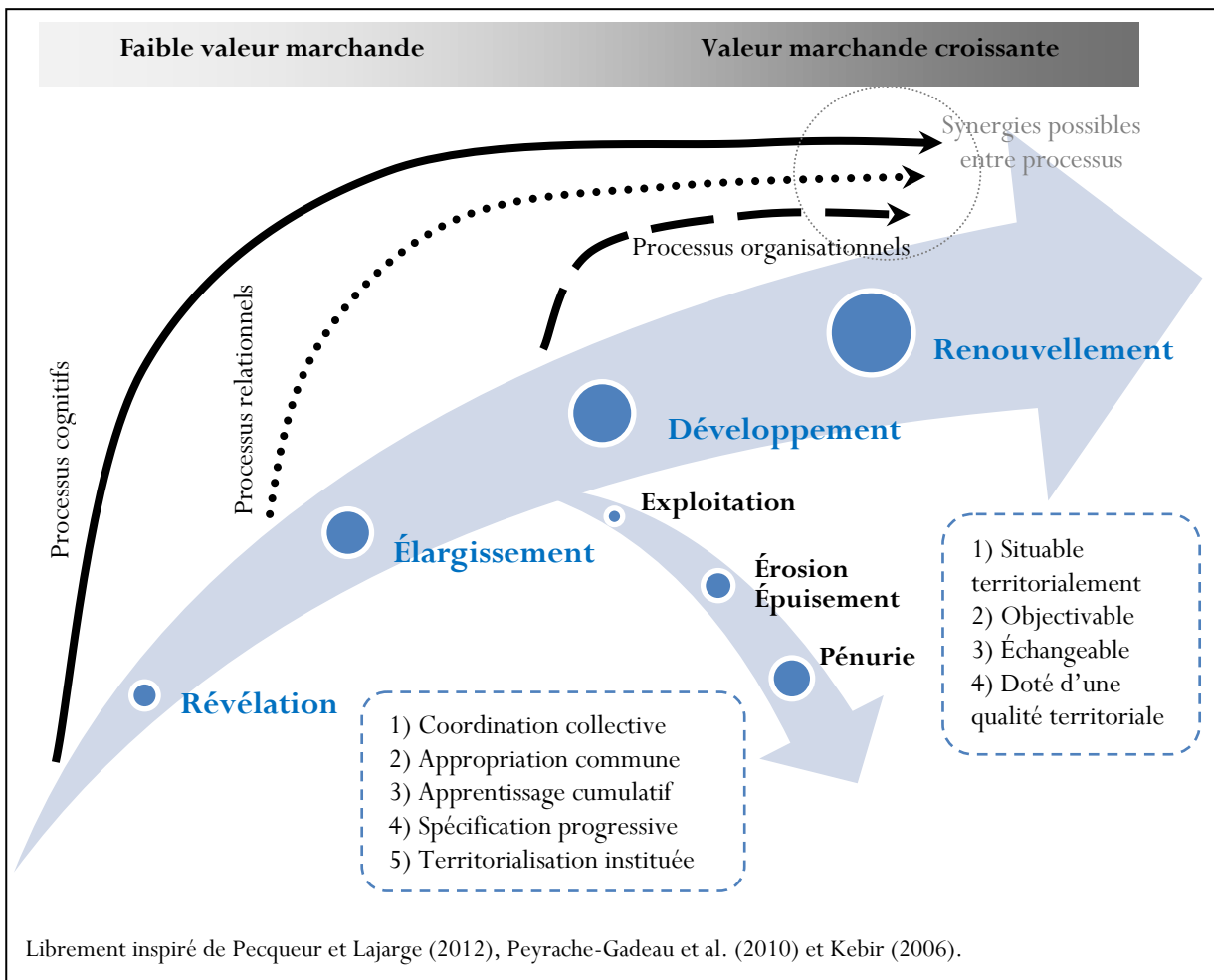


Figure 2 : Temporalité de la ressource territoriale

Le terroir et le territoire ont donc en commun de mobiliser des éléments spécifiques au lieu, mais leurs processus de construction sont différents. Le terroir émerge de manière relativement diffuse et non instituée, sans que les acteurs n'aient identifié un objectif commun en vue d'orienter leurs pratiques. Le territoire quant à lui, existe par l'intentionnalité des acteurs qui mettent en œuvre des coordinations reflétant des modes de gouvernance variés. Les organisations et les institutions locales résultant de ces coordinations constituent une réponse concertée à un problème de développement identifié. Cette stratégie des acteurs permet la révélation et le développement de ressources territoriales. Les trajectoires de développement de ces ressources restent en permanence soumises aux stratégies des acteurs et à leurs capacités à gérer collectivement ces ressources (risque d'épuisement des ressources)³⁷. Selon Pecqueur (2011), le terroir apparaît finalement comme un objet économique qui « se présente comme un « amont » du territoire [mais] qui n'est pas aussi construit que le territoire », il constitue une ressource sur laquelle les projets de territoire pourront être raisonnés (figure 3).

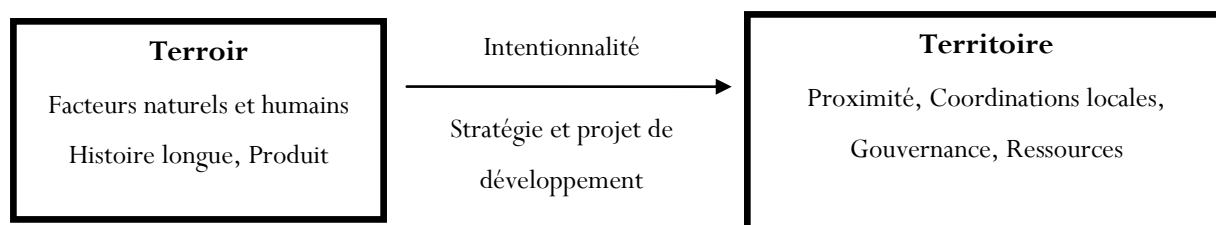


Figure 3 : Le terroir vu comme une ressource pour le territoire

2.4.2. La rente de qualité territoriale

Mollard (2001) propose une grille d'analyse des dynamiques de développement territorial à partir du concept de rente. L'idée centrale est d'observer comment des dynamiques de qualification et de différenciation de produits et services locaux, au départ distinctes les unes des autres, peuvent tisser des liens entre elles et se renforcer pour entraîner un véritable développement du territoire dont la portée est plus large que le développement parallèle de plusieurs filières et secteurs. Il s'agit donc de mettre en lumière les relations entre qualité et territoire pour comprendre les synergies sous-jacentes au processus de développement territorial.

L'auteur pose le problème en présentant des observations réalisées dans deux régions, les Baronnie et le Bas-Chablais. Dans la première, les prix de plusieurs produits et services de qualité

³⁷ Pecqueur et Larjage (2012) soulignent qu'il ne faut pas entendre cet épuisement des ressources territoriales comme la raréfaction de certaines ressources naturelles. Pour ces auteurs, les ressources territoriales ne disparaissent véritablement jamais, mais les coordinations permettant leur mise en valeur peuvent s'estomper et perdre en efficacité. Alors la ressource se « désactive » et les acteurs locaux en perdent progressivement les usages et les bénéfices.

ancrés territorialement sont supérieurs aux prix de produits similaires mais d'origine géographique différente. L'offre des Baronnie se présente alors comme un « panier de biens et services » (Pecqueur, 2001), dont le produit phare est l'huile d'olive de Nyons assortie de vins de pays, plantes aromatiques, huiles essentielles et hébergement en gîtes ruraux. Ces produits sont fréquemment consommés conjointement par les habitants ou les touristes, ce qui génère des rentes reliées entre elles, conduisant l'auteur à identifier une rente de qualité territoriale. En revanche, dans le Bas-Chablais, si plusieurs produits de terroir sont présents (fromage Abondance, vin de Marin...), le même type de lien entre ces produits et les services touristiques proposés n'est pas observable. Des rentes de qualité existent pour ces produits pris séparément mais aucune synergie entre ces divers éléments de l'offre n'est observée.

Mollard exclut la rente absolue, liée à un revenu excédentaire perçu par un propriétaire foncier et se concentre sur l'approche de Ricardo, qui considère que toute rente est différentielle, du fait de niveaux de fertilité inégaux entre les terrains (ou de qualité, si l'on transpose aux produits de terroir). La rente différentielle est donc un excédent de prix par rapport au coût moyen qui s'explique par l'hétérogénéité des produits sur le marché. En se positionnant du côté de la demande et de la valorisation économique de ces différences entre les produits, Mollard mobilise les travaux de Marshall et sa conception du surplus du consommateur en lien avec des qualités spécifiques appréciées et une demande relativement rigide pour ces qualités. En observant des zones rurales considérées comme marginalisées dans les années 1960 à 1990, des formes nouvelles de valorisation émergent pour des produits typiques (agroalimentaires ou d'artisanat) associés à une qualité environnementale ou des services agro-touristiques recherchés par certains consommateurs. La demande grandissante pour ce type d'offre permet aux producteurs de pratiquer des prix élevés qui rémunèrent le travail, dégagent un profit et fournissent un surplus qui provient de « l'internalisation d'effets externes dus aux ressources nouvelles et qui rémunère un concours à la production qui n'est pas spontanément imputable à un acteur ou à un facteur précis » (Mollard, 2001, p. 4). La rente observée pour divers éléments de l'offre, dont un dénominateur commun est la région de production et ses actifs spécifiques, exprime la préférence des consommateurs pour ce territoire (modes de production, aménités...). Mollard (2001) synthétise en présentant les deux filiations théoriques sur lesquelles il fonde le concept de rente de qualité territoriale :

1. *Une approche par la qualité* : qui analyse la rigidité d'une demande différenciée et les préférences des consommateurs. L'outil central est ici la rente de qualité dans la conception marshallienne du surplus du consommateur.
2. *Une approche territoriale* : ancrée dans l'économie spatiale, qui met l'accent sur une offre composite et analyse la valorisation de ressources spécifiques dans un espace donné. Cette

approche de la rente, de filiation ricardienne (rareté, localisation...), s'intéresse à l'offre de produits et services différenciés.

La rente de qualité territoriale émerge dans les situations où une rente de qualité et une rente territoriale coexistent et s'imbriquent grâce à des coordinations locales entre acteurs publics et privés locaux. Sur la base du modèle du panier de bien et service précédemment évoqué, des travaux sur les Baronnie, synthétisés par Hirczak et al. (2008b) et sur la Bresse (Bérard et al., 2005a), illustrent les synergies locales à l'œuvre dans ces processus de développement territoriaux mêlant producteurs de biens privés (produits et services) et producteurs de biens publics.

L'articulation théorique entre des coordinations territoriales et un processus de qualification pouvant générer une rente de qualité peut être analysée dans des situations autres que le modèle canonique du panier de biens et services. Des travaux menés au début des années 1990 sur diverses filières de qualité avaient abouti à l'identification de différents « systèmes régionaux de rente » (Perrier-Cornet, 1990), dont certains relèvent d'un système « artisanat-négoce » propre à capter et répartir une rente dans lesquels les intérêts économiques convergent (*Parmigiano*, Franche-Comté), et d'autres qui correspondent à des filières régionales organisées autour d'un pôle industriel qui capte la rente (Cantal). Dans le premier cas, les producteurs contrôlent la qualité des produits ainsi que les décisions de modernisation de la production ; dans le second cas, la production est gouvernée par une stratégie de gestion d'un bassin laitier par une industrie en position dominante.

Allaire et Sylvander (1997) montrent les degrés variables d'articulation entre logique sectorielle et logique territoriale pour plusieurs cas distincts de produits de terroir ou de qualité spécifique (label rouge) au regard de trois critères, les normes et leur modalités d'élaboration, le type de concurrence et la capacité des relations verticales à inciter à la différenciation. Ainsi, les procédures de spécification des systèmes locaux de qualité peuvent emprunter à des modes de gouvernance plus ou moins sectorielle ou territoriale. La dimension territoriale dans les AOC apparaît comme un élément variable que l'on peut analyser au regard de l'émergence des systèmes d'acteurs par la convergence d'intérêts et éventuellement d'actions collectives (Perrier-Cornet et Sylvander, 2000).

Plusieurs études ont ainsi intégré la notion de rente de qualité territoriale en l'appliquant à un cas d'AOC ou à une filière de qualité, par exemple sur le fromage Pélardon (Benkahla et al., 2005), sur la filière du veau de Ségala aveyronnais puis sur le raisin Chasselas du Quercy en Tarn-et-Garonne (Olivier et Waller, 2005), sur des IG au Cambodge (François et al., 2009). Ainsi, en ne considérant qu'un seul produit de terroir dans une zone de production, lorsqu'une dynamique collective rassemble

divers acteurs, non nécessairement producteurs du produit, dans le but formulé de maintenir la qualité et éventuellement la rente, une gouvernance territoriale s'installe et peut être entendue comme une volonté de ces acteurs de territorialiser la rente.

Les actions collectives et les coordinations des acteurs pour la qualification d'un produit, combinées à une volonté locale d'instituer un cadre permettant de gérer collectivement ce processus de qualification (et la rente de qualité éventuellement associée) sont l'illustration d'une appropriation des ressources par les acteurs et d'une gouvernance territoriale du système de production. En introduction de la thèse, nous avons qualifié ce phénomène de processus de qualification territoriale (PQT), par lequel les acteurs du territoire fondent la qualification du produit sur la spécification et l'activation de ressources, et se dotent de moyens institutionnels pour gouverner ce processus. Les processus de qualification territoriale et les rentes de qualité territoriale qui peuvent émerger dépendent des capacités des acteurs à échanger des informations sur les qualités du produit et à pérenniser les actions collectives autour des ressources territoriales. Le chapitre suivant traitera spécifiquement de ces deux aspects.

Conclusion du chapitre 1 – Terroir et territoire dans les processus de qualification des produits

Ce chapitre nous a permis de revenir sur l'importance de l'origine géographique dans les processus de qualification des produits agroalimentaires. Cette origine est un moyen ancien d'identifier un produit de terroir sur les marchés et ainsi de le différencier des produits concurrents. Mentionner l'origine renseigne les consommateurs sur la provenance mais également sur les caractéristiques et attributs intrinsèques et extrinsèques, tangibles et intangibles du produit. Le concept de terroir a largement évolué, passant d'une approche physique à une approche humaine et fait aujourd'hui l'objet d'une utilisation croissante dans la sphère médiatique. Nous retenons que le terroir est le résultat d'un long processus productif et socioculturel basé sur l'interaction entre des facteurs naturels et humains d'une région de production. Cette interaction permet la création et le partage de savoirs localisés s'exprimant au travers d'un produit typique.

Un éclairage théorique sur la nature des biens de qualités permet d'appréhender les produits comme ensemble de propriétés de qualité (Chamberlin), de caractéristiques (Lancaster) ou d'attributs (Filsler). Nous retenons que les qualités des produits sont un enjeu stratégique pour les producteurs qui peuvent viser une qualification de leurs produits afin d'échapper à la concurrence sur les prix des produits standards. Les produits sont en effet évalués par des consommateurs actifs, au regard des qualités qu'ils renferment et non sur la seule base des prix. Leurs qualités évoluent sous l'effet des processus de qualification/déqualification. Le terroir, en plus de différencier les produits les uns des autres (spécificité), leur confère une typicité, c'est-à-dire un attachement particulier au lieu. La relation qui lie les produits de terroir à leur région d'origine ne peut être étudiée uniquement par analyses quantitatives des composantes des produits et des facteurs naturels de production. L'argumentation de la typicité combine également une approche qualitative, au cas par cas, permettant de mettre à jour les ressorts historiques, cognitifs et socioculturels de l'ancrage du produit.

La qualification des produits se base sur des conventions de qualité entre acteurs. Ces conventions se construisent progressivement au travers d'échanges dans les réseaux, de négociation, d'ajustement des pratiques, d'écart à la règle et de « déformation » du produit. Une convention de qualité est en permanence discutée par l'ensemble des acteurs (des producteurs aux consommateurs). La coexistence de modèles de production répondant à des registres de justification différents participe à l'établissement de conventions de qualité dans le sens où les qualités spécifiques d'un produit peuvent se concevoir par opposition aux qualités qu'il ne possède pas. Sur la base de ces conventions de qualité, les produits de terroir jouissent d'une réputation de qualité liée à l'origine qui se construit

progressivement. Cette réputation, collective car partagée par l'ensemble des producteurs, explique des consentements à payer plus cher de la part des consommateurs qui apprécient les qualités typiques d'un produit (« premiums de prix »). Dans le cas des productions typiques, la rareté des actifs entrant en jeu dans l'élaboration du produit permet de rapprocher le premium de qualité du concept de rente. Une rente de qualité est alors entendue comme un bénéfice retiré durablement par les producteurs du fait de l'accès à des ressources rares (terroir, réputation). Les rentes de qualité sont toujours menacées de disparaître du fait de l'apparition de produit concurrents, d'imitations du produit ou d'usurpations du nom (risque externe) ou du fait d'une baisse de la qualité liée à des comportements opportunistes (*free-riding*) ou non, mais révélant des blocages informationnels ou des failles dans l'action collective (risque internes).

Dans le but formulé de pérenniser les rentes de qualité, les acteurs locaux s'organisent et se coordonnent. Ces coordinations s'apparentent à des processus de développement territoriaux, basés sur les coordinations entre acteurs locaux et la valorisation de ressources territoriales. Ces coordinations visent la résolution d'un problème commun, démontrant ainsi l'intentionnalité des acteurs et stimulant leur engagement dans les projets de développement. Les ressources, dont certaines sont latentes et doivent être révélées, sont autant de leviers potentiels à activer par les acteurs dans leur dynamique de résolution de problème. Les formes de gouvernance territoriale autour des dynamiques de qualification territoriale des produits varient en fonction des acteurs impliqués et des objectifs et attentes spécifiques de ces acteurs.

Une territorialisation de la rente, correspondant à une « dé-sectorialisation » du processus de qualification par une horizontalisation des coordinations qui le sous-tendent, apparaît alors comme un facteur potentiel de maintien des rentes. Cette territorialisation passe par une prise de conscience des acteurs des particularités du produit et de sa dimension territoriale, mais aussi par une volonté et des stratégies locales convergentes vers le processus de qualification territoriale du produit, car les rentes de qualité territoriales peuvent être fragilisées et s'épuiser du fait de problèmes informationnels et d'action collective.

Ce chapitre nous permet de souligner les interactions entre terroir et territoire, chacun s'appuyant sur les ressources de l'autre et chacun devenant une ressource pour l'autre. Sans terroir, pas de rente de qualité ; sans territoire, pas d'intentionnalité des acteurs de se coordonner pour maintenir, valoriser et reproduire les ressources du terroir

CHAPITRE 2

Le maintien de la rente grâce à
l'information et l'action collective

Lorsque la typicité d'un produit de terroir est reconnue par les consommateurs, la réputation de qualité liée à l'origine du produit peut entraîner une valorisation supérieure à celle d'un produit standard. Grâce à des coordinations territoriales entre les acteurs visant au maintien de ces qualités typiques et à une gestion collective des ressources territoriales liées au produit (savoir-faire locaux, paysage, biodiversité, réputation...), cette valorisation économique supérieure peut se transformer en rente de qualité territoriale.

Ce processus peut être vu comme une trajectoire « idéale » pour les producteurs concernés. Mais sa mise en œuvre est problématique du fait des nombreux blocages qui peuvent apparaître lors de la construction d'une rente de qualité territoriale ou empêcher son maintien. Comme nous l'avons précisé à la fin du chapitre 1, l'apparition et le maintien d'une rente sont notamment conditionnés par deux éléments. D'une part, en nous plaçant trivialement du côté de la demande, l'émergence de la rente n'est possible que si les consommateurs développent des préférences et un consentement à payer plus cher pour ce produit. Ces préférences étant conditionnées par la reconnaissance des qualités typiques, la question de l'information sur les qualités devient alors primordiale. D'autre part, en nous plaçant cette fois du côté de l'offre, une autre condition de la rente apparaît, en lien avec la capacité d'action collective entre acteurs locaux. En effet, comme nous le verrons, les processus de qualification et de différenciation du produit sont soumis à la capacité des acteurs de se coordonner et d'agir ensemble pour atteindre leurs objectifs communs (maintenir/renforcer la typicité, développer la réputation du produit sur les marchés, faire émerger et capter la rente).

Ce deuxième chapitre traite de l'information sur la qualité liée à l'origine et de l'action collective qui sont abordées sous un angle théorique avec pour objectif de montrer en quoi ces deux éléments peuvent poser problème dans l'émergence et le maintien de la rente de qualité territoriale. Nous présentons dans une première section les **dysfonctionnements économiques pouvant découler de problèmes d'information**, ainsi que diverses **institutions** pouvant constituer des solutions pour limiter ces problèmes informationnels (I.). Dans une seconde section, nous procédons de manière similaire pour mettre en évidence le **problème de l'action collective et de la gestion des ressources communes (II.)**.

I. Le besoin de garantie sur la qualité des biens et l'asymétrie d'information

Si le prix est une information visible par tous les acteurs lors d'un échange, la qualité d'un produit est souvent difficile à connaître. L'économie de la qualité pose donc de fait le problème de l'information sur la qualité et de son évaluation par les consommateurs ou plus généralement par les acheteurs. En proposant une approche des biens comme ensemble de propriétés en évolution, Chamberlin (1953a) insistait déjà sur la question de l'information sur les qualités³⁸ et observe que l'acheteur ne dispose que d'une information réduite ou nulle sur les qualités des produits. En effet, la majorité des consommateurs ne détient pas les compétences et/ou les moyens requis pour évaluer et tester les qualités des produits agroalimentaires (identifier leurs ingrédients, leurs méthodes de production, etc.). L'impossibilité d'accéder facilement à une connaissance sur les qualités place l'acheteur dans une asymétrie d'information par rapport au vendeur, en particulier lorsque ce dernier est également le producteur du bien.

Cette asymétrie d'information, ou incertitude³⁹ sur la qualité, peut perturber les décisions d'achat et générer des dysfonctionnements du marché. La possibilité pour les vendeurs de « tricher » sur les qualités du produit constitue un **risque d'aléa moral (1.1.)** qui, lorsqu'il est perçu par les acheteurs, peut les dissuader d'acheter. Le second risque, appelé **sélection adverse (1.2.)**, apparaît lorsque les acheteurs refusent de dépasser un certain prix (dans le but de limiter le risque) et que les vendeurs s'ajustent à cette demande en réduisant la qualité générale des biens proposés. Afin de limiter ces risques, plusieurs **institutions formelles et informelles (1.3.)** venant équiper les marchés sont envisageables. Nous examinons dans la dernière sous-partie de cette section un autre risque potentiel à prendre en compte, découlant d'un **transfert d'incertitude (1.4.)** du produit au signe (institution formelle) supposé garantir les qualités.

³⁸ « *Products are actually the most volatile things in the economic system – much more so than prices* » (Chamberlin, 1953b, p. 8). L'auteur poursuit sur l'importance de prendre en compte la qualité et ses évolutions comme une variable à part entière dans l'analyse économique.

³⁹ Nous entendons la notion d'incertitude au sens de Karpik (2007) c'est-à-dire une incertitude « radicale » caractérisée par le fait que l'un des acteurs de l'échange, ici le consommateur, ne dispose d'aucun moyen de se renseigner sur certaines qualités d'un bien en l'état actuel du marché. En se référant aux travaux de Knight (1921) il s'agit d'une situation d'incertitude « véritable », contrairement à une situation qu'il nomme « risque » et pour laquelle un calcul mathématique ou des statistiques sur les échanges passés rendent l'incertitude mesurable.

1.1. Quand l'échange comporte des risques...

Arrow (1963) prend l'exemple des soins médicaux pour illustrer un marché caractérisé par un degré élevé d'incertitude⁴⁰. L'asymétrie d'information au détriment du patient est forte et l'acquisition des connaissances serait très coûteuse et par conséquent impossible à réaliser à l'échelle d'un traitement. L'incertitude est en outre renforcée par le fait que le produit et l'activité de production sont ici une seule et même chose (le traitement), ce qui exclut la possibilité pour le consommateur (patient) de tester le produit avant de le consommer.

Ce type de marché se distingue fondamentalement des théories considérant des marchés parfaits, pour lesquels les prix et les quantités sont les seules variables pertinentes. Pour les soins médicaux, à l'instar des marchés de biens ou services différenciés, c'est avant tout la qualité qui importe, c'est-à-dire ici la réussite du traitement. En outre, contrairement aux hypothèses de concurrence pure et parfaite, le niveau d'information dont disposent les acteurs est très variable. Un acteur absolument rationnel, se voyant dans l'incapacité d'évaluer la qualité du traitement proposé, préférera ne pas s'engager dans l'échange. Pourtant, la nécessité de se soigner fait que ce refus apparaît comme un choix risqué pour le patient. Si l'on transpose par contre cette situation d'asymétrie d'information aux achats de produits alimentaires, le refus d'acheter un produit, dont le prix peut-être plus élevé qu'un autre, sans disposer de garantie sur ses qualités, peut sembler tout à fait probable.

L'asymétrie d'information conduit Arrow à mettre en évidence un risque d'aléa moral. Cette notion fait référence à des comportements stratégiques résultant de l'inobservabilité de certaines actions une fois le contrat signé, c'est-à-dire une fois que les deux acteurs ont choisi de réaliser l'échange. Ces comportements traduisent le non-respect des engagements pris par un acteur, dans une configuration où ce manquement ne peut pas être détecté par les autres. Dans le cas des soins médicaux, la base même de l'échange est la connaissance supérieure détenue par le médecin, comme le souligne Lupton (2002), si la maladie persiste, le patient ne pourra pas savoir si cela est dû à une erreur de diagnostic, à une évolution inattendue de la maladie ou à un traitement inefficace. Le patient est donc soumis à un risque d'aléa moral élevé.

⁴⁰ L'auteur analyse plusieurs éléments pour lesquels l'incertitude est particulièrement marquée. Tout d'abord, la nature de la demande en soins médicaux est par définition irrégulière et imprévisible. Ensuite, l'incertitude sur le produit (les effets du traitement) est importante et plus la maladie est grave, plus l'incertitude augmente car la possibilité d'apprendre grâce à l'expérience d'autres utilisateurs diminue. Enfin, l'écart entre les connaissances détenues par le médecin et le patient est considérable, « *Because medical knowledge is so complicated, the information possessed by the physician as to the consequences and possibilities of treatment is necessarily very much greater than that of the patient, or at least so it is believed by both parties* » (Arrow, 1963, p. 951).

Arrow examine alors plusieurs solutions prenant la forme d'institutions formelles ou informelles, mises en place par les acteurs (privés et pouvoirs publics) dans le but est de fournir une meilleure information sur la qualité des services et ainsi de rassurer les patients sur le sérieux des médecins (nous y reviendrons au 1.3.).

Le risque d'aléa moral identifié par Arrow est évidemment observable pour les marchés de produits de terroir dont certaines qualités intangibles (liées aux méthodes de productions, à l'origine géographique, etc.) sont difficiles à évaluer pour les consommateurs. Par exemple, le fromage au lait de chèvre Pélardon, produit sur les plateaux du Languedoc-Roussillon, présente des caractéristiques spécifiques dues à sa localisation et au mode de production particulier⁴¹. Un consommateur souhaitant acheter un fromage Pélardon, dont il apprécie les qualités typiques, peut accepter de payer un prix élevé⁴² compte tenu des exigences portant sur les techniques de production, mais il ne peut pas s'assurer que le fromage possèdera réellement toutes les qualités espérées. Pour certaines qualités visibles ou perceptibles (goût, forme...) il pourra directement vérifier que le produit correspond aux caractéristiques d'un Pélardon. Pour d'autres caractéristiques, invisibles et qui ne seront pas révélées par la dégustation, comme par exemple le temps de pâture, l'asymétrie d'information est totale. Aucun élément ne permet d'attester que les pratiques de production qu'un vendeur lui décrit ont véritablement été mises en œuvre. Le risque d'aléa moral est donc également présent dans ce type de marché et le consommateur, du fait de cette incertitude, peut refuser d'acheter le produit.

1.2. ... les « mauvais » produits chassent les « bons »

En 1970, Akerlof publie un article analysant la qualité des biens et l'information disponible sur cette qualité en s'appuyant sur l'exemple du marché des voitures d'occasion aux Etats-Unis. Il constate l'importante différence entre les prix des voitures neuves et ceux observés sur le marché des voitures d'occasion, significativement plus faibles même pour des voitures encore récentes, et cherche à comprendre les modalités d'établissement des prix en fonction de la perception des qualités des produits par les acheteurs. Cet article montre comment l'asymétrie d'information au détriment de l'acheteur peut avoir des effets négatifs sur le fonctionnement général d'un marché.

⁴¹ Les troupeaux doivent être constitués de chèvres de race Alpine, Saanen, Rove ou issues du croisement de ces races ; la tradition pastorale est maintenue par une alimentation des chèvres sur le parcours (au moins 0,2 hectare de pâturage par chèvre et une durée de pâture d'au moins 180 jours par an), le lait est collecté au maximum 48 heures après la traite, le moulage est réalisé à la louche, le saumurage ainsi que le report et la congélation du caillé sont interdits (Benkahla et al., 2005).

⁴² Sur le marché français, le fromage Pélardon AOC est vendu en moyenne à 17 euros/kg. La différence de prix avec d'autres fromages de chèvre non AOC Pélardon est de l'ordre de 15 à 20% en faveur du fromage Pélardon (Boutonnet et al., 2009).

L'acheteur potentiel d'une voiture d'occasion reçoit les informations que le vendeur veut bien lui donner et ne dispose, dans le type de marché décrit par l'article, d'aucun autre moyen de tester l'état d'une voiture. En revanche, le vendeur détient une information plus précise sur le véhicule dont il a personnellement éprouvé les qualités par le passé. Dans cette situation, si l'acheteur accepte une transaction, il prend le risque de sélectionner un produit éloigné de ses attentes.

Mais selon Akerlof, les conséquences de l'asymétrie d'information dépassent la déception potentiellement vécue par un acheteur. Il envisage ses effets sur l'évolution globale du marché en observant plus finement les modalités d'établissement des prix. Les acheteurs, conscients des risques encourus, souhaitent éviter de payer trop cher un produit potentiellement de mauvaise qualité. Ils cessent de raisonner en fonction de la *qualité espérée* et développent une « croyance » (selon le terme d'Akerlof) sur la *qualité moyenne* des véhicules sur le marché. Ils évaluent ensuite un prix moyen P_m qu'ils accepteraient de payer pour cette qualité moyenne et refusent ensuite de dépasser ce prix. Cependant, en considérant qu'il y a effectivement deux types de voitures sur le marché (celles de bonne qualité et celles de mauvaise qualité), un vendeur demandant légitimement un prix élevé P_e (supérieur à P_m) pour une voiture de bonne qualité, risque de ne jamais trouver d'acquéreur. Il devient impossible de fixer un prix de vente P pour les voitures de bonne qualité (les négociations aboutissent à $P_m < P < P_e$ et ni les acheteurs ni les vendeurs ne voient leur intérêt à conclure les transactions). Les vendeurs de voiture de bonne qualité ne trouvant plus la possibilité de vendre sont alors incités à proposer à leur tour des voitures de mauvaise qualité - à un prix ne dépassant pas P_m - ou à se retirer progressivement du marché. Dans les deux cas, on observera une augmentation de la proportion de produits de mauvaise qualité, ce qui répond à la loi de Gresham selon laquelle les mauvais produits chassent les bons⁴³. Le « coût de la malhonnêteté » de certains vendeurs se répercute finalement sur l'ensemble du marché, « *the cost of dishonesty, therefore, lies not only in the amount by which the purchaser is cheated ; the cost also must include the loss incurred from driving legitimate business out of existence* » (Akerlof, 1970, p. 495).

Si aucun mécanisme de garantie n'est mis en place, le modèle d'Akerlof prévoit un abaissement progressif mais généralisé de la qualité des biens proposés et une réduction de la taille du marché⁴⁴, ce

⁴³ Toutefois, Akerlof souligne une différence avec la loi de Gresham dans laquelle la mauvaise monnaie chasse la bonne car, dans ce modèle, tous les acteurs sont en mesure d'observer cette baisse de la qualité. Dans le cas des voitures d'occasion, les acheteurs sont incapables de détecter les véhicules de mauvaise qualité et l'évolution de la qualité générale des voitures mises en vente.

⁴⁴ Akerlof envisage ici un marché proposant plusieurs niveaux de qualité. Selon son modèle, les « mauvais » produits chassent les « moins mauvais » produits, qui chassent les produits « de qualité moyenne », qui chassent à leur tour les produits « assez bons », qui finalement chassent les « bons » produits. Cet enchaînement engendre une réduction continue du marché « *in such a sequence of events that no market exists at all* » (p. 490).

qu'il nomme « sélection adverse ». Ce phénomène peut être vu comme une prophétie auto-réalisatrice (Orléan, 1991) : les consommateurs craignant que le produit soit de mauvaise qualité, ils anticipent sur le comportement des vendeurs et fixent un prix moyen qu'ils refusent dépasser (ce qui revient à refuser de rémunérer la qualité lorsqu'elle existe) ; le phénomène de sélection adverse entraîne une chute de la qualité, ce qui aboutit finalement à une confirmation des craintes initiales des consommateurs. Un tel marché peut se maintenir bien que son fonctionnement ne soit pas optimal car la demande en produits de bonne qualité n'étant jamais satisfaite. Akerlof envisage plusieurs options pour réduire les risques de sélection adverse et permettre aux produits de qualité de se maintenir sur le marché (comme nous le verrons dans le 1.3.).

Comme pour l'aléa moral (cf. 1.1.), le phénomène de sélection adverse peut advenir dans le cas des produits alimentaires dont la qualité est liée à l'origine (Ruffieux et Valceschini, 1996 ; Requier-Desjardins, 2007 ; Touzard et al., 2008 ; Dedeire, 2011). Le contexte agroindustriel de production de masse génère des interrogations sur la qualité des produits et la distanciation grandissante entre producteurs et consommateurs peut compliquer la circulation de l'information sur ces qualités. Une partie de la demande peut alors entrer dans une logique de minimisation des prix en cherchant à acquérir des produits agroalimentaires toujours moins chers afin de limiter leur risque. La concurrence devient ainsi difficile pour les produits de terroir dont les qualités typiques sont difficiles à connaître. Ces produits, considérés comme trop chers ou trop incertains par certains consommateurs, sont progressivement exclus des marchés ne disposant pas de systèmes pouvant garantir leur typicité. Nous abordons dans la prochaine sous-partie les solutions institutionnelles envisageables pour limiter les problèmes économiques liées à l'asymétrie d'information que nous venons d'évoquer.

1.3. Des institutions qui signalent et garantissent de la qualité

Les travaux présentés au 1.1. et 1.2. analysent les risques liés à l'incertitude sur la qualité. Nous présentons ici les solutions envisagées dans ces travaux, ainsi que dans d'autres travaux d'économie, afin de réduire ces risques. Nous commençons par considérer **le prix comme indicateur de qualité (1.3.1.)**. Nous exposons ensuite trois options que les consommateurs peuvent mettre en œuvre pour acquérir des informations sur les qualités : **l'expérience, la recherche et la confiance (1.3.2.)**. Les institutions informelles que sont la **confiance et les réseaux (1.3.3.)** sont particulièrement mises en avant dans les travaux consultés. Des **systèmes de garantie formels (1.3.4.)** tels que les marques ou les certifications, impliquant une forme d'engagement de l'État sont présentés. Enfin, nous relevons les principales caractéristiques des **marchés « des qualités » et « des singularités »** en soulignant la combinaison d'institutions visant à renseigner, signaler et garantir les qualités **(1.3.5.)**

1.3.1. Le prix comme indicateur de qualité ?

Puisque le prix est une information disponible et visible, les acheteurs pourraient-ils se baser sur cette information pour améliorer leur connaissance sur les qualités du produit ?

Stigler (1961) observe que les prix varient continuellement et souligne que les acteurs ne peuvent pas connaître facilement les prix pratiqués par différents vendeurs d'un produit. Il estime que l'incertitude sur les prix est aussi forte que celle sur la qualité. Si Stigler considère des biens homogènes, il pointe l'intérêt d'intégrer les qualités des biens dans l'analyse, en soulignant qu'à l'époque de ses travaux « *quality has not yet been successfully specified by economics, and this elusiveness extends to all problems in which it enters. Some form of economic organization may be explicable chiefly as devices for eliminating uncertainties in quality* » (p. 224). Cette analyse pointant l'incertitude sur les prix conduit à écarter le prix comme seule source d'information sur de la qualité des biens. Le prix reste malgré tout un indicateur parmi d'autres, en particulier lorsque les achats sont répétés sur un période donnée. Il peut constituer un repère pour les consommateurs, mais incomplet, pas toujours fiable et pas nécessairement adapté aux comportements d'achat de tous les consommateurs.

Stiglitz (1987) analyse l'interdépendance entre qualité et prix en situation d'incertitude et observe que les acheteurs élaborent une « représentation rationnelle de la qualité » en se basant sur l'observation des prix pratiqués. Dans cette construction de représentations, « le prix sert de signal et d'outil de projection » (p. 2 – *notre traduction*). En économie standard, les acteurs disposent d'une information parfaite ; si la qualité d'un bien augmente, son prix augmente (le prix est fonction de la qualité). Sous ses hypothèses, le prix peut donc constituer une indication sur la qualité du produit. Cependant, Stiglitz précise que le prix ne reflète pas toujours la qualité réelle car la relation entre le prix et la qualité peut s'inverser dans une situation d'incertitude. Si les qualités ne peuvent pas être connues des acheteurs, ce n'est plus le prix qui dépend de la qualité, mais la qualité qui dépend du prix. Le prix ne peut donc pas être considéré comme un indicateur fiable de la qualité des produits.

1.3.2. Recherche, expérience et confiance, trois options complémentaires pour acquérir une information sur la qualité

Comme l'a souligné Lupton (2002), les consommateurs ne sont pas absolument soumis aux risques liés à l'asymétrie d'information car ils peuvent toujours exercer leur droit de dire « non » en refusant de s'engager dans l'échange. Mais plutôt que de supporter totalement le risque ou de refuser l'échange, les consommateurs peuvent également chercher à réduire l'asymétrie d'information en collectant des renseignements sur les qualités du produit.

Nelson (1970) analyse les comportements des acheteurs face à l'incertitude sur la qualité et relève deux façons de se renseigner sur les qualités d'un produit. L'expérience, c'est-à-dire l'achat et la consommation du produit est une option relativement simple ; par l'usage, le consommateur pourra évaluer directement l'utilité et la satisfaction qu'il retire des qualités du produit. Une autre option, que Nelson nomme « recherche », consiste à collecter les informations disponibles sur différents produits proposés et à évaluer avant l'achat l'utilité espérée de ces différents produits. Cette recherche d'information a un coût⁴⁵, l'acheteur « cherchera » tant que le bénéfice marginal espéré reste supérieur au coût marginal de la recherche (Lupton, 2002). En d'autres termes, plus le prix est élevé, plus la recherche sur les qualités pourra se prolonger. La classification entre biens d'expérience et biens de recherche dépend donc du rapport entre le prix de vente et l'anticipation des consommateurs sur le coût de la recherche d'information sur les qualités⁴⁶.

Darby et Karni (1973) mettent en évidence un troisième type de bien qu'ils nomment « *credence goods* », biens de croyance. À l'instar de Lancaster (1966) qui conçoit les biens comme un ensemble de caractéristiques, Darby et Karni proposent de distinguer plusieurs types de qualités pour un même bien. Un bien peut alors renfermer des qualités de recherche, d'expérience et de croyance. Pour ces dernières, l'incertitude est plus grande car la recherche s'avère trop coûteuse et la consommation du bien ne permet pas non plus de révéler ces informations. Les acheteurs sont alors incités à faire confiance à un tiers, en l'occurrence le producteur ou le vendeur, qui détient l'information sur les qualités.

L'origine géographique peut être considérée comme un attribut de croyance (Cheyns et al., 2004 ; Moser et al., 2011) pour lequel (1) l'expérience/consommation du produit ne permet pas d'acquérir une information et (2) une démarche de recherche s'avère trop coûteuse pour attester de l'origine avec une totale certitude. Le consommateur doit donc se fier à la parole du producteur/vendeur. En achetant un produit de terroir le consommateur achète donc le produit et une information donnée par le producteur.

⁴⁵ Nelson précise que les vendeurs de biens de recherche auront plus tendance à se regrouper en *clusters* que les vendeurs de biens d'expérience. Ce regroupement visant à réduire le coût de la recherche pour les acheteurs en réduisant les coûts liés au transport.

⁴⁶ Si le prix est relativement faible, la recherche paraît inappropriée car son coût dépassera rapidement le prix du bien (l'acheteur aura alors intérêt à choisir l'expérience). Nelson prend l'exemple des boîtes de thon dont le prix est relativement bas. Afin d'identifier quel est le thon de meilleure qualité (selon ses préférences), le consommateur aura intérêt à acheter plusieurs boîtes de thon pour les consommer et les comparer directement, plutôt que de mettre en œuvre une recherche longue et coûteuse sur les qualités des différentes boîtes de thon proposées.

Les produits de terroir, comme de nombreux produits, rassemblent des attributs d'expérience, de recherche et de croyance. Par exemple, en prenant l'exemple du Champagne, il est souligné que ce produit « possède à la fois des caractéristiques de recherche (identifiables avant l'achat comme le millésime, l'appellation...), des caractéristiques d'expérience (identifiables après l'achat comme les arômes...) et des caractéristiques de confiance (non identifiées après l'achat, comme la durée du vieillissement sur lie pour le champagne, le temps de passage en fût de chêne pour certains vins tranquilles...) » (Gergaud et Vignes, 2000, p. 55). Le besoin d'information des consommateurs sur ces produits est donc élevé, nous allons voir dans les prochaines sous-parties comment certaines institutions formelles ou informelles peuvent véhiculer une information sur leurs qualités.

1.3.3. La confiance et le réseau comme institutions informelles dans les marchés différenciés

Les réseaux et la confiance sont relevés dans la littérature économique comme des institutions informelles permettant aux marchés de produits et services de qualité de fonctionner malgré les asymétries d'information.

Le réseau pour faciliter la rencontre offre/demande et fixer le « prix juste »

Karpik (1989) observe les modalités de rencontre d'offre et de demande ainsi que l'établissement des prix sur le marché des services fournis par les avocats. Tout comme dans la relation entre le médecin et le patient, la relation entre l'avocat et son client se caractérise par une grande incertitude chez le client⁴⁷. En plus de l'incertitude sur la qualité des services des avocats, Karpik relève une opacité sur les prix car les modalités de fixation des honoraires ne sont pas régulées et sont inconnues du public⁴⁸. Dans cette situation où l'information est particulièrement asymétrique, Karpik montre que l'échange repose sur une organisation sociale fondée sur le réseau et la confiance.

Le réseau est nécessaire pour toute personne désireuse de trouver un avocat car il n'existe pas de listes ou de catalogues publiant les noms des avocats et leurs spécialités. Ce sont les relations sociales et le bouche-à-oreille qui orientent le client, ce que Karpik nomme le *réseau-échange*. Le futur client, *a fortiori* s'il s'agit d'un client occasionnel, reconnaît une « autorité de jugement » en la personne qui lui donne un conseil (« c'est un bon avocat », « il n'est pas expert dans le droit de la consommation » ou

⁴⁷ Arrow (1963) avait déjà souligné les points communs entre ces deux professions.

⁴⁸ Ce qui est toujours le cas en France. Conformément à la loi du 31 décembre 1971 (modifiée par la loi du 10 juillet 1991) sur la profession d'avocat : « l'honoraire est fixé selon les usages en fonction de la fortune du client, de la difficulté de l'affaire, des frais exposés par l'avocat, de sa notoriété et de la diligence de celui-ci ».

encore « ses prix sont raisonnables »). Cette autorité de jugement tient à la confiance que le futur client porte dans la parole de la tierce personne interrogée « qui devient en quelque sorte le délégué ou le garant de celui dont on parle » (Karpik, 1989, p. 192).

Un autre type de réseau est utilisé par les avocats pour la fixation du montant de leurs honoraires. Selon Karpik, les avocats ne cherchent pas le gain maximal mais le prix juste qui correspond à leurs compétences, leur ancienneté et leur réputation. Puisqu'aucun système public de fixation des honoraires n'existe, c'est au travers du *réseau-producteurs*⁴⁹, fait de rencontres répétées et d'interactions entre membres de la profession, qu'un avocat parvient à fixer son honoraire.

Sans ce système de relations interpersonnelles, le marché des avocats serait confronté à une difficulté de rencontre entre l'offre et la demande, « l'économie de la profession est régie par les réseaux-échanges et par les réseaux-producteurs. Le premier de ces mécanismes fournit aux justiciables les moyens de choisir rationnellement leur avocat, le second produit les pratiques d'honoraires typiques. Eloignés tout autant du marché que de l'organisation, de la « main invisible » que de la « main visible », les réseaux définissent une forme d'échange économique qui ne peut fonctionner que par la relation sociale » (Karpik, 1989, p. 197).

La confiance comme institution sociale permettant les échanges

Arrow (1963) met en avant le rôle de la confiance, comme institution informelle, qui permet aux marchés incertains de fonctionner. En se référant à l'exemple des soins médicaux, le patient, incapable de vérifier la bonne foi du médecin, développe une croyance sur ses compétences et lui accorde une confiance fondée sur l'idée communément admise d'une « obligation sociale de fournir le soin approprié ». Selon Arrow, cette confiance résulte d'une adaptation des acteurs aux dysfonctionnements dus à l'information imparfaite. Elle témoigne de leur volonté à se coordonner pour contourner les carences informationnelles et fonctionne avec un mécanisme de délégation par lequel le patient « s'en remet » à son médecin⁵⁰. Dans la conclusion de son article sur les voitures d'occasion, Akerlof (1970) insiste également sur le rôle de la confiance, « *we have been discussing economics models in which « trust » is important. Informal unwritten guarantees are preconditions for trade and production* » (Akerlof,

⁴⁹ Le *réseau-producteurs* est un lieu de partage d'information entre professionnels d'un même secteur d'activité, il produit des normes collectives orientant la fixation des prix (par exemple, pour un type d'affaire donné, le prix sera de 20 % du revenu mensuel du client).

⁵⁰ Arrow identifie une seconde institution informelle, la délégation, profondément liée à la confiance par laquelle le patient à délègue au médecin son libre choix, quand à une décision d'hospitalisation par exemple. « *Delegation and trust are the social institutions designed to obviate the problem of informational inequity* » (Arrow, 1963, p. 966).

1970, p. 500). Un niveau de confiance minimal des consommateurs dans les qualités des produits et services proposés apparaît donc comme une condition nécessaire aux marchés de produits de qualité.

À l'instar d'Arrow et d'Akerlof, la seconde notion mise en avant par Karpik (1989) est la confiance. La qualité des services de l'avocat (ce qui détermine sa réputation dans le *réseau-échange*), dépend de deux éléments, son niveau d'expertise et son expérience. Sur la base de ces deux éléments, l'avocat prépare une stratégie de défense, mais le client ne sera pas en mesure de vérifier si l'avocat a déployé tous les moyens à sa disposition⁵¹ ou s'il s'en est tenu à une stratégie minimale. En choisissant d'accepter le risque d'aléa moral, le client accorde donc une confiance à son avocat. En apparence, ceci implique un risque entièrement supporté par le client, en réalité, le client s'octroie une forme de droit sur l'avocat et une attente de réciprocité. S'il est déçu, il pourra diffuser ses impressions négatives sur l'avocat, ce qui peut nuire à sa réputation. La confiance telle que décrite par Karpik n'est pas une donnée commune à toute relation interpersonnelle ou un trait de caractère propre à certaines personnes, c'est une forme d'organisation sociale. Sans cette confiance, de nombreux échanges, à l'image du rapport entre l'avocat son client, ne pourraient avoir lieu. Cette confiance comme institution peut être stimulée par des moyens formels tels que les contrats ou une réglementation

La confiance est également une institution partagée par les producteurs et qui permet de rendre compte de différents modes d'organisation (Bornarel, 2007). Les travaux de Lazega sur les avocats d'affaires aux États-Unis montrant que la cohésion et la confiance au sein des réseaux reflète un logique d'action professionnelle qui structure les organisations collégiales (Lazega, 1992).

1.3.4. Licences, labels et marques comme signes formels de qualité

Si la confiance et les réseaux permettent de faire circuler entre les acteurs des informations sur la qualité des biens ou services, des institutions formelles peuvent garantir cette qualité. Pour fonctionner, ces systèmes de garanties doivent bénéficier d'une crédibilité et d'une fiabilité qui nécessitent un engagement de l'État. Arrow (1963) propose deux options à l'action publique pour garantir la qualité des soins et ainsi soutenir les relations de confiance entre patients et médecins. La première option consiste en un système de licence des professionnels de santé qui délivrerait des autorisations aux praticiens effectivement formés et qui agirait comme une barrière à l'entrée pour les personnes non qualifiées. Dans la seconde option, l'État ou une autre agence publique certifie certains

⁵¹ Karpik décrit l'étendue de la stratégie que l'avocat peut déployer. « L'avocat ne peut se limiter à la seule maîtrise du savoir juridique, il lui faut déployer de l'habileté, de l'énergie ou de la ruse, il lui faut connaître et mettre en œuvre les savoir-faire qui commandent le contrôle des circuits judiciaires, les relations personnelles avec les juges, les experts, les huissiers, le greffe, etc... » (Karpik, 1989, p. 198).

médecins pour signaler leurs compétences (sans que l'exclusion des praticiens non certifiés ne soit systématique). Ainsi, chaque patient pourrait s'assurer *ex ante* des qualifications des médecins.

On peut voir ces systèmes de licence et de certification comme une tentative de chasser les mauvais produits par les bons. La signalisation des praticiens formés peut en effet entraîner une baisse des consultations chez les médecins non licenciés qui, progressivement, seront amenés à se retirer du marché des soins de santé. Il est important de remarquer que ces deux options ne réduisent pas l'asymétrie d'information sur le produit lui-même. En effet, aucune connaissance de médecine n'est fournie au patient qui reste incapable de juger *a priori* de la qualité du diagnostic ou du traitement proposé. Par contre, ces systèmes offrent une garantie aux patients sur le fait que les compétences des praticiens ont été vérifiées. Ceci facilite l'établissement de la confiance entre les deux parties, réduit les risques d'aléas moraux et la perception de ces risques (nous verrons ultérieurement que dans certains cas, l'incertitude peut être transférée du produit au signe).

La dernière section de l'article d'Akerlof (1970) est consacrée aux institutions pouvant limiter la sélection adverse. La première institution mentionnée est la « garantie » pour rassurer les acheteurs sur la durabilité des produits et par conséquent apporter le gage d'une certaine qualité. La seconde institution, plus spécifique, est la marque. Akerlof souligne l'efficacité des marques car elles fournissent des indications sur les qualités et donne également aux acheteurs un moyen de riposter si le bien ne correspond pas aux attentes. Les franchises (Akerlof cite l'exemple des chaînes de restaurants) sont une autre option pour rassurer le consommateur sur la qualité des produits. Enfin, un système de licence ou de certification, comparable à ceux proposés par Arrow, peut être envisagé pour faire valider par une autorité publique les compétences des professionnels ou garantir la qualité d'un service ou d'un produit.

Les signaux formels de qualité tels que les marques, les certifications et les labels permettent donc de garantir une certaine qualité des produits. Le Velly et al. (2015) les qualifient de « dispositifs de médiation marchands » et les décrivent comme des dispositifs socio-techniques qui équipent les marchés, améliorent la connaissance sur les produits et sur les comportements (préférences des consommateurs, modes d'élaboration de l'offre par les producteurs).

1.3.5. Économie des qualités et des singularités : rôle des consommateurs et complémentarité des institutions

Nous proposons ici de revenir sur des travaux qui soulignent les particularités des marchés de produits de qualité, en avançant progressivement de l'*économie de la qualité*, à l'*économie des qualités* qui

intègrent le rôle actif des consommateurs, et finalement à l'*économie des singularités* qui explore un ensemble de dispositifs de jugements sur la qualité et souligne leur nécessité et leur complémentarité.

De la qualité aux qualités

L'article précédemment cité de Karpik (1989) intitulé *l'économie de la qualité*, conclut en distinguant un « marché-prix » et un « marché-jugement ». Le marché-prix correspond au marché de biens standards, déjà mentionné au chapitre 1, pour lequel les économistes considèrent que les biens sont homogènes. Lorsque l'offre et la demande se diversifient, se différencient en fonction de diverses qualités, le choix d'achat / de non-achat se fonde davantage sur un jugement portant sur les qualités que sur les prix (le consommateur tente de juger de la qualité qu'il peut obtenir pour un prix donné). Ce jugement, qui préside à la décision d'achat, se construit grâce au réseau et à la confiance dans le but de réduire l'incertitude. L'information du consommateur existe donc dans le référentiel de l'économie de la qualité, elle est transmise par les réseaux⁵². Le mouvement inverse, du marché-jugement vers le marché-prix est également possible. Lorsque l'offre ou la demande se standardisent, par exemple du fait de la répétition d'un même service, ou de la perte de certaines qualités spécifiques d'un produit, le prix prend une part plus importante dans la décision d'achat.

Nous retiendrons que l'économie de la qualité se fonde sur des institutions informelles, la confiance et les réseaux, elles-mêmes liées à la proximité entre acheteurs et vendeurs. Lorsque cette proximité n'est pas suffisante, comme c'est souvent le cas de produits de terroir dès lors qu'ils sont commercialisés hors de leur zone de production, un dispositif formel (ou signe de qualité) est nécessaire. Ces dispositifs (marques, certifications, labels...) renseignent les acheteurs sur les qualités des produits, sans toutefois supprimer le recours aux institutions informelles.

Dans l'article *l'économie des qualités*, Callon et al. (2000), insistent sur le rôle actif des consommateurs dans le processus de qualification. Des « forums hybrides », espaces de discussion et de négociation ouverts, rassemblent une diversité d'acteurs et notamment les consommateurs, qui échangent et débattent sur la qualité des produits et l'organisation des marchés. La diversité des perceptions des qualités et des préférences est soulignée (« économie des qualités ») ainsi que le rôle actif (et réflexif) des consommateurs qui, en exprimant leurs attentes, satisfactions ou déceptions, influencent les mouvements de qualification-déqualification-requalification des produits. L'économie des qualités est

⁵² Dans une approche de sociologie économique, Le Velly et al. (2015) soulignent également le rôle des réseaux comme vecteurs d'information sur la qualité des biens. Les auteurs analysent l'importance des « connaissances » dans le marché (l'information étant une notion plus économique) et retiennent les réseaux et la confiance comme deux « supports cognitifs de l'action économique ».

donc caractérisée par le processus d'attachement/détachement des consommateurs à certains produits et par une « intensification des collaborations entre l'offre et la demande » grâce à la mise en place de dispositifs permettant aux consommateurs de partager leurs avis.

Des qualités aux singularités

Dans la lignée de son article de 1989, Karpik publie en 2007 un ouvrage intitulé *l'économie des singularités*. Il y définit les singularités comme un troisième genre de biens et services, à côté des biens et services standards (ou homogènes) et différenciés (ou de qualité). Il estime que les théories de Chamberlin et de Lancaster intègrent l'hétérogénéité des biens, mais restent dans le champ de la théorie néo-classique car elles proposent finalement de décomposer le problème de la qualité en plusieurs problèmes de prix⁵³. Pourtant ce cadre théorique ne permet pas de rendre compte des dynamiques économiques de certains biens particuliers, comme les grands vins, les œuvres d'arts ou certaines professions libérales, que Karpik qualifie de biens « singuliers » pour lesquels l'incertitude ne peut jamais être totalement levée.

Ces biens singuliers sont « incommensurables » dans le sens où l'on ne sait pas mesurer l'utilité des différentes caractéristiques qui les composent. L'objectif n'est donc pas de fournir aux consommateurs les moyens d'évaluer la qualité, c'est impossible (d'où le dépassement du terme « économie des qualités »), mais d'établir des dispositifs permettant à l'échange d'avoir lieu malgré l'incertitude radicale. Plusieurs dispositifs de garantie ou de signalement de la qualité sont envisagés et se révèlent absolument nécessaires car « le marché des singularités ne peut exister sans dispositifs de coordination qui servent d'aide à la décision. Il est équipé ou n'est pas » (Karpik, 2007, p. 43). Ces dispositifs de coordination se distinguent entre dispositifs personnels (essentiellement la confiance et les réseaux) et dispositifs impersonnels (lorsqu'un signe ou un classement accompagnent le marché)⁵⁴.

Les produits de terroir sous indication géographique sont cités par Karpik comme des exemples de dispositifs de coordination impersonnels répondant au « régime de l'authenticité ». Ce régime étant

⁵³ Chamberlin aboutit à une infinité de marchés différenciés où chaque bien différencié est considéré comme un bien homogène échangé sur un marché particulier, même très réduit. Lancaster décompose les biens en caractéristiques qui elles, ont un prix et une utilité pour les consommateurs (de plus, Lancaster ne prévoit pas que les attributs des produits puissent être perçus différemment selon les différents consommateurs). D'un point de vue théorique, les biens homogènes et différenciés relèvent donc d'un même modèle, néo-classique, dans lequel le prix permet d'ajuster la demande et l'offre, la multiplication des marchés et des caractéristiques des biens rendant l'analyse plus complexe sans remettre véritablement en cause la validité du modèle.

⁵⁴ Quatre types de dispositifs impersonnels (ou régimes de coordination) sont identifiés : régime de l'authenticité (grands vins), régime Méga (méga-marque, luxe, industrie du cinéma), régime de l'opinion experte (prix littéraires), régime de l'opinion commune (radio, télévision, palmarès, hit parade...).

composé de noms, ils sont « inaliénables et leurs porteurs sont les producteurs d'une œuvre singulière, mais, dans certains cas, ils n'ont fait que participer à une coproduction qui associe les savoir-faire humains et les particularités naturelles » (p. 163). Karpik souligne enfin que si l'AOC consacre les singularités, elles ne sont, pour les vins, que d'une aide limitée du fait du grand nombre d'AOC viticoles et de la perte de confiance dans le signe. Un ensemble diversifié de dispositifs de jugement est alors composé par les consommateurs : AOC, dispositifs personnels, dispositifs d'opinion experte (guide Hachette, guide Parker, des revues spécialisées d'œnologie et de gastronomie), etc.

1.4. Le transfert de l'incertitude du produit au signe de qualité

Les institutions formelles, ou signes formels de qualité, ont été présentés au 1.3.4 comme un moyen de signaler et garantir aux consommateurs les qualités des produits. Toutefois, ces signes ne permettent pas d'évacuer totalement les problèmes liés à l'incertitude (Goulet et Le Velly, 2013 ; Le Velly et al., 2015). Les problèmes d'aléa moral demeurent si l'on considère que l'incertitude peut être transférée de la qualité du produit (ou de validité de la parole du vendeur) à la crédibilité du signal.

Zucker (1986) distingue trois formes de confiance : personnelle (qui dépend des caractéristiques propres de chaque personne), relationnelle (qui découle des relations passées avec d'autres acteurs et de la réputation), et institutionnelle (qui est associée à une structure garantissant les attributs d'un individu, d'une organisation ou d'un produit). La mise en place d'un signe de qualité vise donc à construire une confiance institutionnelle entre les consommateurs et l'organisme qui porte le signe dans le but de pallier à une crise de confiance relationnelle (entre acheteurs et vendeurs). Une crise de cette confiance institutionnelle peut advenir si les consommateurs développent des doutes sur la fiabilité des garanties fournies par l'organisme qui porte le signe de qualité. Des crises de confiance ont été soulignées pour les AOC, le Label Rouge et la certification Agriculture Biologique (Tavoularis, 2008), sur les écolabels (Dekhili et Akli Achabou, 2011), sur le commerce équitable (Poret, 2007 ; Pouchain, 2012). Les deux raisons principales à ces crises de confiance identifiées par ces travaux sont des contenus peu lisibles et une multiplication des labels qui entraîne confusion et méfiance chez les consommateurs. Si ces dispositifs sont défaillants et font l'objet de débats, pourquoi sont-ils utilisés ? Selon Doganova (2015), ces dispositifs offrant une connaissance limitée, imprécise ou partielle sont tout de même utilisés car c'est justement « leur imprécision et leur plasticité qui sont au cœur de leurs usages ». Nous verrons dans le chapitre 3 que l'indication géographique, comme signe officiel de qualité liée à l'origine, présente cette « plasticité » qui permet justement d'adapter chaque dispositif d'indication géographique aux particularités d'un système de production localisé.

Pour que les signes de qualité fonctionnent, il faut donc que les consommateurs accordent un crédit et une confiance aux garanties qu'ils apportent, c'est-à-dire à l'organisme qui pilote ces systèmes (Caswell et Mojduszka, 1996). C'est très généralement l'État qui joue ce rôle du fait de son impartialité et de l'absence d'intérêts économiques dans les marchés privés de produits de qualité (Roosen et al., 2003). Un système de garantie des qualités des produits coordonné par l'autorité publique se doit donc d'être suffisamment transparent pour éviter que les crises de confiance ne s'étendent à l'ensemble du marché.

Nous avons vu que les systèmes de marques, certifications et labels fournissent aux consommateurs une série de renseignements sur les qualités de produits. Le signe seul ne suffit cependant pas à informer parfaitement, il ne véhicule pas toute l'information dont les consommateurs ont besoin. Ces derniers doivent notamment s'informer ou être informés sur les critères d'octroi de ces signes. Ceci revient ainsi à transformer des attributs d'expérience ou de croyance en attributs de recherche (Caswell et Mojduszka, 1996). Les problèmes d'asymétrie d'information qui nuisent au fonctionnement des marchés de produits de qualité ne seront contenus que si les consommateurs investissent dans une recherche sur le fonctionnement de ces signaux de qualité, cette recherche pouvant être facilitée par les réseaux. Dans la section suivante, nous présentons l'action collective, identifiée à la fin du chapitre 1 comme une seconde source de blocage économique pouvant affecter l'émergence ou le maintien de la rente de qualité territoriale pour les produits de terroir.

II. Le problème de l'action collective

Les dynamiques de qualification et de différenciation des produits par l'origine demandent la mise en place de coordinations entre acteurs et d'actions collectives. En effet, si les acteurs locaux ne s'organisent pas au travers de coordinations territoriales pour qualifier le produit, promouvoir et protéger sa réputation, la rente risque de disparaître du fait de comportements opportunistes. Nous avons souligné au chapitre 1 que la réputation d'un produit de terroir est une réputation collective, portée par un nom géographique. Le maintien de cette réputation doit alors devenir un objectif commun. Des coordinations entre acteurs du territoire doivent se fonder sur la perception de cette réputation comme une ressource commune partagée par l'ensemble des acteurs.

Nous présentons en premier lieu la **réputation des produits typiques comme ressource commune (2.1.)** à l'ensemble des acteurs. Nous posons ensuite **le problème de l'action collective formulé par les approches classiques (2.2.)** qui mettent en évidence des difficultés d'agir ensemble du fait de comportements opportunistes (passager clandestin et tragédie des communs). Nous

présentons finalement la **gestion locale et collective des ressources communes (2.3.)** en soulignant les coordinations et organisations locales qui permettent de limiter les comportements opportunistes et offrent une alternative à la tragédie des communs.

2.1. La réputation des produits typiques comme ressource commune

La notion de ressource commune, parfois nommée bien commun ou encore propriété commune dans la littérature, renvoie à l'idée d'une ressource, qui peut être naturelle ou « artificielle » c'est-à-dire construite par les acteurs, et qui est utilisée par plusieurs personnes comme si elle appartenait à tous. Une des caractéristiques fondamentales d'une ressource commune, c'est qu'aucun individu membre du groupe des utilisateurs ne peut être exclu (d'où l'idée de propriété commune). Une autre caractéristique importante est que ce type de ressource est limité, une utilisation déraisonnée et excessive pourrait à terme épuiser la ressource et l'ensemble des acteurs s'en trouveraient privés. Nous commençons par revenir sur **la classification des biens selon les critères d'exclusion et de rivalité (2.1.1.)**, puis nous examinons **la réputation au regard de cette classification (2.1.2.)** pour souligner qu'elle constitue une ressource commune à l'ensemble de la communauté de production.

2.1.1. Exclure et soustraire : une approche des types de biens

Divers types de biens ont été identifiés en se basant sur les modalités de consommation dont ils font l'objet. Samuelson (1954) distingue initialement deux catégories, les biens de consommation privée et les « biens de consommation collective »⁵⁵ pour lesquels « *each individual's consumption of such a good leads to no subtraction for any other individual's consumption of that good* » (p. 387).

Buchanan (1965) ajoute une troisième catégorie, les « biens de club » en observant la possibilité pour les individus de se rassembler en associations privées (les « clubs ») pour acquérir des biens ou proposer des services exclusivement destinés aux membres du club, en excluant les non-membres de leur usage. La taille du groupe apparaît comme un élément central, du fait de possibles problèmes de congestion⁵⁶.

⁵⁵ Qui sont décrits comme des biens publics purs.

⁵⁶ Cornes et Sandler (1996) proposeront la définition suivante « *a club is a voluntary group of individuals who derive mutual benefits from sharing one or more of the following: production costs, the membership characteristics or a good characterized by excludable benefits* » (p. 347). Plusieurs caractéristiques des clubs sont ensuite détaillées : le volontarisme, le partage, l'exclusivité, le mécanisme d'exclusion, la décision double (créer le club et y adhérer), l'équilibre de Nash sous-optimal (problème de *free-riding*) et un support gouvernemental nécessaire.

Hardin (1968) analyse un autre type de biens qu'il nomme « biens communs », pour lesquels il n'est pas possible d'exclure des acteurs de l'usage du bien, alors même que l'usage par un acteur réduit la possibilité d'en faire autant pour les autres (nous y reviendrons au 2.1.2.).

Deux critères de classification sont donc identifiés : le *critère d'exclusion* fait référence à la possibilité d'empêcher un individu ou un groupe d'utiliser le bien et le *critère de rivalité* correspond à la situation où l'utilisation du bien réduit ou empêche les autres acteurs de l'utiliser à leur tour (tableau 2).

Tableau 2 : Classification des biens selon les critères de rivalité et d'exclusion

	Exclusif	Non exclusif
Rival	Bien privé	Bien commun ou bien public impur
Non rival	Bien club	Bien public pur

Ostrom et Ostrom (1977) confrontent cette classification à des observations empiriques et proposent d'en modifier certains termes. Ils proposent de renommer les biens communs en « ressources communes », ce qui permet de souligner la rivalité avec l'idée qu'une ressource peut être dégradée. Ils proposent également de renommer les « biens de clubs » en « biens à péage » afin d'insister sur la possibilité d'exclure des acteurs en instaurant des barrières à l'entrée (il y a des coûts pour pouvoir accéder au bien, d'où le terme « péage »). Il ressort de leurs observations que le terme « rivalité » ne traduit pas la réalité des conditions d'usage (notamment des ressources communes) car quand le stock de ressource est encore important cette rivalité n'est pas vécue par les acteurs. De plus, si la ressource est étendue géographiquement (une forêt par exemple), sa diminution progressive n'est pas perceptible par tous les acteurs. Ostrom et Ostrom proposent alors de remplacer le terme « rivalité » par « soustraitabilité d'utilisation ». Ils recommandent enfin d'utiliser des gradients entre les catégories, en faisant varier par exemple la capacité d'exclure de faible à forte, ce qui apparaît plus réaliste qu'une approche binaire de biens exclusifs ou non (tableau 3).

Tableau 3 : Classification des biens selon les gradients d'exclusion et de soustraitabilité d'utilisation

		Exclure un acteur de l'utilisation du bien	
		<i>Difficile</i>	<i>Facile</i>
Soustraire l'usage du bien à autrui	<i>Difficile</i>	Bien Publics	Biens de péage (clubs)
	<i>Facile</i>	Ressources communes	Biens privés

Source : Ostrom et Ostrom (1977), Ostrom (2005, 2012)

Les ressources communes, telles que nous les avons décrites en introduction du 2.1. sont limitées et non-exclusives. Ce sont donc des ressources pour lesquelles il est possible de soustraire l'usage à certains acteurs (en dégradant la ressource par exemple), alors qu'il est relativement difficile d'exclure un acteur de son utilisation. En se plaçant du côté d'un utilisateur « raisonné », cette situation apparaît pour le moins inquiétante. En revanche, d'un point de vue opportuniste, elle est intéressante car il est possible d'utiliser intensément et sans coût supplémentaire une ressource dont l'accès ne pourra jamais être fermé. Il est alors tentant de se comporter comme dans le cas d'un bien public pur, bien que la ressource commune ne soit jamais infinie.

2.1.2. La réputation comme ressource commune ou bien-club ?

La réputation des produits de terroir peut être entendue comme une ressource commune car il semble *a priori* difficile pour un acteur d'exclure un autre acteur de l'utilisation de la réputation, par contre, il est possible pour un acteur de soustraire l'usage de cette réputation aux autres acteurs, ou de diminuer leurs possibilités de consommation de cette ressource. En effet, utiliser la réputation pour un produit ne possédant pas les qualités attendues peut affaiblir cette réputation et par conséquent réduire la possibilité pour les autres d'en bénéficier. Chaque utilisation du nom réputé pour un produit ne possédant pas les qualités attendues - que cette utilisation soit opportuniste ou non - revient donc à dégrader la ressource et à diminuer le bénéfice potentiel que le groupe peut retirer de son usage.

Winfree et Mc Clustrey (2005) examinent le cas des pommes de Washington, un produit anciennement reconnu pour ses qualités mais qui témoigne récemment d'une baisse générale de qualité, notamment gustative et de texture, au profit d'un système de calibrage (couleur, forme, taille) qui ne tient pas compte du goût. Les pommes de Washington bénéficient toutefois encore d'une réputation collective, partagée par l'ensemble des producteurs. Le nom "pommes de Washington" « *only signals origin; it does not reflect specific quality or production standards* » (Winfree et McClustrey, 2005, p. 212). Les auteurs estiment que l'excluabilité est très faible, ils relèvent d'ailleurs des utilisations du nom pour des pommes présentant une qualité jugée trop faible « *the smaller producers, who do not attempt to differentiate their product, still have the economic incentive to cut costs by selling lower-quality products, while still benefiting from the collective reputation that Washington has built up over time* » (p. 212). Ils affirment que cette réputation doit être entendue comme une ressource commune qu'il convient de gérer pour éviter qu'elle ne se dégrade. Sans un système de traçabilité, « *the firms will extract too much from the stock of reputation* ». Les auteurs appellent à l'introduction d'un standard minimum de qualité afin de limiter les incitations à utiliser la réputation pour de « mauvais produits ».

Il en est ainsi pour les produits de terroir pour lesquels il n'y aurait aucune restriction efficace permettant de réguler l'usage du nom. La réputation étant construite par les acteurs, sa qualité de ressource commune apparaît progressivement, au fur et à mesure du processus de qualification et de la commercialisation du produit. Son caractère instable apparaît tout aussi graduellement, les acteurs sont alors parfois incités à gérer la ressource en même temps qu'elle s'amenuise.

Un moyen de gérer la réputation des produits de terroir consiste à construire des barrières à l'entrée dans le but de « consacrer une situation collective de monopole, organisée conjointement par l'ensemble des acteurs de la filière de production » (Perrier-Cornet, 1990, p. 28). La mise en place d'indication géographique, qui sera détaillée dans le chapitre suivant, peut permettre cela. En utilisant les critères de classification des biens, cette stratégie revient à instituer une non-rivalité pour la réputation entre certains acteurs et à exclure d'autres acteurs de ce groupe. Les AOC sont ainsi analysées comme des biens de club (Dupuy et Torre, 1998 ; Perrier-Cornet et Sylvander, 2000 ; Torre, 2002). Thiedig et Sylvander (2000) observent que les coûts d'exclusion élevés dans les AOP/IGP européennes (coûts liés au contrôle) qui peuvent être supportés individuellement par les groupes de producteurs. L'État doit prendre en charge en grande partie ces coûts, les AOP/IGP sont alors vues comme des « *good-club coupled with governmental support to provide it* » (p. 432). Torre (2002) observe que la non-rivalité entre les membres demeure partielle en prenant en compte les phénomènes d'encombrement et de congestion liés à un trop grand nombre d'utilisateurs.

Ces travaux permettent de mettre en lumière la nécessité de gérer la réputation des produits de terroir. Si cette ressource commune ne fait pas l'objet de coordinations, la réputation peut se diluer et par conséquent diminuer la rente de qualité territoriale associée.

2.2. Des « passagers clandestins » dans la *logique de l'action collective* ?

Nous avons vu avec l'exemple des pommes de Washington que si les incitations à produire un produit possédant les qualités typiques ne sont pas assez fortes, certains acteurs peuvent être tentés d'utiliser la réputation pour commercialiser un produit dont les qualités sont en réalité différentes. Cette surexploitation de la ressource commune « réputation du produit » peut nuire à l'image du produit et entraîner une perte de confiance chez les consommateurs ainsi qu'au sein de la communauté de production. Sans autre forme de coordinations, la rente dont bénéficie le produit de terroir risque de disparaître progressivement. Les théories classiques de l'action collective, notamment les travaux d'Olson et de Hardin, proposent diverses voies pour la gestion des ressources communes. Nous commençons par exposer **le problème classique de l'action collective dans la gestion des**

ressources (2.2.1.) et nous abordons ensuite les **solutions envisagées par ces approches classiques (2.2.2.)**.

2.2.1. Le passager clandestin dans la gestion des « communs »

Dans l'ouvrage intitulé *La logique de l'action collective*, Olson (1965) met en évidence un comportement opportuniste (ou *free-riding*), qu'il compare à celui d'un « passager clandestin », consistant à profiter d'une ressource sans chercher à la reproduire, tout en misant sur le fait que les autres « joueurs »⁵⁷ - qui ont autant intérêt que lui à ce que la ressource perdure - vont plus probablement tenter de la reproduire.

Le problème qui se pose au « passager » est simple : il peut choisir de participer à la production et à la gestion collective de la ressource et en bénéficier, ou simplement en bénéficier. Quel que soit son choix, ses actions sont difficiles à observer car les passagers sont nombreux et les effets de leurs actions ne sont pas directement décelables (comme dans le cas de l'utilisation de la réputation d'un produit de terroir par la mention de la dénomination géographique). Dans ces conditions, les incitations au *free-riding* sont élevées et il est difficile de mobiliser l'ensemble des acteurs pour une action collective autour de la ressource. Un effet accélérateur des comportements opportunistes est en outre observé car la constatation d'actions non-coopératives réduit la confiance des observateurs dans l'assurance d'une réciprocité des efforts engagés, et ces derniers sont à leur tour incités au « *free-riding* ». La connaissance par les acteurs de l'existence de passagers clandestins entraîne donc un affaiblissement de la capacité d'action collective de l'ensemble du groupe.

Cette réduction de la capacité d'action collective peut entraîner une situation de « tragédie des communs » telle que décrite par Hardin (1968) en se basant sur l'exemple d'un pâturage utilisé par plusieurs troupeaux. Sans règles communes de pâture, chacun des bergers aura tendance à laisser pâturer son troupeau à sa guise et, s'il le peut, augmenter le nombre de têtes de bétail. Or, puisque la ressource est ici limitée, ces comportements conduisent à une surexploitation puis une destruction de la ressource. Chacun des bergers a pourtant intérêt à ce que la ressource soit maintenue, mais aucun d'entre eux n'est d'accord pour être le premier à instituer des règles ou à les respecter. Pour Hardin, la recherche de profit et de maximisation des intérêts à court terme par les acteurs explique que l'action collective

⁵⁷ Le terme « joueur » fait référence à la théorie des jeux, dont le « dilemme du prisonnier » se base sur une hypothèse d'hyper-rationalité des acteurs qui calculent leurs intérêts à coopérer ou pas. La perception d'une réciprocité de la coopération est au cœur du dilemme puisque les règles du jeu ne permettent pas aux joueurs, qui sont prisonniers, de communiquer facilement entre eux.

autour des « communs » est toujours menacée et finit par disparaître en provoquant la dégradation des ressources.

La théorie des jeux a critiqué en partie ces travaux en montrant que dès lors que l'on permet aux joueurs de communiquer et de répéter le jeu, des choix coopératifs et des apprentissages sont observés. Kreps et al. (1982) rendent compte par exemple de situations dans lesquelles plusieurs acteurs ne suivent pas les hypothèses d'hyper-rationalité et de maximisation du profit et adoptent des stratégies coopératives, en particulier dans les premiers stades des jeux, en vue de stimuler la coopération par réciprocité. D'autres situations révèlent des arrangements fermes entre les joueurs qui décident de coopérer et d'éliminer le *free-riding* dès la première action non coopérative (Fudenberg et Maskin, 1986).

2.2.2. Solutions envisagées pour dépasser les problèmes d'action collective : le marché, l'État, les groupes

La première voie de gestion des ressources communes proposée par Hardin est centrée sur le marché et consiste à privatiser la ressource. La seconde appelle à une gestion par les pouvoirs publics, pouvant aller jusqu'à la nationalisation. Dans les deux cas, le régime de propriété du bien s'en trouve modifié. Une pâture n'appartenant à l'origine à « personne » devra être soit appropriée par un ou plusieurs acteurs privés, soit rendue publique et gérée par l'Etat.

Dans le cas des produits de terroir et de leur réputation, la situation de départ peut être vue de manière similaire à la tragédie des communs. Il existe une interdépendance des producteurs autour de la réputation du produit, mais également des incitations à profiter de la ressource en adoptant un comportement de passager clandestin. Nous soulignons, à nouveau, que ce type de comportement peut être calculé en vue de réduire les coûts, mais peut aussi être le fait d'une mauvaise information des producteurs sur les qualités attendues du produit. Si les producteurs ne se coordonnent pas pour maintenir la réputation et la rente (cette organisation étant facilitée par une proximité entre acteurs), l'usurpation de la réputation peut entraîner sa dilution progressive. Dans le cas de noms réputés dans des marchés d'exportation, la réputation peut être dissoute et même reconstruite sur un produit aux qualités différentes, sans que les producteurs n'en soient informés.

La privatisation ou la nationalisation de la réputation ne semblent pas constituer des solutions optimales pour maintenir la rente de qualité territoriale. D'une part, la question de la redistribution d'une rente construite collectivement est soulevée par ces deux options. D'autre part, confier la gestion de la réputation à un ou quelques acteurs privés ou à l'État risquerait de desserrer les liens entre la

communauté de production et la ressource (la réputation) et de réduire les incitations à produire un produit possédant les qualités typiques. Ceci dépend évidemment du contexte institutionnel, politique et même démocratique, toutefois, les questions d'équité et l'exigence du maintien des qualités typiques ne conduisent pas à considérer ces deux options comme des solutions efficaces pour maintenir la rente de qualité territoriale.

Dans *La logique de l'action collective*, Olson analyse les conditions dans lesquelles les acteurs agissent ensemble pour atteindre des objectifs communs. La vision d'Olson, en première lecture plus optimiste que celle d'Hardin, s'établit sur l'hypothèse initiale qu'il est concrètement difficile d'exclure des personnes d'une communauté, groupe ou société, et que les acteurs échangent entre eux et tentent de trouver des moyens d'action collective pour gérer les ressources (ce qui est leur objectif commun). La première étape consiste pour les acteurs à prendre conscience de la nécessité de gérer collectivement la ressource, car une multiplicité d'actions non coordonnées peut être inefficace. Il est donc nécessaire que les acteurs réalisent que leur objectif ne peut être atteint par des stratégies individualistes. La perspective de fin de la ressource peut accélérer cette prise de conscience. La deuxième étape concerne les modalités d'organisation de l'action afin d'atteindre l'objectif commun. L'auteur identifie alors un paradoxe, ce qui sera ensuite nommé « paradoxe d'Olson », selon lequel tous les acteurs ont conscience de l'intérêt de l'action collective, toutefois aucun d'eux ne souhaite être celui qui portera seul le coût d'initier cette dynamique. Olson s'intéresse au coût de l'organisation et au fait que les acteurs soient, ou se déclarent, capables de le supporter ou non. La taille du groupe apparaît comme un facteur central dans la capacité d'action collective d'un groupe⁵⁸.

Les approches néo-institutionnelles classiques développées par Hardin et Olson posent et reformulent le problème de l'action collective sans parvenir à trouver une solution efficace. Hardin envisage la privatisation ou la nationalisation des biens, ce qui ne peut constituer une solution optimale pour le cas des produits de terroir. D'autres options de gestion de ressources, non présentées ici, sont explorées dans la littérature. La microéconomie standard propose par exemple de relever les demandes des usagers/utilisateurs (déclaration des préférences, par le vote par exemple), puis une autorité met en

⁵⁸ Olson établit une théorie des groupes, dont l'hypothèse principale est que les grands groupes peuvent rester inorganisés et ne jamais passer à l'action même si un consensus sur les objectifs et les moyens existe. L'enjeu réside dans l'initiation de l'action collective, car les initiateurs doivent pouvoir récupérer, par voies parfois détournées, l'investissement qu'ils ont réalisé pour le bénéfice du groupe. En distinguant différentes tailles de groupes (petits, moyens et grands), la théorie des groupes prend une tournure pessimiste car Olson estime que dans un certain intervalle (groupes de taille moyenne), les actions collectives tendent vers l'inefficacité. Cela est dû au fait que dans les groupes de taille moyenne, les bénéfices de l'organisation tendent à stagner et les initiateurs ne parviennent plus à rétribuer leur investissement. Finalement, au-delà d'une certaine taille, le coût de l'organisation devient trop élevé, et la coopération entre acteurs n'est plus suffisamment incitée.

œuvre un système de taxes avec des montants différents selon les préférences que les individus ont déclarées : ceux voulant utiliser le bien sont taxés d'un montant plus élevé. Ce « relevé des demandes » ne semble cependant pas régler le cas de la réputation des produits de terroir : les producteurs les moins tentés d'initier l'action collective pourront toujours se déclarer « non intéressés » par la réputation, sachant que dans tous les cas, ils pourront en bénéficier si d'autres investissent pour la maintenir.

L'action collective continue de poser problème selon les approches présentées. Or, les acteurs sont capables de collaborer s'ils établissent eux-mêmes des règles qui garantissent une réciprocité des engagements. Les travaux d'Ostrom ont permis de mieux comprendre les ressorts de l'action collective grâce à son analyse de la gestion collective des ressources communes.

2.3. Pour une gestion locale et collective des ressources

Ostrom démontre d'un point de vue théorique et empirique qu'il existe, outre la privatisation ou la nationalisation, une autre option pour gérer les ressources communes qui consiste à confier pleinement leur gestion au groupe des usagers⁵⁹. Ce groupe d'usagers local se caractérise notamment par des échanges fréquents autour de la ressource, des règles communes (liées à la ressource en elle-même et à l'appartenance au groupe), un système de sanctions en cas de transgression des règles... Les apports de l'École de Bloomington d'Elinor Ostrom ont permis de reconsidérer l'action collective et ses conditions d'émergence et de fonctionnement, grâce à un repositionnement de l'analyse dans le champ des normes et des institutions. Ces travaux renouvellent la critique de l'économie standard en démontrant qu'une opposition stricte entre l'État et le marché peut être dépassée (Ostrom, 2012). Cette troisième voie permet de repenser la gestion de ressources communes au travers du collectif localisé. Nous présentons dans un premier temps les **conditions influençant positivement la capacité d'action collective (2.3.1.)**, puis nous reprenons des travaux démontrant que la coopération dans des situations d'action localisées est également à analyser au regard d'un **contexte institutionnel général (2.3.2.)**.

⁵⁹ Des observations menées dans plusieurs dizaines de pays et portant sur des ressources communes variées (pêcheries, terres communes, périmètre irrigué, forêts...) dans des contextes sociopolitiques contrastés, mettent en évidence des formes de gestion locale efficaces, construites et mises en œuvre directement par les communautés utilisant ces ressources. Elles s'organisent pour faire face à la détérioration de leurs ressources, leurs membres négocient et atteignent des compromis permettant d'établir des règles communes de gestion (formelles ou tacites) visant la préservation des communs.

2.3.1. Conditions de l'action collective localisée

Pour Ostrom (1990), l'action collective naît de la résolution de dilemmes sociaux lorsque les acteurs sont en interdépendance face à une ressource. Cette interdépendance prend vie sous l'effet des institutions du groupe, qui sont un ensemble de règles qui relient les acteurs entre eux. Comme le soulignait Olson, c'est un **accord des acteurs sur leur intérêt commun à gérer collectivement** la ressource, par la prise de conscience de leur interdépendance, qui initie les actions collectives. Des *attributs* propres aux micro-contextes analysés ont été identifiés comme des conditions favorables à la coopération des acteurs. Des « *principes de conception* » des règles au sein de systèmes de gouvernance ont également été relevés.

Attributs des micro-contextes affectant le niveau de coopération

Des variables structurelles du contexte local de l'action (non liées à la répétition des situations de gestion collective) sont identifiées (Ostrom, 2010), en particulier le nombre de participants, l'hétérogénéité des acteurs et l'intensité des communications entre eux. La capacité d'action collective apparaît directement influencée par les la capacité d'interactions entre les acteurs et donc potentiellement diminuée par l'entrée de nombreux acteurs n'ayant pas de liens entre eux. **Les échanges au sein du groupe** et entre les groupes sont donc placés au cœur de l'analyse. La capacité d'action collective est renforcée dans les communautés qui maintiennent « *frequent face-to-face communication and dense social networks – sometimes called social capital – that increase the potential of trust, allow people to express and see emotional reactions to distrust, and lower the cost of monitoring behavior and inducing rule compliance* » (Dietz, et al. 2003, p. 1907).

Ostrom (2010) relève aussi plusieurs variables découlant de la répétition des situations de gestion collective. Les interactions répétées entre les acteurs augmentent le niveau d'information sur les actions passées. Les acteurs peuvent alors utiliser la réciprocité et la réputation pour construire une confiance dans les choix coopératifs des autres acteurs. **Réputation, confiance et garantie de réciprocité** influencent donc positivement la capacité d'action collective.

Poteete et al. (2010) observent également que la communication et la connaissance de la réputation des acteurs améliorent le niveau de coopération, ils ajoutent également que la **capacité d'entrée et de sortie**, un **horizon lointain** de coopération ainsi que la possibilité de **décider les sanctions collectivement** favorisent la coopération.

Principe de conception des règles communes

Les échanges et les interactions entre les acteurs ne suffisent pas à garantir l'efficacité des coordinations et la continuité des actions collectives. Pour être efficaces, ces coordinations doivent permettre aux acteurs d'**apprendre** (savoir, savoir faire et savoir mieux faire), de **déléguer** leur pouvoir et leur responsabilité et d'**élaborer continuellement de nouvelles règles** (Ostrom, 1992).

Des règles générales encadrant la propriété des ressources communes sont identifiées (Schlager et Ostrom, 1992). Un faisceau de droits de propriété apparaît et dessine des règles générales devant être partagées par l'ensemble des usagers de la ressource : (1) l'accès - droit de prendre part à la propriété sur la ressource, (2) le prélèvement - droit de prélever des produits spécifiques de cette ressource, (3) la gestion – droit de transformer la ressources et de réglementer son usage, (4) l'exclusion – droit de décider qui a accès, peut prélever et peut gérer, et (5) l'aliénation – le droit de déléguer et céder l'ensemble de ces droits.

Pour ce qui est des règles spécifiques associées à la réussite ou à l'échec des systèmes de gestion, Ostrom (2012) reconnaît qu'elles varient selon les environnements et qu'il n'est pas possible de dégager des règles valables dans tous les contextes. Cependant, elle repère des « régularités institutionnelles » communes aux systèmes de gestion persistants sur de longue période et qui sont absentes en cas d'échec. Ces « principes de conception » des systèmes de gestion pérennes sont abordés dans divers travaux (Ostrom, 1990, 2005) et synthétisés par Cox et al. (2010) en huit principes :

1. Limites « intérieur-extérieur » bien définies : les utilisateurs légitimes et les non-utilisateurs sont clairement identifiés et cette identification est connue de tous au niveau local, les limites de la ressource par rapport à son environnement sont également identifiées par les utilisateurs.
2. Congruence entre les conditions locales et les règles ; congruence entre les coûts et les bénéfices de règles : les règles de production et d'usage de la ressource sont congruentes (coïncident, s'ajustent simplement) avec les conditions sociales locales ; la répartition des coûts est proportionnelles à celle des bénéfices.
3. Modalités de choix collectifs : la majorité des utilisateurs affectés par les règles peuvent participer à leur modification. Possibilité de participer au choix ou de se faire représenter (chacun peut donner son avis).

4. Gestion et surveillance : surveillance des utilisateurs (de leurs actions) et surveillance de l'état de la ressource, elle doit être faite par des acteurs qui tirent un bénéfice direct d'un meilleur état de la ressource.
5. Sanctions graduelles : les infractions aux règles donnent lieu à de faibles sanctions, le niveau de sanction est élevé si un utilisateur enfreint plusieurs fois les règles (les sanctions sont applicables par le groupe d'utilisateurs ou par l'autorité locale selon la gravité).
6. Mécanismes de résolution de conflits : des instances locales permettent de réunir les utilisateurs ou des utilisateurs et des non utilisateurs en cas de conflits, cette instance est opérante (rapide, peu coûteuse).
7. Reconnaissance minimum des droits par les autorités : les autorités publiques locales ne doivent pas concurrencer les utilisateurs dans l'établissement de leurs propres règles d'usage et de gestion de la ressource⁶⁰.
8. Coordinations horizontales et verticales : un réseau d'entreprises locales imbriquées (« *intercommunity connections thought as horizontal linkages* ») assurent la gouvernance autour de la ressource, en collaboration avec des institutions publiques reliées à divers niveaux (« *vertical linkages* »).

L'analyse d'Ostrom porte donc davantage sur la construction des règles et leur adaptation au contexte, que sur le contenu précis de ces règles qui peut varier d'une situation à une autre. Une institution efficace permettant de surmonter les conflits d'intérêts dans les dilemmes sociaux est donc une institution qui dure, c'est-à-dire qui s'adapte (qui est adaptée par les acteurs) aux changements de l'environnement. L'efficacité institutionnelle selon Ostrom est donc liée à la « robustesse » des institutions (Weinstein, 2014), à leur durabilité, ce qui reflète leur capacité d'adaptation. Ainsi, dans des systèmes complexes, caractérisés par des interactions multiples entre acteurs, la construction des institutions de gouvernance procède d'une sélection progressive des règles congruentes au contexte et apparaissant légitimes à la majorité des acteurs. Ceci relève d'un processus d'expérimentation (essais/erreurs) et d'apprentissages collectifs visant à une auto-organisation autour de la ressource pouvant s'avérer plus efficace qu'une autorité centrale unique de gestion (Ostrom, 2005, p. 281).

⁶⁰ Scott (1998) observe l'échec de règles de gestion lorsqu'elles sont imposées aux communautés par les gouvernements et ne correspondent pas aux conditions locales. Padgee et al. (2006) analysent la gestion de forêts dans 69 cas différents et observent que l'association de gouvernements locaux (notamment pour la sécurisation foncière) aboutit à des modes de gestion des forêts plus durables.

Nous soulignons dans la sous-partie suivante que des variables structurelles extérieures à la situation d'action collective influencent les principes de conception des règles et les arrangements institutionnels locaux.

2.3.2. Influence du contexte institutionnel général

Les conditions et principes d'établissement des règles communes de gestion demeurent sous l'influence de variables structurelles extérieures au système d'action analysé (Ostrom, 2007, 2010). Il ressort du croisement de plusieurs dizaines d'études de cas que « les individus qui interagissent dans une situation de dilemme font face à deux contextes : (i) un micro-contexte lié aux attributs spécifiques de la situation d'action dans laquelle les individus interagissent directement et (ii) le contexte plus large du système socio-écologique dans lequel les groupes d'individus sont amenés à prendre des décisions » (Ostrom, 2012, p. 53). Poteete et al. (2010) observent comment les micro-contextes et les contextes généraux affectent la confiance et les niveaux de coopérations entre acteurs locaux (figure 4).

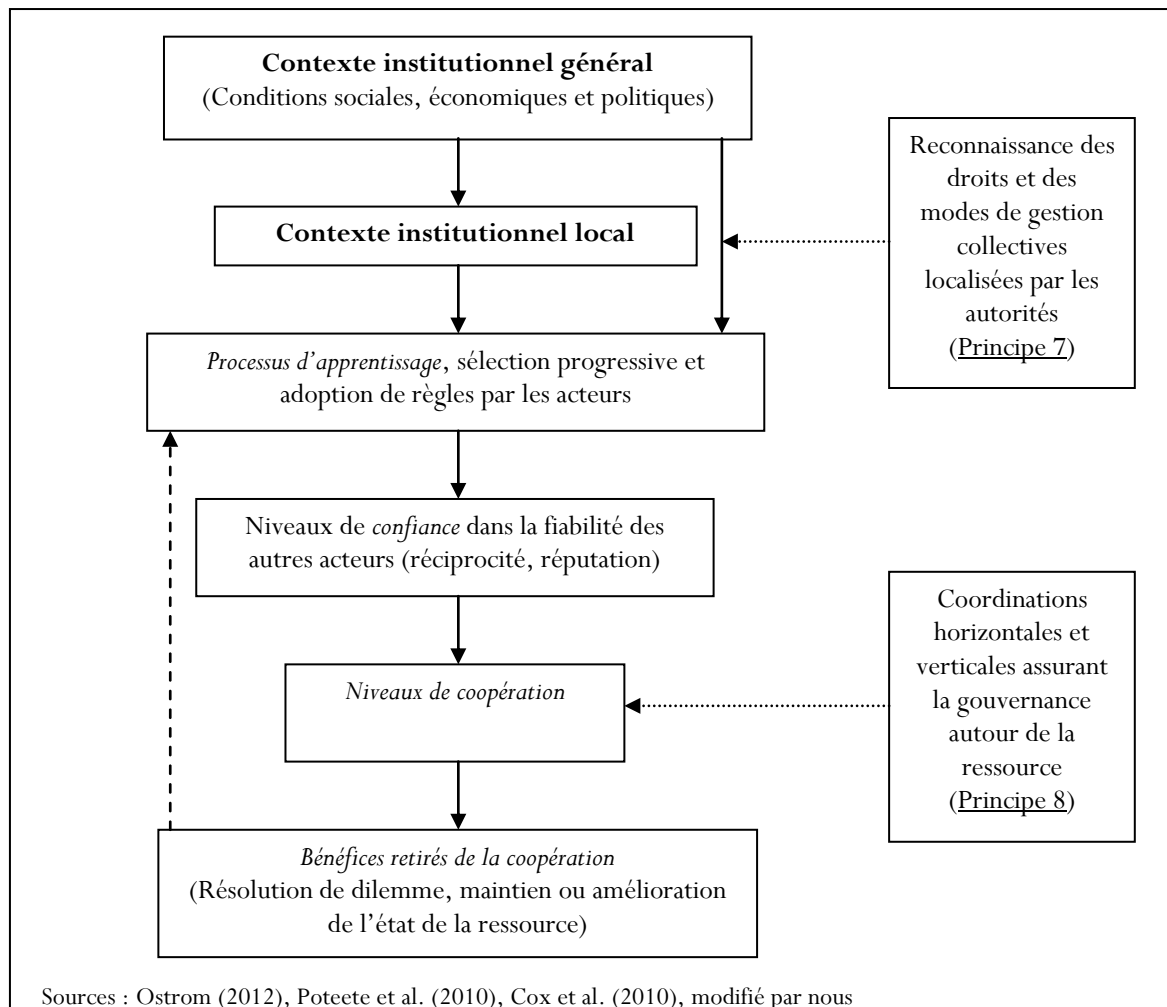


Figure 4 : Influence des micro et macro contextes sur les niveaux de coopération

Agrawal (2002) identifie plus de trente variables influençant l'action collective. Ostrom (2010) souligne qu'il ressort de cette étude d'Agrawal une tendance des acteurs à modifier les règles qui affectent les variables structurelles, qui elles-mêmes influencent le système analysé. Ostrom (2012) souligne toutefois que les liens entre les diverses variables influençant les niveaux de coopération devaient être plus profondément analysés.

Lorsque les acteurs locaux s'accordent sur l'objectif commun de maintenir la rente de qualité territoriale d'un produit de terroir, la gestion collective de la réputation, en tant que ressource commune, s'avère donc nécessaire. Pour éviter la dégradation de la réputation, les acteurs cherchent à définir un cadre et des moyens d'actions collectives. Divers auteurs soulignent la nécessité des acteurs locaux à s'organiser pour mener des actions collectives afin de gérer la réputation (Perrier-Cornet et Sylvander, 2000 ; Thiedig et Sylvander, 2000 ; Biénabe et al., 2013). L'approche d'Ostrom sur la gestion des ressources communes offre un cadre d'analyse des coordinations territoriales autour des produits locaux, de leurs réputations et de leurs qualités typiques.

Nous verrons dans le prochain chapitre comment l'indication géographique peut constituer ce cadre d'action collective, construit par les acteurs en fonction de leur contexte. L'IG permet de renforcer les interactions et la confiance entre acteurs, réduit les risques de *free-riding* au sein de la communauté de production et contribue ainsi à maintenir les qualités typiques, la réputation et la rente.

Conclusion du chapitre 2 : Les liens réciproques entre information et capacité d'action collective

Ce chapitre sur le maintien de la rente de qualité territoriale nous a permis d'entrer plus en profondeur dans les notions d'information, de réputation et d'action collective. Les conventions de qualité sur lesquelles se fondent les dynamiques de qualification des produits sont le résultat de nombreux échanges entre acteurs. Ces échanges permettent de faire émerger et renforcer la conscience du lien entre le produit et son terroir. Lorsque les qualités typiques d'un produit sont reconnues et appréciées, une réputation collective peut aboutir à une rente de qualité territoriale. Mais cette rente peut disparaître du fait de problèmes liés à l'information sur les qualités et à l'action collective entre acteurs. Nous avons exploré diverses solutions pouvant permettre de réduire ces blocages, en vue de maintenir la rente. La perception par les acteurs d'une assurance de réciprocité des engagements (confiance, réputation) peut les inciter à se coordonner pour maintenir la typicité, la réputation et la rente. En établissant des règles communes de gestion des qualités et de la réputation, les acteurs doivent toutefois veiller à respecter certains principes favorisant la coopération afin que le système de gouvernance de la ressource perdure.

En introduction du chapitre 2, nous proposons « trivialement » de nous placer du côté de la demande pour analyser l'information, puis du côté de l'offre pour l'action collective. Mais des liens réciproques entre information et action collective apparaissent au fil de ce chapitre et la distinction initialement proposée entre offre et demande perd de sa pertinence. Des liens entre l'information et la capacité d'action collective se tissent au fil des coordinations territoriales qui font intervenir différents acteurs et renforcent les institutions (confiance, réseaux, réciprocité) qui permettent aux acteurs de résoudre leurs problèmes de coopération. Dit autrement, l'information et l'action collective, prises respectivement, facilitent la construction des marchés différenciés, de plus, lorsqu'elles sont prises ensemble, leurs interactions produisent les ingrédients du processus de qualification territoriale.

Curieusement, le projet commun de résoudre des problèmes d'information « fait travailler » les producteurs et d'autres acteurs locaux ensemble et l'action collective s'en trouve renforcée (mémoire de la réciprocité). La relation inverse est également vérifiée : en cherchant à organiser leurs actions collectives, les producteurs échangent sur leurs pratiques et affinent le socle d'informations communes sur les qualités du produit ; ces informations pourront ensuite être transmises de manière cohérente à d'autres acteurs (acheteurs, consommateurs, État, etc.). En conséquence, quand les acteurs sont « occupés » par les questions d'information, l'action collective s'organise, et lorsqu'ils agissent ensemble, ils améliorent la qualité de l'information dont chacun dispose.

CHAPITRE 3

De l'usage de l'indication géographique

Dans ce troisième chapitre, nous nous intéressons aux indications géographiques et observons leurs capacités à véhiculer une information sur la typicité des produits et à stimuler et entretenir les coordinations entre acteurs (deux éléments analysés au chapitre 2 comme pouvant bloquer l'émergence ou le maintien de la rente de qualité territoriale). Nous présentons dans une première section les deux moyens principaux de protection des dénominations géographiques, la protection par le **régime des marques** et la protection par un **système *sui generis* (I.)**. Nous soulignons les principales différences entre ces deux régimes de protection.

Nous analysons ensuite plus en détail le fonctionnement des IG au regard de l'information sur les qualités des produits. Une IG est un droit de propriété intellectuelle spécialement dédié à la régulation de l'usage des noms géographiques lorsque les particularités d'une région influencent les caractéristiques ou la réputation d'un produit. En tant que signe officiel de qualité, l'IG signale les produits de terroir sur les marchés et garantit aux acheteurs une qualité liée à l'origine. L'enregistrement de l'IG est conditionné à l'apport de la preuve du lien à l'origine. Un rôle central est joué par l'État qui examine cette preuve et vérifie le bon déroulement des contrôles. L'IG apparaît alors comme un **droit de propriété intellectuelle instituant la qualité liée à l'origine (II)**.

Nous analysons ensuite l'IG en tant que cadre d'action autour d'un produit. Nous interrogeons la capacité des DIL des IG à renforcer les dynamiques d'action collective entre les acteurs. Les multiples interactions entre acteurs du territoire nécessaires à la démarche d'enregistrement de l'IG ainsi que les interactions *post*-enregistrement visant la gestion de la réputation et le contrôle de la traçabilité peuvent renforcer la proximité entre acteurs et la confiance en une réciprocité des engagements. Outre sa nature de DPI, l'IG apparaît alors comme un **dispositif institutionnel permettant de renforcer l'action collective (III.)**.

Nous présentons dans une quatrième section une synthèse de la littérature sur les conditions institutionnelles de fonctionnement des IG. En reprenant les multiples fonctions des IG déjà évoquées en introduction, nous observons le cas particulier d'une démarche d'IG pour un produit encore faiblement réputé et pour lequel les liens entre les qualités et le terroir ne sont pas perçus par les acteurs comme une ressource. Cet usage des IG nous amène à reconsidérer la capacité d'action collective des acteurs locaux dans la mesure où la réputation, en tant que ressource commune à gérer, protéger, valoriser, ne peut pas ici être considérée comme la base des actions collectives. Ceci permet une relecture des **conditions de fonctionnement du modèle des IG en fonction du moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale (IV.)**.

I. Protéger juridiquement les dénominations géographiques

Quiconque s'intéresse aux produits de terroir et à la protection juridique des dénominations géographiques constate la diversité des moyens de protection qui leur sont consacrés. Avant d'énoncer le plan de cette section, nous souhaitons formuler trois **remarques préliminaires (1.1.)** découlant de cette diversité des moyens de protection. Le plan de la suite de la section sera annoncé à la fin du 1.1.

1.1. Remarques préliminaires à propos des indications géographiques

La *première remarque* porte sur le terme « indication géographique » et sur l'usage que nous en faisons dans cette thèse. Si la mention d'un nom géographique pour identifier un produit aux qualités typiques est un phénomène ancien (cf. 1.1. du chapitre 1), réserver l'usage de ce nom à une communauté de producteurs grâce à un moyen juridique est relativement récent. Ce type de réglementation est apparu initialement en Europe du sud, notamment en France et Italie, au début du XX^{ème} siècle. Les cadres juridiques nationaux sur l'usage des noms géographiques se sont formalisés et stabilisés progressivement. Des instruments juridiques spécifiquement dédiés à la protection des dénominations géographiques ont vu le jour dans plusieurs pays européens (AOC en France, *denominazione di origine controllata* en Italie, *denominación de origen protegida* en Espagne, etc.)

Le terme « indication géographique » apparaît plus tard, à la fin du XX^{ème} siècle, en parallèle d'une harmonisation des cadres juridiques nationaux au sein de l'UE⁶¹. En 1994, les indications géographiques sont définies au niveau international par l'ADPIC, signé dans le cadre des négociations ayant conduit à l'institution de l'OMC. En 2009, Giovannucci et al. observent que l'expression « indication géographique » apparaît depuis plusieurs décennies dans des textes juridiques ou scientifiques mais que son usage ne s'est véritablement généralisé qu'au milieu des années 1990, à la suite de l'entrée en vigueur de l'ADPIC.

⁶¹ Le premier texte communautaire opérant cette harmonisation est le Règlement (CEE) n° 2081/92 du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des indications géographiques des produits agricoles et des denrées alimentaires. Ce Règlement a par la suite été modifié plusieurs fois. Citons le Règlement (CE) n° 510/2006 du 20 mars 2006, qui inclut une procédure d'enregistrement d'IG par des producteurs de pays tiers. Ce Règlement de 2006 a été ensuite abrogé par le Règlement (UE) n° 1151/2012 du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires. Ce dernier règlement constitue actuellement la législation de référence pour les IG en Europe (plusieurs documents juridiques reliés à ce règlement ont par la suite été émis).

Il est fréquent de trouver dans la littérature une distinction entre les termes « indication géographique » et « indication géographique protégée ». Une « indication géographique » est alors entendue comme une dénomination géographique, non nécessairement protégée juridiquement, quand une « indication géographique protégée » serait une dénomination géographique protégée, c'est-à-dire enregistrée en tant que DPI. Cette utilisation du terme « indication géographique » en fait un synonyme de « dénomination géographique »⁶². La distinction entre ces deux situations (protection juridique ou non), est bien sûr tout à fait importante. Cependant, l'observation des utilisations actuelles des termes « indication géographique » et « indication géographique protégée », nous conduit à penser qu'ils ne sont pas aujourd'hui les plus appropriés pour signifier la distinction « protégé / non protégé ». En effet, depuis l'ADPIC, l'indication géographique désigne précisément la situation où la dénomination géographique est protégée juridiquement. Afin d'éviter la confusion, nous parlerons de noms, dénominations, termes ou mentions géographiques pour désigner la situation où le nom n'est pas (nécessairement) protégé. Nous réserverons le terme « indication géographique » au cas où l'enregistrement du nom et donc sa protection juridique est acquise.

La *seconde remarque* porte sur la diversité de moyens juridiques de protection et sur leur variabilité internationale. Comme nous le verrons au 1.2., les dénominations géographiques peuvent être protégées par divers instruments juridiques, les deux moyens (ou régimes) principaux étant la protection par les marques et la protection par un système *sui generis*. Sans entrer dans le détail de la protection par les marques, nous présenterons ce moyen de protection afin de mieux mettre en lumière ce qui caractérise l'IG et son fonctionnement.

Outre l'existence de plusieurs régimes de protection, une variabilité internationale est observée pour chaque régime. En effet, le cadre juridique des marques, comme celui des IG, peut varier d'un pays à un autre (Audier, 2008). Il serait possible de souligner les particularités des IG en fonction de divers cadres juridiques nationaux (qui de plus évoluent dans le temps⁶³). Cependant, l'objectif ici n'est

⁶² Dans les premières phrases d'introduction de sa thèse, Kalinda (2010) emploie « indication géographique » pour désigner, de façon très générale, un nom géographique : « Les indications géographiques ont été utilisées depuis l'Antiquité pour identifier l'origine géographique des produits en les différenciant en fonction de leurs caractéristiques particulières, des produits venant d'ailleurs. Il semble, par exemple, que les briquetiers de l'Égypte ancienne utilisaient les indications géographiques pour signaler, en fonction de l'origine, la résistance des briques (...). » (p. 19).

⁶³ Par exemple, les pays ayant construit un cadre juridique des IG après la signature de l'ADPIC (au rang desquels figurent de nombreux pays en développement) ont très majoritairement prévu que la protection s'applique aux produits alimentaires et d'artisanat. La réglementation UE ne s'appliquant qu'aux produits alimentaires, la possibilité d'enregistrer des IG pour l'artisanat est d'abord apparue comme une particularité. Le nombre croissant de cadres juridiques ouvrant l'IG à l'artisanat et l'évolution de la réglementation européenne en la matière fait

pas d'illustrer la variabilité juridique des IG mais bien de tenter de saisir ce qui les rassemble (et ce qui les différencie des marques), afin d'analyser leur fonctionnement économique. Nous tenterons donc dans ce chapitre de « neutraliser » cette diversité des approches juridiques des IG pour examiner le fonctionnement économique de ces dispositifs.

La *troisième remarque* porte sur les références faites à ce que nous pouvons appeler les expériences concrètes. Bien que nous cherchions dans ce chapitre à présenter l'IG d'un point de vue théorique, ou tout du moins « désincarné », nous serons parfois amenés à faire référence à des signes officiels existants (AOC française, IGP européenne, la marque de certification américaine...), ainsi qu'aux textes juridiques correspondant. Ces références à des exemples concrets nous sont dictées autant par la flexibilité du droit international qui poussent à s'intéresser aux droits nationaux, que par la littérature existante sur le sujet. En effet, de nombreux travaux ayant examiné le fonctionnement économique des IG s'appuient sur des observations empiriques et des analyses ancrées dans un terrain (que ce soient des cas locaux d'IG ou systèmes nationaux). Cette partie mobilise des travaux de recherche conduits avant ou après l'ADPIC et menés dans divers pays. Afin de rester en cohérence avec les sources citées, référence sera parfois faite à l'AOC ou la marque de certification américaine lorsque le travail cité porte spécifiquement sur ces signes.

Ces remarques préliminaires faites, nous proposons maintenant de distinguer cette section en deux sous-parties. Nous montrons dans un premier temps comment les marges de manœuvre laissées par le droit international ont conduit à **plusieurs régimes de protection des noms géographiques (1.2.)** et nous détaillons les deux principaux que sont les marques et le système *sui generis*. Nous observons ensuite plus finement la **nature juridique de l'indication géographique (1.3.)** par rapport aux marques, qui ressort comme un droit collectif qui, bien que relevant du droit privé, est fortement dépendent de l'intervention publique.

1.2. Différents régimes de protection des noms géographiques

L'accord ADPIC régit les règles internationales en matière de propriété intellectuelle (droits d'auteurs, marques, indications géographiques, dessins et modèles, brevets...). Les pays signataires sont tenus de transposer dans leur droit national les dispositions prévues par l'accord. Les considérations générales de l'accord précisent que « les Membres seront libres de déterminer la méthode appropriée pour mettre en œuvre les dispositions du présent accord dans le cadre de leurs propres systèmes et

relativiser cette particularité (cf. le Décret n° 2015-595 publié le 2 juin 2015, relatif aux indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux).

pratiques juridiques » (art. 1). Ainsi, si les indications géographiques (articles 22 à 24) doivent être protégées juridiquement dans les pays signataires, les moyens de protection sont laissés au libre choix des pays.

Cette marge de manœuvre explique l'actuelle variabilité observée entre les cadres juridiques nationaux (Audier, 2008). Les États-Unis, le Japon ou encore l'Australie protègent les noms géographiques par le régime des marques⁶⁴. D'autres pays, comme ceux de l'UE ou l'Inde (Marie-Vivien, 2010b) par exemple, ont construit un cadre juridique spécifique (*sui generis*) pour la protection des noms géographiques. Dans d'autres cas, comme en Chine (Wallet, 2012) ou Vietnam (cf. chapitre 5), les noms géographiques peuvent être protégés par le droit des marques ou par un système *sui generis*.

Le choix du système de protection est dépendant de multiples facteurs. En premier lieu, le droit national sur la propriété intellectuelle préexistant à l'instauration d'une protection des noms géographiques peut conditionner un penchant vers le régime des marques ou un système *sui generis*. Les cadres juridiques de protections des noms géographiques « reflètent une diversité de régimes de protection qui ont été développés dans la ligne de différentes traditions juridiques nationales et dans des contextes historiques et économiques spécifiques » (Kalinda, 2010, p. 167). En outre, comme le souligne Le Goffic (2010), ce choix révèle la conception des IG retenue nationalement⁶⁵ et s'intègre dans le cadre plus vaste d'une politique agricole et économique spécifique. Comme nous allons le voir, l'arbitrage entre le régime des marques et un système *sui generis* va déterminer l'étendue de la protection effectivement accordée. Cet arbitrage renseigne également sur l'objectif attendu, autrement dit, sur la ou les fonctions assignées aux IG. Selon Giovannucci et al. (2009), l'UE cherche à protéger la réputation internationale de ses IG grâce à un niveau de protection élevé au travers d'un système *sui generis*, en revanche, les États-Unis s'attachent davantage à ouvrir les marchés avec une protection par le régime des marques, fonctionnant davantage comme un outil commercial et marketing.

Lorsque les noms géographiques sont protégés par le système des marques, il convient de distinguer les **marques individuelles** et les **marques de nature collective (1.2.1.)**. Dans le cas d'une protection *sui generis*, la protection peut prendre trois formes, **l'indication de source, l'appellation d'origine et l'indication géographique (1.2.2.)**.

⁶⁴ Dans la plupart des pays protégeant les noms géographiques par le droit des marques, la législation prévoit des exceptions pour certains produits, en particulier les vins et spiritueux. Par exemple au Japon, les liqueurs sont protégées par un système *sui generis* mis en place en 1994, suite à la signature de l'ADPIC.

⁶⁵ Nous avons évoqué dans l'introduction générale les débats portant sur les IG dans le cadre de négociations internationales (pays en faveur du régime de marques, ou d'un système *sui generis*). Pour plus de détails sur ces négociations, lire notamment Josling (2006), Evans et Blakeney (2006), Thévenod-Mottet (2001) et Das (2010).

1.2.1. Protection des noms géographiques par le régime des marques

Une marque est un signe ou une combinaison de signes pouvant être des mots, lettres, chiffre ou éléments figuratifs, propres à distinguer les produits ou services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises (art. 15 de l'accord ADPIC). Bien que l'ADPIC ne considère que les marques de fabrique ou de commerce (que nous appellerons marques individuelles), la plupart des pays distinguent dans leur législation deux types de marques : les marques individuelles et les marques de nature collective (simples ou de certification). Nous commençons d'abord par souligner les points communs à ces différents types de marques et nous identifions ensuite certaines particularités de leurs fonctionnements respectifs.

Deux critères de validité conditionnent l'enregistrement d'une marque, quel que soit son type. Le signe proposé à l'enregistrement ne doit pas être *déceptif*, c'est-à-dire susceptible de tromper les consommateurs sur la nature, la qualité ou l'origine géographique du produit ou du service qui le porte. En outre, le signe doit être *distinctif* (et non descriptif), c'est-à-dire que la marque ne peut pas consister en une simple description du produit. Une dénomination géographique pouvant être entendue comme un élément descriptif, notamment lorsqu'elle est associée au nom du produit (par exemple « Miel de menthe de Mèo Vac » au Vietnam), il conviendra alors de la combiner avec un élément figuratif (dessin, logo...). On parle alors de marque complexe (dénomination et logo/dessin), qui satisfait au critère de distinctivité. Pour Vandecandelaere et al. (2009), c'est bien cette combinaison avec un logo qui permet la protection des noms géographiques par le système de marques dans certains pays. Un autre point commun aux marques porte sur la durée de la protection et la nécessité de renouveler l'enregistrement une fois la période écoulée. Une marque est enregistrée pour une durée d'au moins sept ans (art. 18 de l'accord ADPIC). Dans la plupart des pays, cette durée est de dix ans à l'issue desquels l'enregistrement doit être renouvelé (plusieurs fois si nécessaire).

Une *marque individuelle* permet au titulaire de signaler ses produits afin de les distinguer sur le marché de ceux de ses concurrents. Cet enregistrement ne soumet aucunement les produits porteurs de la marque au respect de certains critères⁶⁶. L'usage d'une marque individuelle est réservé au titulaire et, le cas échéant, aux entreprises autorisées grâce à une licence. Comme nous l'avons mentionné, le caractère déceptif d'une marque constitue un motif de refus d'enregistrement (risque de tromperie des consommateurs). Une marque individuelle contenant des termes géographiques pourrait générer une confusion dans l'esprit des consommateurs quant à la véritable origine du produit. Même si la

⁶⁶ Dans la plupart des pays, le droit prévoit toutefois la possibilité d'ajouter un règlement d'usage contenant des conditions particulières à respecter pour utiliser la marque. En pratique, l'établissement de ce type de règlement pour une marque individuelle est extrêmement rare.

provenance réelle du produit est mentionnée, des marques indiquant « Roquefort » pour un fromage, ou « *Parma* » pour un jambon sec, risquent fortement d'induire le public en erreur. De telles marques seront alors considérées comme déceptives et ne pourront pas être enregistrées comme marque individuelles. En somme, bien que l'enregistrement de noms géographiques en tant que marques individuelles ne soit pas formellement interdit dans nombre de pays, en pratique, l'obligation pour le signe d'être non déceptif explique que ces enregistrements soient extrêmement rares. La marque individuelle n'offrant aucune garantie quant à la qualité des produits, ce signe n'est donc pas pertinent pour résoudre les problèmes d'information exposés à la section I. du chapitre 2.

Les *marques de nature collective* comprennent les marques collectives simples et les marques de certifications. Elles se distinguent des marques individuelles par l'existence d'un règlement d'usage. Les pays protégeant les dénominations géographiques par le système des marques généralement ont recours aux marques de nature collective. C'est notamment le cas des États-Unis qui protègent les noms géographiques par la marque de certification⁶⁷. En France en revanche, bien que le droit n'exclue pas la protection des dénominations géographiques par les marques collectives, cette utilisation reste marginale. Pour Le Goffic (2010), ceci s'explique par le fait que leur fonctionnement n'est pas suffisamment clairement défini⁶⁸ et que le droit français et communautaire ne coïncident pas.

Une *marque collective simple* peut être utilisée par les membres d'un groupe défini (ce qui la différencie d'une marque individuelle). Cette marque permet donc de distinguer les produits offerts par les membres du groupe de ceux proposés par les non membres. Une marque collective s'accompagne d'un règlement d'usage, établi par le déposant, qui définit les conditions d'accès à la marque, c'est-à-dire les conditions à remplir pour obtenir le statut de membre du groupe d'utilisateurs. Le contenu du règlement d'usage est totalement libre, il peut donc comporter des éléments relatifs à la qualité ou à l'origine des produits, mais ce n'est pas une nécessité. Les règlements d'usage de marques collectives simples comportent généralement des dispositions minimales, expliquant la marche à suivre pour devenir membre du groupe d'utilisateurs. À l'instar de la marque individuelle, « la marque collective n'a, en soi, aucune fonction de garantie des produits » (Le Goffic, 2010, p. 60). Elle ne permet donc pas

⁶⁷ Pour les vins, un système particulier s'applique au travers des *appellations of origin*. Le droit américain distingue les *appellations of origin* simples (correspondant à délimitations administratives : État, comté, plusieurs États ou comtés...), des *American Viticultural Areas* (AVA) qui sont plus qualifiantes du fait d'une délimitation de l'aire de production davantage fondée sur la notion, certes atténuée, de terroir. Toutefois, le droit américain n'exige pas de cahier des charges pour les produits issus des AVA, l'accent est seulement mis sur l'homogénéité des conditions de la zone de production.

⁶⁸ En France, la différence entre marque collective et marque de certification n'était pas clairement établie dans le droit avant 1991. La loi n° 91-7 met fin à cette confusion en définissant plus précisément les deux catégories.

d'informer les consommateurs sur la typicité d'un produit et semble donc peu adaptée pour résoudre les problèmes d'information à la section I. du chapitre 2.

Une *marque de certification* est un type particulier de marque collective. Apposée sur un produit, elle signale que ce dernier a fait l'objet d'une vérification de sa conformité à certains critères. Ces critères sont inscrits dans le règlement d'usage, établi par le titulaire, dont le contenu est libre. Le règlement d'usage peut contenir des éléments concernant la méthode de production, des caractéristiques des produits et peut éventuellement inclure l'origine géographique. Contrairement à la marque collective simple dont le fonctionnement repose sur un contrôle des membres (entreprises, producteurs, distributeurs...), la marque de certification repose sur un contrôle des produits. Le règlement d'une marque de certification a donc un rôle plus important que celui d'une marque collective simple en ce qui concerne l'information sur la qualité des produits.

Contrairement à une marque individuelle ou collective simple, le titulaire d'une marque de certification ne peut pas être celui qui l'utilise⁶⁹. Cette règle peut paraître étrange au premier abord, mais elle se justifie aisément si l'on considère la nécessaire impartialité du titulaire qui sera aussi celui qui coordonne les contrôles de conformité. Les titulaires de marques de certification sont fréquemment des organismes publics ou des associations de producteurs (plus rarement des entreprises). Tout producteur demandant la certification et dont les produits sont certifiés conformes peut utiliser la marque de certification. Ce système de vérification des produits pour les marques de certification en fait l'outil du régime des marques le plus proche du système européen des AOP/IGP⁷⁰ (Le Goffic, 2010).

Nous avons vu les points communs et les particularités de trois types de marques (individuelles, collectives simples et de certification). Les règlements d'usage de marques de nature collective ne sont en aucun cas tenus d'inclure une condition sur l'origine géographique des produits. Lorsque c'est le cas, la législation ne contraint pas les titulaires à prouver l'existence d'un lien entre cette origine géographique et les qualités du produit. En revanche, les systèmes de protection *sui generis* (sous-partie suivante) insistent sur cette preuve du lien à l'origine qu'il est nécessaire de fournir pour tout enregistrement.

⁶⁹ Par exemple dans la législation française, selon les articles L. 715-2 et L. 715-3 du Code de la propriété intellectuelle, le titulaire de la marque de certification doit être « une personne morale qui n'est ni fabricant, ni importateur, ni vendeur des produits ».

⁷⁰ Plusieurs dénominations réputées et protégées comme indication géographique dans leur pays sont enregistrées comme marque de certification aux États-Unis, citons par exemple le thé *Darjeeling* indien, le fromage français Roquefort, ou le fromage italien *Parmigiano-Reggiano*.

1.2.2. Protection *sui generis* des noms géographiques

Sorgho (2014) observe que la protection *sui generis* des dénominations géographiques peut se faire sous trois formes : l'indication de source, l'appellation d'origine et l'indication géographique. O'Connor (2004) qualifie les deux premières d'indications « traditionnelles » du fait de l'ancienneté des textes juridiques nationaux et internationaux en la matière, par rapport au cadre international plus récent des indications géographiques.

L'*indication de source*, ou indication de provenance, est encadrée au niveau international par la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle de 1883 et l'Arrangement de Madrid sur la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits de 1891. L'indication de source indique seulement que le produit est originaire d'une région géographique donnée (« *Made in France* » ou « Fabriqué en Italie » sont des indications de sources) et ne requiert pas la preuve de l'existence d'un lien entre les qualités du produit et son l'origine, elle sera donc ici écartée.

Les *appellations d'origine* (AO) sont encadrées en droit international par l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international de 1958. L'appellation d'origine est une « dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et les facteurs humains » (art. 2(1) de l'Arrangement de Lisbonne).

Enfin, comme nous l'avons vu, les *indications géographiques* sont définies au niveau international par l'ADPIC. Selon l'article 22(1), « [...] on entend par indications géographiques des 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 ». La preuve du lien à l'origine, les techniques de production à mettre en œuvre pour conférer au produit sa typicité ainsi que l'aire géographique de production sont présentés dans un cahier des charges (CdC), joint à toute demande d'enregistrement d'IG ou d'AO. Nous examinerons plus en détail le contenu des CdC dans la section II.

En première lecture, la définition des AO et celle des IG semblent relativement proches. Cependant, Addor et Grazioli (2002) estiment que l'AO se révèle plus restrictive que l'IG car elle impose une exigence forte quant au lien à l'origine : quand la définition de l'ADPIC mentionne « une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit », l'Arrangement de Lisbonne ne traite que de « la qualité ou les caractères ». Il est donc possible en vertu de l'ADPIC d'enregistrer une

IG sur le seul critère de la réputation, en montrant que celle-ci est fortement liée à l'origine géographique. En pratique, la démonstration du lien à l'origine par le seul critère de réputation est extrêmement limité. Comme le montre Thomas (2012) sur le cas du Vietnam, bien que la loi reprenne la formulation ADPIC « qualités *ou* réputation », les demandes d'enregistrement s'efforcent de présenter une preuve du lien qualités-origine. C'est également le cas en Indonésie et, à notre connaissance, l'administration de la preuve du lien à l'origine sur le seul critère de réputation n'est une option utilisée dans aucun des systèmes nationaux de protection des IG. Bérard et al. (2001) analysent plusieurs cas d'IGP européennes et concluent que si la réputation est toujours présentée, la preuve par les qualités est systématiquement apportée. Il en ressort que si les exigences concernant la nature du lien à l'origine diffèrent effectivement dans les textes entre AO et IG, la pratique semble tendre vers une appréciation similaire du lien à l'origine au moment des enregistrements.

La différence entre AO et IG porte d'avantage sur l'étendue de la protection. Les AO sont protégées contre « toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « façon », « imitation » ou similaire » (art. 3 de l'Arrangement de Lisbonne). En ce qui concerne les IG, l'ADPIC prévoit deux niveaux de protection. Le premier niveau, dit standard, s'applique à tous les produits et interdit l'utilisation de l'IG si elle est « de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine » (art. 22(2) de l'ADPIC). Il est estimé que l'utilisation d'une dénomination géographique enregistrée en IG précédée de « type » ou associée à une mention de la provenance véritable du produit (par exemple « *Gorgonzola made in France* ») ne constitue pas une usurpation⁷¹. Une protection plus élevée, dite additionnelle, est prévue pour les vins et spiritueux (art. 23). Cette protection additionnelle élève le niveau de protection à celui prévu par l'Arrangement de Lisbonne.

Actuellement, la protection des AO en vertu de l'Arrangement de Lisbonne est toujours en vigueur, mais seulement 28 pays sont signataires de cet Arrangement, ce qui en limite grandement la portée. En comparaison, les 161 membres de l'OMC ont signé l'accord ADPIC (données actualisées au 26 avril 2015). Dans la suite de cette section nous considérerons la protection *sui generis* des IG telle que régulée par l'ADPIC. Pour plus de détail sur la protection des indications de sources et appellations d'origine (Convention de Paris, Arrangements de Madrid et de Lisbonne ainsi que sur les autres conventions internationales et accords bilatéraux portant sur les appellations d'origine ou les IG), se reporter à l'annexe A3.1.

⁷¹ Nous utiliserons le terme « usurpation » pour désigner les atteintes aux indications géographiques. Le terme « contrefaçon » étant classiquement utilisé pour désigner les atteintes faites aux marques.

1.3. Un droit individuel ou collectif, privé ou public ?

Selon Addor et Grazioli (2002), la principale différence entre la protection par les marques et la protection *sui generis* tient au caractère collectif du droit des IG. Selon ces auteurs, la protection *sui generis* permet de conserver l'approche collective inhérente aux produits de terroir et donc aux dénominations géographiques réputées, alors qu'une protection par le système des marques induit une approche individuelle quant au titulaire du droit. Les IG sont présentées comme un DPI particulier qui permet de reconnaître et de protéger juridiquement les savoirs construits et mis en œuvre collectivement par les producteurs de produits typiques.

Dans la même idée, Silva Repetto et Cavalcanti (2000) parlent de « relative impersonnalité » du droit des IG permettant de traduire en termes juridiques la protection des « innovations informelles » sur lesquelles se fonde le processus de production. La qualification de produits de terroir, telle que nous l'avons présentée dans le chapitre 1, résulte de l'interaction sur le temps long entre divers facteurs de production localisés et aboutit à une méthode de production qui reflète les connaissances collectives locales accumulées. Le produit issu de ce processus est durablement lié à son terroir et à l'ensemble de la communauté de production, sans qu'il soit possible d'établir un lien d'appartenance entre certaines caractéristiques ou attributs du produit et un producteur précis. Les savoirs et savoir-faire protégés dans l'IG sont une construction collective, il est donc à la fois légitime et pertinent que la protection juridique intègre cette nature collective. Les profils de demandeurs d'enregistrement d'IG confirment cette conception et la nature collective du droit semble absolument acquise.

On peut également s'interroger sur la nature publique ou privée du droit des IG. Dans la majorité des pays, l'État demeure propriétaire des IG, l'enregistrement accorde un droit d'usage sur le nom. Pour Marie-Vivien (2010b), c'est donc au regard du droit d'usage que la nature publique ou privée doit être arbitrée. Ce droit d'usage est transféré au bénéfice des producteurs (et commerçants), la nature privée de l'IG est, de ce point de vue, indiscutable. Pour asseoir cette affirmation, Marie-Vivien cite Piatti⁷² : « déterminée par la pratique sur la base d'usages locaux, loyaux et constants en vigueur, l'appellation d'origine est par essence un droit privatif ».

La nature privée de l'IG peut cependant être discutée si l'on considère le rôle fondamental joué par les pouvoirs publics dans la reconnaissance, l'enregistrement et le contrôle des IG. La nature privée s'articule alors avec une série d'interventions publiques nécessaires au fonctionnement du dispositif dans

⁷² Piatti, M. C. (1999). *L'appellation d'origine (essai de qualification)*, Revue trimestrielle de droit commercial, Juillet 1999, p. 561.

son ensemble. Le pendant public des IG nous semble tout aussi important à souligner que la nature collective du droit. On peut alors qualifier l'IG de « droit d'usage collectif teinté de droit public » (Marie-Vivien, 2010, p. 534). Certains auteurs vont plus loin dans la prise en compte de cette nature publique des IG. Ainsi, Vandecandelaere et al. (2009) qualifient les deux régimes de protection d'approche « de droit privé » par les marques et d'approche « de droit public » par les systèmes *sui generis*.

Le tableau 4 synthétise les informations présentées du 1.2. au 1.4. et propose une comparaison de la protection des dénominations géographiques par la marque de certification et par un système d'indication géographique *sui generis*.

Tableau 4 : Principales différences entre IG *sui generis* et marques de certification

	Marques de certification	IG <i>Sui generis</i>
Définition	Règles et obligations à respecter définies et contrôlées par le titulaire (règlement d'usage)	Définition générale nationale s'appliquant à toutes les IG (et cahiers de charges adaptés à chaque IG, cf. section II.)
Objectif	Différencier le produit sur le marché. Certifier la qualité, les caractéristiques, l'origine géographique, une méthode de production, etc. Le lien à l'origine n'est pas nécessairement un critère.	Indiquer l'origine d'un produit et le lien entre cette origine et les qualités et la réputation du produit. La preuve de la qualité liée à l'origine est une condition <i>sine qua non</i> .
Enregistrement	« Premier arrivé, premier servi »	Coexistence possible entre IG et marque, ou annulation des marques antérieures.
Détenteur du droit et gestion	Droit privé. Le droit et la gestion de ce droit reviennent au titulaire (entreprise, association...).	Droit privé et forte intervention publique dans le dispositif. L'État accorde un droit d'usage à un groupement (ou à une autorité locale publique). Gestion collective du nom par le groupement.
Utilisateur	Ouverte à tout producteur pouvant respecter les obligations : cahier des charges pour IG et règlement d'usage pour marque de certification. Pour la marque de certification, le titulaire ne peut être l'utilisateur.	
Durée et coût	Entre 7 et 15 ans (en général 10 ans) et obligation d'utiliser. Renouvellements payants possibles à l'infini. Coût moyen.	Pas de limites de durée tant que le lien à l'origine existe, aucune obligation d'utiliser. Coût faible.
Généricité	Possibilité de devenir générique	Pas de possibilité de devenir générique.
Application	Mise en application basée sur des actions privées uniquement.	Mise en application basée sur des initiatives mixtes publiques et privées.

Sources : Vandecandelaere et al. (2009) ; Josling (2006) ; Rangnekar (2004b) ; Addor et Grazioli (2002).

II. L'indication géographique institue un droit de propriété validant la qualité liée à l'origine

Cette deuxième section examine plus précisément le fonctionnement des IG, en particulier le contenu des cahiers de charges et le contrôle de son respect par les acteurs, dans le but de souligner la capacité de ce signe à garantir la typicité des produits. Nous présentons les **conditions d'enregistrement d'une indication géographique (2.1.)** et analysons ensuite la **validité de l'information transmise** ainsi que la **fiabilité du contrôle (2.2.)**. Ceci nous permet de montrer que l'IG en tant que DPI peut réduire l'asymétrie d'information et ainsi limiter les risques d'aléa moral et de sélection adverse décrits dans la section I. du chapitre 2 comme pouvant menacer la rente de qualité territoriale.

2.1. Conditions d'enregistrement d'une indication géographique

Par l'enregistrement d'une dénomination géographique en tant qu'IG, l'État confère au titulaire le droit d'usage du nom. Ce nom est généralement une dénomination géographique connue faisant référence à la région dans laquelle le produit est élaboré⁷³. Dans la plupart des législations nationales, la reconnaissance d'une dénomination en tant qu'IG passe par une procédure d'enregistrement. Pour un petit nombre de pays protégeant les noms géographiques par un système *sui generis*, cette procédure n'est pas requise, c'est par exemple le cas de la Jordanie ou des Philippines (Sorgho, 2014).

Si une procédure d'enregistrement auprès d'une autorité publique désignée est très généralement requise, Kalinda (2010) observe qu'il n'existe pas d'uniformité quant aux conditions d'enregistrement entre les pays. L'auteur distingue, d'un côté, les pays ayant une longue tradition en matière d'IG, pour lesquels les conditions d'enregistrement sont rigoureusement règlementées et, d'un autre côté, les pays ayant une expérience plus récente des IG pour lesquels les conditions sont moins rigoureuses. Cependant, trois conditions d'enregistrement se dégagent de cette diversité et nous les synthétisons dans cette partie : la **preuve du lien à l'origine (2.1.1.)**, l'établissement d'un **cahier des charges (2.1.2.)** et la **non genericité de la dénomination (2.1.3.)**.

⁷³ Exceptionnellement des termes non géographiques peuvent bénéficier d'une protection par l'IG. C'est le cas des dénominations traditionnelles assimilées, du fait de l'ancienneté de leur utilisation, à des termes géographiques. À titre d'exemple, on peut citer le cas connu de « feta » pour un fromage caillé au lait de chèvre ou brebis. « Feta » qui signifie « tranche », n'est donc pas un terme géographique, il a pourtant été enregistré par la Commission Européenne comme AOP grecque en 2002.

2.1.1. Prouver le lien entre les qualités du produit et son origine géographique

La condition centrale pour l'enregistrement en IG est que le demandeur doit prouver l'existence d'un lien entre les caractéristiques, les qualités ou la réputation du produit et son lieu d'origine. Comme nous l'avons indiqué au 1.2.2, il est rare que la preuve soit apportée uniquement par la voie de la réputation. Cette réputation est attestée en retraçant l'histoire de la dénomination, en précisant les usages commerciaux du nom et en citant d'éventuels documents d'archives mentionnant le nom géographique en lien avec le produit. La preuve du lien à l'origine se concentre ensuite sur les qualités typiques du produit.

Le demandeur de l'enregistrement doit démontrer la relation au terroir en décrivant l'influence des facteurs naturels et humains de production sur les qualités du produit. Prouver ce lien au terroir consiste schématiquement en deux étapes. Premièrement, le demandeur fait une description du produit et identifie les qualités distinctives que l'on ne retrouve pas chez les autres produits de la catégorie. Deuxièmement, le demandeur décrit le terroir de production, avec pour ligne directrice l'identification d'une combinaison particulière et localisée de facteurs de production. Il s'agit donc de relever les éléments particuliers présents dans la zone de production (savoir-faire spécifique, type de sol, utilisation d'une variété ou race particulière...), qui ne se retrouvent pas ailleurs et qui influencent les qualités typiques du produit.

Cette façon d'apporter la preuve de la qualité liée à l'origine emprunte donc directement au concept de terroir tel que nous l'avons défini au 1.2.4. du chapitre 1. La protection *sui generis* des noms géographiques par l'IG peut ainsi être vue comme l'instrument exprimant « de la manière la plus parfaite la reconnaissance juridique du terroir » (Le Goffic, 2010). Apporter la preuve du lien à l'origine ne consiste pas à dresser une liste complète des conditions pédoclimatiques d'une région, ou une description très détaillée de l'itinéraire technique, mais plutôt à identifier les quelques facteurs-clé du processus de production qui, s'ils ne sont pas mobilisés, entraînent une modification importante du produit qui affecte sa typicité.

2.1.2. Établir un cahier des charges pour fixer les règles de production

En tenant compte des éléments impliqués dans le lien au terroir, un cahier des charges est rédigé et adjoint à la demande d'enregistrement. Ce CdC contient l'argumentation de la preuve de ce lien à l'origine (cf. 2.1.1.), une description des règles de production à respecter pour que le produit présente

la spécificité attendue, la délimitation de l'aire géographique de production et éventuellement un plan de contrôle pour vérifier le respect du CdC.

Bérard et Marchenay (2007) posent la question de la prise en compte de la diversité des pratiques agricoles et de transformation dans l'élaboration des CdC. Par exemple, pour le saucisson de couenne consommé dans le Sud-Est de la France, on peut trouver une dizaine de déclinaisons du produit bien identifiées, correspondant chacune à une composition spécifique. De même, le chevrotin produit en Savoie et Haute-Savoie relève de multiples pratiques fromagères qui présentent toute une certaine spécificité⁷⁴. L'établissement d'un CdC d'IG s'appuie sur une certaine codification des pratiques qui implique de faire des choix. Un CdC aux règles strictes permet l'élaboration de produits homogènes mais exclut une bonne partie de la diversité des produits (qui ne pourront plus être commercialisés en mentionnant la dénomination géographique réputée). À l'inverse, un CdC aux règles minimales ou trop flexibles permet d'intégrer cette diversité mais peut entraîner une image du produit mal identifiée, une hétérogénéité dans la production et une forme de dilution du lien au terroir (Belletti et al., 2014). Le processus d'élaboration du CdC doit à la fois tenir compte de la richesse et de la diversité du produit tout en opérant une réduction de cette diversité afin de mettre en exergue les qualités distinctives précises qui fondent la réputation et permettent la différenciation du produit sur le marché. L'enjeu est de taille car une fois l'IG enregistrée, les produits ne correspondant pas au CdC se verront dépossédés de l'usage du nom géographique. C'est pourquoi il convient d'associer les acteurs locaux à l'élaboration des CdC et de raisonner les choix avec eux (nous y reviendrons dans la section III. de ce chapitre).

Outre les règles de production, le CdC précise également l'aire géographique au sein de laquelle le produit peut être élaboré. La délimitation de cette aire s'appuie sur le repérage sur le terrain de l'existence, ou non, des facteurs de production particuliers (facteurs naturels et humains). Il convient que l'aire « possède des caractéristiques sensiblement différentes de celles des zones voisines »⁷⁵ et que les conditions, à l'intérieur de l'aire, soient relativement homogènes. En tenant compte de ces objectifs, on comprend que les aires de production des IG ne correspondent pas nécessairement aux limites des découpages administratifs.

⁷⁴ « [...] celui des Aravis représente le berceau du reblochon et le chevrotin – parfois nommé reblochon de chèvre – est fabriqué selon les mêmes techniques. Dans le Chablais, le chevrotin se faisait en alpage par les producteurs du fromage abondance, selon des méthodes proches de celles qui s'appliquent au reblochon, mais dans un format un peu plus grand. Dans le massif du Mont-Blanc, on rencontre le chevrotin à croûte lavée du côté de Saint-Gervais, ou simplement frottée à Megève. Dans les Bauges, le chevrotin désigne habituellement un fromage à croûte grise » (Bérard et Marchenay, 2007, p. 29).

⁷⁵ Règlement UE N° 1151/2012, Article 49(b).

Bérard et al. (2001) mettent en garde sur l'absence de critères objectifs, dans la réglementation européenne, pour délimiter les aires de production des IG. Selon les auteurs, « le risque était grand (et il l'est toujours aujourd'hui !) de voir émerger des IGP reposant sur des territoires délimités uniquement selon l'intérêt des acteurs économiques ou politiques en présence » (Bérard et al., 2001, p. 49). Ce risque apparaît d'autant plus grand lorsque l'on constate la difficulté technique de la délimitation d'une aire de production pour une IG. Bérard et al. (2001) identifient six critères susceptibles d'intervenir dans la délimitation de l'aire : l'origine des matières premières, les facteurs écologiques, les savoir-faire locaux, la réalité économique actuelle mais également historique et l'existence d'un zonage préalable. À chaque critère peut être relié un périmètre aux limites plus ou moins précises. La zone finalement retenue pour l'IG n'est pas « le plus petit dénominateur commun » de tous ces périmètres, mais une combinaison pondérée de ces périmètres, reflétant des choix stratégiques. Là encore, on comprend la nécessité de réunir la diversité des acteurs du territoire (producteurs, transformateurs, tourisme, services publics...) pour que cette délimitation résulte d'un travail collectif.

En Europe, la réglementation distingue entre AOP et IGP⁷⁶. La principale différence étant que l'AOP protège une dénomination qui identifie un produit dont toutes les étapes de production ont lieu dans l'aire géographique délimitée, alors que dans le cas de l'IGP, au moins une des étapes a lieu dans l'aire (art. 5 du Règlement UE N° 1151/2012). Cette distinction, datant de 1992 dans le droit communautaire, n'existe pas dans nombre de pays. En conséquence, si le CdC ne précise rien, on doit pouvoir considérer que l'ensemble des opérations décrites doivent être réalisées dans la zone délimitée.

Dans certains pays, comme en Europe par exemple, les CdC contiennent également un plan de contrôle visant à expliquer les modalités de vérification des produits⁷⁷. Cette vérification doit s'appuyer sur quelques indicateurs précis, permettant aux acteurs de vérifier la typicité et ainsi pouvoir autoriser l'utilisation du nom enregistré. Ce contrôle peut être réalisé par le groupe titulaire d l'IG, ou par un tiers certificateurs extérieur. Pour résumer, le cahier des charges doit contenir au moins les éléments suivants : (1) la dénomination devant être protégée ; (2) une description du produit (composition, principales caractéristiques physico-chimiques et microbiologiques) et de ses qualités typiques ; (3) la description des méthodes de production, de transformation, de conditionnement (en fonction de ce qui a été identifié comme typique) ; (4) la preuve du lien à l'origine en se basant sur les qualités et, le cas

⁷⁶ Pour les éléments concernant la réglementation européenne, nous nous appuyons sur le texte actuellement en vigueur : Règlement UE N° 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires.

⁷⁷ Ce plan de contrôle, obligatoire pour l'enregistrement en Europe, n'est pas systématiquement demandé d'autres pays. Par exemple au Vietnam, le plan de contrôle est élaboré après l'enregistrement de l'IG (cf. chapitre 5).

échéant, sur les usages du nom et la réputation ; (5) la délimitation de l'aire de production (liste de communes, éventuellement une carte) ; (6) un plan de contrôle si exigé par le cadre national du pays (comprenant les coordonnées de l'organisme assurant le contrôle du respect du cahier des charges).

Le respect du CdC conditionne l'utilisation de l'IG enregistrée. Ainsi, pour apposer le nom géographique sur un produit, ce dernier doit avoir été élaboré selon les conditions de production (règles de production et aire géographique) garantissant le maintien des qualités spécifiques.

2.1.3. Généricité et indication géographique

L'adjectif « générique » s'oppose à « spécifique » et qualifie un objet « qui appartient à un genre et qui résume tout un genre [...] générique se dit d'un mot de sens suffisamment général pour englober une classe naturelle d'objets »⁷⁸. En appliquant cette définition aux dénominations géographiques, on retiendra qu'une dénomination générique « est initialement un nom géographique, un signe ou une expression géographique [...] qui a perdu sa signification géographique, pour devenir la désignation d'un type de produit, un nom commun » (Audier, 1998, p. 255). La généricité d'une dénomination géographique apparaît donc liée à la réputation de qualité liée à l'origine du produit. Si ce lien entre les qualités et le terroir n'est plus reconnu par les consommateurs, la dénomination devient générique et tombe dans le domaine public.

L'ADPIC ne définit pas précisément le concept de généricité (le terme n'est d'ailleurs pas employé dans les articles sur les IG), mais traite indirectement de cette question dans deux articles. Selon l'article 24(6), aucun membre n'est tenu d'appliquer les dispositions sur les IG pour « [...] les produits ou services donc l'indication géographique pertinente est identique au terme usuel employé dans le langage courant comme un nom commun de ces produits ou services sur le territoire de ce Membre ». L'article 24(9) ajoute qu'« il n'y aura pas d'obligation en vertu du présent accord de protéger les indications géographiques [...] tombées en désuétude dans [leur] pays ». La réglementation européenne est plus claire sur la question de la généricité, « les dénominations génériques ne peuvent être enregistrées en tant qu'appellations d'origine protégées ou indications géographiques protégées » (Règlement UE N° 1151/2012, art. 6(1)). La transcription des dispositions de l'ADPIC concernant la généricité a été faite de manière similaire dans l'immense majorité des systèmes juridiques. Audier (1998, 2003) fait une analyse des cadres réglementaires de nombreux pays et conclut que la généricité jouit d'une « définition quasiment universelle ».

⁷⁸ Dictionnaire de la langue française, Larousse de Poche, édition 2013.

La généricité est donc relativement bien définie et les cadres juridiques s'accordent sur le fait qu'un terme générique ne peut être enregistré comme une IG. Néanmoins, apprécier le caractère générique ou non d'une dénomination demeure complexe. Cette appréciation est d'autant plus complexe lorsque le produit est exporté et qu'il est question d'évaluer la généricité du nom dans un pays étranger (Das, 2010). Selon Vivas-Eugui et Spennemann (2006), la pire situation pour une dénomination géographique est de devenir générique dans certains marchés. Plus de détails sur la généricité et les difficultés de l'évaluer sont présentés en annexe A3.2.

Une fois enregistrée en tant qu'IG, une dénomination géographique ne peut plus devenir générique. La durée de la protection accordée à l'IG est indéfinie, elle s'applique tant que le lien à l'origine est valide, c'est-à-dire tant que les conditions naturelles et humaines de production ne sont pas modifiées au point de transformer les qualités du produit.

2.2. Réduire l'asymétrie d'information en garantissant la validité de l'information transmise et la fiabilité des contrôles

L'incertitude sur la qualité des biens analysée dans la première section du chapitre 2 peut être à l'origine de deux dysfonctionnements économiques. D'une part, le risque d'aléa moral est important sur les marchés de produits de qualité et peut entraîner chez les acheteurs un manque de confiance allant jusqu'à les dissuader d'acheter. D'autre part, le phénomène de sélection adverse engendre un processus par lequel « les mauvais produits chassent les bons », réduisant peu à peu le niveau de qualité des produits proposés.

Sur la base des éléments présentés précédemment, nous montrons comment l'IG, plus que la marque de certification, peut fournir une information sur la qualité liée à l'origine et **diminuer le risque d'aléa moral sur les qualités typiques (2.2.1.)**. L'utilisation de moyens juridiques en cas d'usurpation du nom constatée dissuade l'usage de fausses indications et constitue un moyen de **prévenir la sélection adverse (2.2.2.)**. Enfin, comme nous l'avons précisé au dans le chapitre 2 (partie 1.4.), la confiance des consommateurs envers le signe de qualité est primordiale pour le fonctionnement du système de garantie. Nous montrons finalement comment l'examen des enregistrements par **l'État garantit la validité de l'information sur les qualités** et comment **un contrôle à plusieurs niveaux consolide la fiabilité du signe (2.2.3.)**.

2.2.1. Réduire l'aléa moral sur les qualités typiques

À l'instar des normes, standards, labels et autres signes de qualité officiels, l'indication géographique communique des informations sur les caractéristiques d'un produit. Contrairement au régime des marques, le système *sui generis* de protection des IG exige la preuve d'un lien entre les qualités du produit et sa région d'origine. Si le détail des qualités typiques et des cahiers des charges varient d'une IG à une autre, l'exigence d'une qualité liée à l'origine est le dénominateur commun à toutes les IG.

Comme nous l'avons vu, les marques de certification ne sont en aucun cas tenues de fournir une information quant à l'origine des produits. Du point de vue du droit, « une garantie d'origine géographique n'est donc pas l'essence de toute marque de nature collective [...]. Il ne s'agit que d'une fonction *éventuelle*, et non pas *essentielle*, des marques de nature collective » (Le Goffic, 2010, p. 195). En règle générale, lorsque la marque de certification consiste en un nom géographique, la provenance est un des critères de conformité du règlement d'usage (pour éviter que la marque ne soit déceptive). Mais cette exigence sur la provenance n'est pas systématiquement conjuguée à une exigence sur les qualités des produits. Or, la qualité liée à l'origine, recherchée par les consommateurs de produits de terroir, est précisément basée sur ce lien entre origine et qualités. En conséquence, dans le cas des marques de certification, aucun contrôle de la qualité liée à l'origine n'est requis. La certification porte sur certaines caractéristiques des produits, qu'elles soient ou non imputables à la région d'origine. Hughes (2003) analyse la protection des noms géographiques par les marques de certification américaines et souligne cette absence de lien entre origine et qualité, « *there is no requirement essential land/qualities nexus in U.S. law because of the fundamentals of trademarks law, [...] IDAHO potatoes are protected without even any claim that they taste differently than Russet potatoes grown in other region.* » (p. 80).

Pour Giovannucci et al. (2009), les dénominations géographiques protégées par des marques de certification fonctionnent comme des « IG privées » et compliquent la tâche des consommateurs dans la recherche de signaux de marché précis et objectifs. Quand le type même des critères de conformité varie d'une marque à une autre, il devient difficile de savoir sur quoi porte la certification. L'information véhiculée par le signe s'en retrouve brouillée et devient peu lisible pour les consommateurs, ainsi « il est parfois difficile de savoir si un terme géographique fait passer un message autre qu'une simple identification de la provenance » (p. 63). Il est alors nécessaire pour le consommateur de rechercher des informations complémentaires.

La même observation peut être faite pour le cas des marques collectives dites régionales⁷⁹. Ces marques sont utilisées pour une grande diversité de produit. Par exemple, la marque Sud de France propose son utilisation à plusieurs vins, mais aussi à des plats cuisinés et conserves, des boissons non alcoolisées, des légumes frais, des produits de la mer... Le règlement d'usage se veut minimal en ne définissant initialement que trois critères principaux, mais il renvoie ensuite à plusieurs cahiers des charges établis pour chaque catégorie de produits⁸⁰. Le règlement d'usage général pose la provenance Languedoc-Roussillon comme critère obligatoire, en ajoutant « sous réserve que l'ingrédient entrant dans le process existe en région et qu'il puisse répondre aux besoins quantitatifs de l'entreprise », ce qui ménage une marge de manœuvre relativement grande pour tous les produits transformés marqués Sud de France. Il devient alors difficile d'obtenir une information claire sur l'origine véritable des produits. Il est par ailleurs indiqué que si le produit est déjà enregistré sous un signe officiel de qualité (AOP, IGP, Label Rouge...), cela suffit à l'obtention de la marque collective.





Pour illustrer le problème d'homogénéité de l'information transmise par une marque de certification, nous prenons l'exemple de quatre marques de certification enregistrées aux États-Unis⁸¹ et observons sur quels critères, extraits des règlements d'usage, porte la garantie de conformité certifiée par la marque (tableau 5).

⁷⁹ Depuis 2010, plusieurs régions françaises ont déposé des marques appelées « marques ombrelles » ou « marques partagées », en enregistrant le nom de leur région. On trouve notamment la marque « Bretagne », « Sud Ouest France », « Sud de France » et plus récemment « Alsace ». Ces marques sont déposées en tant que marques collectives et peuvent, conformément à l'Article L715-1 du code de la propriété intellectuelle, « être exploitée[s] par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement ».

⁸⁰ Le règlement d'usage est disponible en ligne à l'adresse : <http://www.sud-de-france.com/wp-content/uploads/2014/09/Reglement-usage-2014.pdf>. Les liens vers les cahiers des charges sont disponibles à l'adresse : <http://www.sud-de-france.com/cahiers-charges-sud-france/>. (pages consultées le 15/05/2015).

⁸¹ Certaines de ces marques ont été enregistrées plusieurs fois, par le même titulaire, mais avec des logos variables. Plusieurs numéros d'enregistrement peuvent donc être reliés à la même dénomination. Nous présentons seulement l'enregistrement le plus récent pour chaque marque de certification.

Tableau 5 : Contenu des règlements d'usage de quatre marques de certification

	Idaho	Comté	Washington	Parmigiano Reggiano
Produit	Pommes de terre	Fromage	Pomme	Fromage
Élément figuratif				
N°	2914308	1654605	730583	3472347
Titulaire	État de l'Idaho - <i>Idaho Potato Commission</i>	Comité Interprofessionnel du gruyère de Comté	<i>Washington State Apple Advertising Commission</i>	<i>Consorzio Del Formaggio Parmigiano- Reggiano</i>
Contenu de la certification	« La marque certifie que les produits sont originaires de l'Idaho et sont conformes aux standards de qualité, grade, taille, poids, couleur, forme, propreté, variété, défauts internes et externes et degré de maturité, promulgués par le certificateur »	« La marque certifie que les produits sont originaires de la division administrative française Comté; que les produits sont faits exclusivement à partir de lait de vache de race Montbéliarde, nourries d'herbe fraîche ou de foin sec ; et que les fromages respectent les standards d'hygiène, les méthodes de production et l'apparence définis par le certificateur »	« La marque certifie que les produits sont originaires de l'État de Washington »	« La marque certifie que les produits sont originaires de la région Parma-Reggio en Italie, en particulier de la zone comprenant les provinces de Parme, Reggio Emilia, Modène et Mantoue sur la rive droite du Pô, et de Bologne sur la rive gauche du Reno »
	Origine : provenance et qualité	Origine : provenance et qualité	Provenance	Provenance

Source : Base de données en ligne de l'USPTO (United States Patent and Trademark Office), notre traduction.

La lecture du tableau 5 permet de montrer que dans deux cas (*Idaho* et *Comté*), c'est l'origine, c'est à dire la combinaison de la provenance et des qualités qui est certifiée. Notons toutefois que l'exigence sur la typicité semble plus élevée pour le Comté où référence est faite aux méthodes de production. Dans les deux autres cas (*Washington* et *Parmigiano Reggiano*⁸²), seule la provenance est vérifiée.

⁸² Pourtant la dénomination *Parmigiano Reggiano* a été enregistrée en AOP en Europe en 1996. Un cahier des charge précise, outre la provenance du produit, les conditions de production à respecter, comme par exemple, l'alimentation des vaches en fourrage de luzerne ou polyphytes, la forme précise du fromage, la durée d'affinage

Le fait que les règlements d'usage soient totalement libres génère une ambiguïté sur les garanties de qualité fournies par la marque de certification. Le contenu du signe est incertain, le consommateur, face à un produit marqué, ne peut donc pas savoir facilement si la vérification a porté uniquement sur la provenance ou si d'autres critères (caractéristiques du produit, méthode de production...) ont également été vérifiés. Les contenus non uniformes des règlements d'usage poussent donc les consommateurs à rechercher des informations supplémentaires. Ainsi, les marques de certification ne remplissent que très imparfaitement leur fonction d'informer les consommateurs sur les qualités typiques des produits de terroir.

Dans le cas de l'indication géographique, comme nous l'avons vu dans les sous-parties 2.1.1. et 2.1.2., la qualité liée à l'origine est exigée. L'enregistrement de la dénomination géographique en tant qu'IG est conditionné par la validation de ce lien, après examen réalisé par une instance publique compétente. Cette exigence est le dénominateur commun à toutes les IG, ce qui assure aux consommateurs que le produit porteur d'une IG possède des qualités uniques, dues à son terroir de production, qui ne sont pas reproductibles dans une autre région.

Le type d'information véhiculé par l'IG est donc plus clairement régulé que dans le cas des marques de certification. Les cahiers des charges sont adaptés à chaque produit, mais ils suivent une trame commune. L'établissement systématique de règles de production garantit aux consommateurs un certain degré d'homogénéité des produits. Certes, la conception des IG et les procédures associées (présentation des cahiers de charges, modalités de contrôle...) peuvent varier partiellement entre différents pays, mais dans un pays donné, la réglementation nationale sur les IG garantit aux consommateurs que les produits porteurs d'une IG répondent à des critères communs. Ainsi, les consommateurs s'informant sur le système de protection des IG dans leur pays obtiennent une information qu'ils pourront réutiliser pour l'ensemble des produits IG qu'ils souhaitent acheter. En comparaison, le système des marques présente un coût d'obtention de l'information plus élevé puisque la recherche d'information doit être répétée pour chaque produit.

L'IG a donc la capacité d'informer les consommateurs d'une manière lisible sur la typicité des produits. Lorsqu'un produit est porteur d'une IG, le consommateur connaisseur du système IG sait que les acteurs locaux ont identifié ses qualités typiques et traduit ses qualités en règles de production afin d'assurer leur maintien. Grâce à l'information véhiculée par l'IG, la connaissance sur les qualités

naturel d'au moins douze mois, etc.
(<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/registeredName.html?denominationId=518>, (page consultée le 26/11/15).

typiques des produits est améliorée et l'asymétrie d'information entre le vendeur et l'acheteur est réduite, ce qui permet d'affaiblir le risque d'aléa moral sur les qualités typiques des produits.

2.2.2. Installer les conditions d'une concurrence loyale entre produits

Il est ici question d'analyser la capacité de l'IG à empêcher qu'une concurrence déloyale ne se développe, c'est-à-dire à éviter que les « mauvais produits ne chassent les bons ». L'enregistrement de l'IG entraîne une protection juridique grâce à une répression des éventuelles usurpations. En France par exemple, « le nom qui constitue l'appellation d'origine ou toute autre mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire [...]. Ils ne peuvent être employés par aucun établissement et aucun autre produit ou service, lorsque cette utilisation est susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation » (Code rural, art. L. 643-1 aliéna 2). Les produits non conformes au cahier des charges, soit par ce qu'ils n'ont pas été élaborés selon les règles de production, soit par ce qu'ils ont été produits en dehors de l'aire délimitée, constituent des usurpations et sont donc interdites.

L'usurpation d'une IG est considérée comme une concurrence déloyale à l'encontre des producteurs. Ces derniers ont investi dans le temps long pour la qualification du produit, ont mis en œuvre des coordinations afin de renforcer sa réputation et se sont organisés afin de mener collectivement la démarche d'enregistrement de l'IG. En plus de tromper le consommateur sur l'origine et les qualités véritables du produit, utiliser le nom pour un produit non conforme au CdC constitue un acte de concurrence déloyale visant à détourner la réputation d'un produit et ainsi chercher à capter une rente pour un produit ne répondant pas aux critères indiqués. « Le rôle des pouvoirs publics consiste [...] à empêcher la fraude et la falsification de sorte que le marché d'une IG puisse profiter tant aux consommateurs qu'aux parties prenantes de la région d'origine (producteurs, transformateurs, négociants, sous-traitants, secteur du tourisme, etc.) » (Giovannucci et al. 2009, p. 16). Empêcher la concurrence déloyale est donc une mesure de protection des consommateurs et des producteurs⁸³.

La répression des usurpations est en premier lieu un moyen de dissuader les vendeurs d'utiliser l'IG pour un produit ne respectant pas le CdC. Si des usurpations sont effectivement repérées, les autorités publiques sont en droit de déployer un mécanisme de saisie et éventuellement d'imposer une amende à l'auteur de l'usurpation. Ce système permet de limiter l'entrée sur le marché de « faux » produits, et de réduire leur présence sur le marché. Le phénomène de sélection adverse par lequel les

⁸³ Le Règlement UE N° 1151/2012 vise à protéger les producteurs en « garantissant une concurrence loyale pour les agriculteurs et les producteurs dont les produits agricoles et les denrées alimentaires présentent des caractéristiques et des propriétés qui leur confère une valeur ajoutée » (art. 1.a.).

mauvais produits chassent les bons est ainsi limité. Identifier les produits authentiques et écarter du marché les imitations contribue à maintenir la qualité des produits vendus.

2.2.3. Un État garant de la qualité

La confiance dans le système de protection est une condition importante du fonctionnement du système IG au niveau national (cf. 1.4. du chapitre 2). Sans une confiance des consommateurs et des producteurs dans le système d'enregistrement et de contrôle des IG, les effets des IG pour réduire l'incertitude sur les qualités seront largement affaiblis. Cette confiance est permise grâce à une vérification au moment de l'enregistrement par l'autorité publique et à un système de contrôle public/privé.

L'examen des demandes d'enregistrement par l'État garantit la validité de l'information sur les qualités typiques

Pour éviter que l'incertitude soit transférée du produit (de ses qualités) au signe, l'agent responsable de vérifier les dossiers de demandes d'enregistrement doit être indépendant et impartial. L'État apparaît alors le plus indiqué pour assurer cette tâche du fait de l'absence d'intérêts économiques directs dans les marchés de produits de terroir.

Les dossiers de demande d'enregistrement d'IG sont soumis à l'évaluation par l'autorité publique. C'est généralement l'office de propriété intellectuelle du pays⁸⁴ qui est chargé de cette mission. Les CdC sont examinés et peuvent faire l'objet de plusieurs corrections et modifications avant d'être validés. Une fois le dossier validé, le processus d'enregistrement est déclenché. Chaque pays dispose d'un processus particulier pour cet enregistrement. En général, la décision d'enregistrement est publiée au Journal Officiel, un délai variable (deux à trois mois) est accordé pour d'éventuelles oppositions. Sans opposition, l'IG est enregistrée par décret officiel. Si des oppositions sont formulées, une procédure de réexamen, prévoyant des appels et des conciliations entre les parties est engagée.

⁸⁴ Cet office est un organe public placé sous tutelle d'un ministère, en général le ministère en charge de l'économie et/ou de l'industrie. Cette tutelle peut varier selon les pays en fonction de l'organisation ministérielle. IG En France, les sont examinées par un organe public spécialement dédié, l'INAO, placé sous tutelle du Ministère de l'Agriculture (les autres droits de propriété intellectuelle étant administrés par l'Institut national de la propriété industrielle, sous tutelle du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique).

L'État est donc le garant de la validité des enregistrements⁸⁵ et par conséquent de la validité de l'information sur les qualités typiques des produits porteurs d'IG.

Fiabilité d'un système de contrôle à plusieurs niveaux

L'État administre également un système de contrôle de l'utilisation des IG enregistrées. Ce contrôle se découpe en deux volets. Le premier, que nous avons abordé dans la partie précédente, consiste à vérifier l'utilisation des IG sur le marché et à saisir, le cas échéant, les usurpations. Selon les pays, ce contrôle est plus ou moins efficace en fonction des moyens disponibles pour la répression des fraudes.

Le deuxième volet, porte sur le contrôle de l'utilisation de l'IG par les titulaires eux-mêmes. Pour Ngo Bagal et Vittori (2011), ce contrôle est crucial car la liberté d'adapter les règles de production à chaque situation locale s'accompagne d'une responsabilité de respecter ces règles pour maintenir la confiance des consommateurs. Ce contrôle a pour objectif de vérifier l'efficacité des groupements titulaires dans leur gestion de l'IG, c'est-à-dire, d'inspecter la conformité des produits porteurs de l'IG au cahier des charges. Cette vérification porte sur trois aspects principaux (Vandecandelaere et al., 2009) :

- Les matières premières, le respect du processus de production spécifié au cahier des charges ;
- La traçabilité (pour garantir que le produit est bien issu de l'aire de production délimitée) ;
- Le produit final (aspect, goût, emballage...).

Afin de vérifier la conformité des produits, un plan de contrôle⁸⁶ peut être établi. Chaque pays peut réguler le contenu du plan de contrôle et fixer les moyens et les responsabilités de divers acteurs impliqués dans la vérification. De même, le moment de la construction de ce plan peut varier, comme nous le verrons dans la partie 2, l'Indonésie exige un plan de contrôle au moment de l'enregistrement, ce qui n'est pas le cas du Vietnam où ce plan est généralement construit après l'enregistrement. Plusieurs niveaux de vérification sont articulés dans ce plan de contrôle (tableau 6).

⁸⁵ En France, cette fiabilité est mentionnée dans la réglementation : un des objectifs généraux du règlement UE N° 1151/2012 vise à « communiquer aux acheteurs et aux consommateurs les caractéristiques des produits et les propriétés de production de ces produits et denrées alimentaires en garantissant [...] la disponibilité pour les consommateurs d'information fiables relatives à ces produits » (art. 1.b.).

⁸⁶ Un plan de contrôle se définit comme « un document spécifique et adaptable qui spécifie la manière dont les règles stipulées dans le cahier des charges doivent être vérifiées. Il s'agit d'un outil de gestion identifiant les points de contrôle qui sont les points critiques du processus de production et les moyens pour vérifier leur conformité aux exigences du cahier des charges » (Vandecandelaere, et al., 2009, p. 192).

Tableau 6 : Différents niveaux de vérification des plans de contrôle

Niveau de vérification	Modalités du contrôle	Coût
Interne	Les opérateurs (producteurs, transformateurs...) réalisent un <i>autocontrôle</i> sur leurs produits et veillent à respecter les conditions de productions inscrites au cahier des charges. Un <i>contrôle réalisé par le groupement titulaire</i> chez les membres peut également être effectué. Ce sont donc les acteurs ayant construit les règles de production vérifient leur respect.	Faible. Cette auto-évaluation par les utilisateurs de l'IG eux-mêmes se fonde sur une proximité (culturelle, sociale, géographique) et une confiance élevée parmi les membres.
Par l'acheteur	Certains acheteurs du produit, non impliqués dans la définition du cahier des charges, peuvent effectuer un contrôle avant de décider d'utiliser le logo de l'IG ou non.	Moyen. Le coût du contrôle est supporté par l'acheteur.
Mixte	La vérification est faite par des membres du groupement et des acteurs externes (acheteurs, autorités locales...). Ce type de vérification est souvent mis en place dans les premières années d'une IG.	Moyen. Le coût est supporté conjointement par le groupement titulaire et les acteurs externes.
Externe	La vérification est en réalité une certification réalisée par une tierce partie (organisme externe indépendant). Cet organisme de certification doit être accrédité dans le pays.	Élevé. Le coût est généralement supporté entièrement par le groupement titulaire.

Le coût de la vérification est une question centrale dans les plans de contrôle. Un soutien public peut être attribué aux groupements titulaires pour les aider dans la mise en œuvre du plan de contrôle. La vérification par un organisme extérieur indépendant est particulièrement coûteuse mais apporte un niveau de garantie élevé. La participation des producteurs est absolument nécessaire, car ils sont tenus de respecter les conditions du cahier des charges et sont sollicités pour tenir à jour la traçabilité du produit dans l'aire de production. Certains pays n'ont pas régulé les plans de contrôles, qui s'établissent alors au cas par cas. Les filières d'exportation auront plutôt tendance à utiliser la « vérification par l'acheteur » ou la certification externe. Les filières plus locales s'en tiennent en général à la vérification interne et mixte. Certaines législations ont régulé ce plan de contrôle, c'est par exemple le cas de l'UE qui exige une vérification externe par un organisme certificateur indépendant⁸⁷.

La possibilité d'utiliser une IG repose donc sur de multiples vérifications permettant de garantir la fiabilité d'un contrôle généralement effectué à plusieurs niveaux. Quatre sources de contrôle, indépendantes les unes des autres, sont à l'œuvre pour assurer ce contrôle : l'État (au travers de ses organes compétents en matière de propriété intellectuelle), les opérateurs de la filière eux-mêmes,

⁸⁷ Depuis la réforme de l'INAO en 2006, chaque ODG doit identifier un certificateur indépendant qui sera chargé de contrôler l'utilisation de l'IG au sein de cet ODG. Le certificateur doit être agréé par la norme ISO 65 de l'Organisation internationale de la normalisation, délivrée par les organismes d'accréditation.

rassemblés au sein du groupement titulaire, des acheteurs et des certificateurs indépendants. La dissociation entre les utilisateurs de l'IG et les responsables du contrôle permet une meilleure impartialité dans les vérifications réalisées et renforce l'objectivité de la garantie apportée sur les qualités des produits. Dans le cas des marques de certification, aucun contrôle externe, étatique ou non, n'est réalisé en ce qui concerne la conformité entre le produit et le règlement d'usage. Le titulaire est le seul responsable, vis-à-vis des consommateurs, de la qualité du produit porteur de la marque.

Face à un produit porteur d'une indication géographique, les consommateurs sont donc assurés que la qualité liée à l'origine a été identifiée, validée et contrôlée. Un consentement à payer élevé pour ce produit aux qualités typiques peut alors s'exprimer. Malgré l'incertitude inhérente aux marchés de produits différenciés, le dispositif de reconnaissance et de protection des IG contribue au maintien de qualité territoriale dont le produit de terroir bénéficie, grâce à une information validée et fiable sur les qualités.

III. L'indication géographique : un dispositif institutionnel permettant de renforcer l'action collective

Nous envisageons dans cette section le DIL associé aux indications géographiques et examinons sa capacité à renforcer la capacité d'action collective des acteurs locaux. Nous présentons tout d'abord l'**organisation des producteurs (3.1.)** dans les dynamiques d'IG et observons que la proximité et la réputation interne des membres permet de limiter les comportements opportunistes. Nous analysons ensuite comment le travail collectif d'une diversité d'acteurs publics et privés lors de l'**établissement du cahier des charges et après l'enregistrement** peut stimuler les coordinations et renforcer la capacité d'action collective (3.3.).

3.1. Organisation des producteurs dans les dynamiques d'indications géographiques

Caractère collectif du demandeur d'enregistrement

L'ADPIC ne précise pas le profil du demandeur dans les articles consacrés aux IG, ce qui est pourtant le cas pour les autres DPI régulés par l'accord. Il faut donc aller voir dans le détail des cadres juridiques nationaux pour connaître les dispositions prises par les pays sur ce point. El Benni et Reviron

(2009) comparent des IG sélectionnées dans sept pays⁸⁸ et soulignent que pour l'ensemble des cas étudiés, une organisation collective locale représentant les producteurs est titulaire de l'IG ou s'est vue confier, après enregistrement, la responsabilité de gérer localement le DIL associé à l'IG. En Europe, la réglementation précise que le demandeur d'enregistrement doit revêtir un caractère collectif (les demandes sont présentées « par des groupements travaillant avec les produits dont la dénomination doit être enregistrée », Règlement UE N°1151/2012, art. 49)⁸⁹. Il est donc impossible qu'une IG soit enregistrée par un producteur seul, une entreprise ou un groupement sans lien avec le produit concerné.

Les demandes d'enregistrement d'IG sont donc généralement portées par des groupements de producteurs, le terme « producteur » faisant ici référence à la diversité des acteurs impliqués dans la fabrication du produit (agriculteurs, transformateurs, coopératives...). Ces groupements sont donc des organisations interprofessionnelles rassemblant les opérateurs de la filière. Les distributeurs ne sont en général pas représentés dans ces organisations, mais les autorités locales peuvent y siéger.

Organisation, proximité et reconnaissance

La création de ces associations locales d'IG permet de distinguer un dedans et un dehors dans la démarche d'enregistrement de l'IG et ainsi de renforcer la proximité professionnelle entre les membres qui sont sollicités pour se rencontrer fréquemment pendant la phase de construction de la demande d'enregistrement. Il s'agit bien ici d'instaurer un mécanisme d'exclusion, comme nous l'avons vu dans la section II. du chapitre 2 sur les biens de club. Outre l'adhésion à l'association de l'IG, les membres sont également tenus de respecter les règles de production inscrites au CdC (cf. sous-partie suivante). L'exclusion de certains acteurs de l'usage du nom et de la réputation peut renforcer le sentiment d'appartenance des membres de l'association et constituer une première incitation à respecter ces règles communes de production.

Les associations locales d'IG fournissent aux membres une identité institutionnelle qui leur permet de se représenter dans diverses manifestations publiques (foires, festivités locales, etc.). Dans cette idée, nous avons vu à la section II. du chapitre 2 que la reconnaissance des groupements par les

⁸⁸ Afrique du Sud, Cuba, Colombie, Costa Rica, Maroc, Mexique et Mongolie.

⁸⁹ En France, ces groupements sont nommés Organismes de Défense et de Gestion (ODG) et reçoivent un agrément de l'INAO attestant leur légitimité et leur représentativité. Ils ont pour missions principales de rédiger le cahier des charges du produit, de veiller à sa mise en application, de gérer le contrôle interne, de participer à la valorisation et promotion du produit et de travailler à la défense du nom contre les usurpations (en partenariat avec l'INAO et la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes). Les ODG jouent donc un rôle fondamental, à la fois en amont de l'enregistrement (rédaction du cahier des charges) et en aval de l'enregistrement dans la gestion du dispositif local de l'IG.

autorités publiques était un facteur de renforcement de la capacité d'action collective. Elles offrent aussi aux membres la possibilité de candidater collectivement à des aides publiques en lien avec leurs activités de production (activités de promotion du nom, crédit...). Fournier (2008) analyse que les IG peuvent ainsi influencer sur la capacité d'action collective des acteurs du territoire « en instituant un syndicat de défense [pouvant] offrir un cadre pour les actions collectives à une échelle territoriale » (p. 549).

Torre (2002) distingue la réputation « externe » qui est attachée au produit et qui est l'attribut informationnel garantissant les qualités du produit aux consommateurs ; et la réputation « interne », qui est attachée aux producteurs eux-mêmes, au sein de la communauté de production. Cette réputation interne se fonde sur l'observation mutuelle des manières de produire des différents producteurs. L'organisation des producteurs facilite cette observation mutuelle grâce à des échanges et des visites (lors du contrôle interne par exemple, cf. 2.2.3.). Si un producteur ne met pas en œuvre les méthodes permettant d'élaborer le produit aux qualités distinctives, sa réputation interne se dégrade. Selon le système de sanction prévu par l'association (souvent graduel, avec plusieurs niveaux d'avertissements), ce producteur risque à terme d'être exclu de l'utilisation de la réputation.

Cette combinaison de réputation externe et interne comme mode de coordinations des producteurs dans les filières de qualité est également observée par Belletti (2000). Selon l'auteur, dans un marché restreint, comme celui de l'huile d'olive extra-vierge de Toscane, proposer des produits de qualité inférieure au niveau de qualité attendu par la communauté locale serait rapidement identifiable et punissable. En effet, la proximité physique des acteurs augmente considérablement l'efficacité de l'échange d'information. Un producteur qui proposerait un bien de qualité inférieure verrait sa réputation décliner au sein du groupe de producteurs dont l'objectif commun est de maintenir une réputation du produit (réputation externe) élevée. Les comportements de tromperie sur les qualités sont d'autant plus découragés dans les situations de fort encastrement des firmes dans les réseaux et relations sociales (Raub et Weesie, 1990), comme c'est le cas pour l'huile d'olive toscane.

L'organisation locale des producteurs dans les démarches d'enregistrement d'IG permet donc de renforcer la proximité entre les acteurs ainsi que la confiance organisationnelle au sein du groupe (Torre, 2006). Une meilleure visibilité des actions agit comme une incitation à respecter les engagements pris collectivement et améliore donc la capacité d'action collective. Enfin, la reconnaissance de ces associations d'IG par les autorités locales apporte une identité institutionnelle au groupe ainsi qu'une légitimité à engager de actions collectives de promotion par exemple.

3.2. Coordinations d'acteurs pour l'établissement du cahier des charges et *post-enregistrement*

L'établissement du cahier des charges est une étape-clé des démarches d'enregistrement d'IG. Cette construction peut durer plusieurs années et résulte de l'échange entre acteurs sur leurs pratiques de production, d'un travail empirique et scientifique sur les facteurs naturels et humains de production et d'une négociation sur les règles et l'aire de production figurant au CdC.

La confrontation des pratiques permet aux acteurs d'identifier progressivement les qualités les plus distinctives du produit et de mieux connaître sa réputation sur les différents marchés. Ces échanges renforcent progressivement la prise de conscience des acteurs de la singularité de leur produit, du fait que sa réputation est une ressource commune qui les rassemble et donc de la nécessité de la maintenir collectivement. Un objectif commun pouvant favoriser l'action collective peut alors apparaître dans la volonté des acteurs de promouvoir le nom et de protéger sa réputation.

La négociation sur les règles de production ainsi que la délimitation de l'aire de production sont souvent source de conflit entre acteurs dans les dynamiques d'IG. La participation des services agricoles peut permettre d'équilibrer les forces en présence et de veiller à la représentation de la diversité des producteurs et autres acteurs de la filière. Ces « facilitateurs » (Paus et Reviron, 2010a), qui peuvent être des acteurs publics ou privés, mais qui endossent un rôle de médiateurs dans la démarche d'IG, encouragent la participation et l'inclusion des acteurs économiques ayant un pouvoir de négociation plus faibles dans les filières. Si la convergence des intérêts individuels vers un objectif commun peut prendre du temps, ce processus de négociation va également augmenter la proximité entre les acteurs. La construction de l'IG peut alors être vue comme un moyen de pérenniser l'action collective au sein de systèmes alimentaires localisés en stimulant la convergence des stratégies individuelles et en produisant de manière collective des normes communes amenant les acteurs à définir une stratégie collective (Fournier, 2008).

Une fois l'enregistrement effectué, l'association de l'IG est responsable de la mise en œuvre du cahier des charges et assure une vérification des pratiques des membres selon un plan de contrôle joint à la demande. Le non respect des règles inscrites au CdC (itinéraires technique de production, aire géographique, transformation, packaging, etc.) peut entraîner des sanctions qui ont été préalablement définies par les acteurs eux-mêmes. Ce plan de contrôle est en général graduel et est appliqué directement par les acteurs, ce qui, comme nous l'avons vu au chapitre 2 (section II.), limite les comportements non coopératifs.

De plus, l'association de l'IG pilote, après l'enregistrement, l'ensemble du DIL associé à l'IG. Elle examine les entrées des nouveaux membres, réévalue si besoin les règles de fonctionnement de l'association et le jeu de sanctions en cas de non respect de ces règles. L'association est également active pour ce qui est de la protection juridique du nom (elle portera une éventuelle démarche juridique en cas d'usurpation du nom constatée) et des activités de promotion.

Comme le soulignent Valceschini et Torre (2002), l'IG peut renforcer l'action collective grâce des mécanismes de coordinations visant à pallier les incertitudes. Les auteurs relèvent en particulier trois mécanismes : (1) des contrats, parfois incomplets, ou informels, mais qui permettent aux acteurs de la filière de réduire l'incertitude quand aux quantités et au prix envisagés ; (2) un dispositif de gouvernance dont le but est de « rendre visibles les règles communes » ; (3) une proximité qui renforce la confiance organisationnelle et permet des engagements réciproques explicites ou implicites.

IV. Conditions de fonctionnement des IG et moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale

Nous terminons ce chapitre en présentant, sur la base des chapitres précédents de la première partie, les **conditions institutionnelles de fonctionnement des indications géographiques (4.1.)**. Sous ces conditions, l'IG permet de maintenir la rente de qualité territoriale dont bénéficient les produits de terroir réputés.

Nous nous intéressons ensuite aux usages des IG en examinant le cas particulier des IG pour différencier des produits. L'usage de l'IG pour des produits encore faiblement réputés vient questionner les conditions de fonctionnement, notamment du fait que la réputation du produit ne peut pas constituer la ressource commune permettant de fédérer les actions individuelles. L'importance du **moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale (4.2.)** apparaît alors comme un élément important de l'analyse.

4.1. Conditions institutionnelles de fonctionnement des indications géographiques

L'évaluation des effets des IG, compte tenu de leurs fonctions attendues dans de multiples dimensions, se heurte souvent à leur grande diversité (cf. introduction générale). Les controverses sur les effets potentiellement positifs ou négatifs des IG sur le développement ont renforcé l'importance

d'un champ de recherche sur les facteurs de succès des IG. L'analyse de la littérature sur ces facteurs de succès des IG, déjà abordée en introduction générale, nous a permis d'identifier trois pôles de conditions qui sous-tendent le fonctionnement du modèle économique des indications géographiques. Ces pôles de conditions permettant aux IG de maintenir les rentes de qualité territoriale des produits de qualité liée à l'origine sont ici détaillés.

Produit spécifique et marché pertinent

Le produit dont la dénomination est enregistrée en indication géographique doit présenter des *caractéristiques homogènes et typiques* (Barjolle et al., 2000 ; Fort et Rastoin, 2009), il doit être différent des produits standards et présenter des caractéristiques uniques attribuables à son mode de production (ce qui est explicitement précisé dans les régulations sur les IG).

Cette spécificité doit être perçue par les consommateurs (Sylvander et al., 1998), qui acceptent de valoriser ses qualités, ce qui renvoie à l'idée de *marché pertinent* (Barjolle et Sylvander, 2002). Un marché pertinent est caractérisé par un consentement à payer suffisant et un système de distribution permettant d'atteindre les consommateurs choisis (Barjolle et Sylvander, 2002, p. 1448). Le succès de la dynamique d'IG dépend également de la *situation économique générale du secteur*. Si le secteur est peu attractif, l'IG aura des difficultés à se développer et engendrer des bénéfices (Barjolle et al., 2000).

Le succès de l'IG est conditionné du point de vue microéconomique à la « rentabilité pour un ensemble d'acteurs coordonnés » (Sylvander et al., 1998). Si les *coûts* liés à l'ensemble de la démarche d'IG sont supérieurs aux bénéfices, une faible participation des acteurs limite grandement le succès.

Coordination, organisation et action collective

Plusieurs *actions collectives* sont requises pour le succès d'une dynamique d'indication géographique (Rangnekar, 2004a ; Fort et Rastoin, 2009 ; Biénabe et al., 2013) : établir un cahier des charges, recherche, gestion collective de la qualité, système de traçabilité, lobbying, etc.

Une *organisation de producteur* doit être instituée afin de fédérer ces actions collectives (Barjolle et al., 2000). Structures organisationnelles et institutionnelles sont la « pierre angulaire » du succès des produits IG (Giovannucci et al., 2009).

Les acteurs doivent être capables de gérer collectivement et efficacement la filière. La capacité d'action collective est dépendante de l'aptitude des acteurs locaux à faire *converger leurs intérêts* vers les mêmes fonctions attendues de l'IG. Définir un *objectif commun* est à la fois crucial et problématique du

fait de l'hétérogénéité entre acteurs (Barjolle et Sylvander, 2002). Pour Boutonnet et al. (2009), « au départ des démarches de qualification, se trouve toujours une menace » qui concerne l'usurpation d'une notoriété, une menace sur le maintien de pratiques traditionnelles et de la biodiversité, ou un risque de banalisation du produit. C'est autour de cette menace que se noue l'action collective entre acteurs.

La démarche de construction des projets d'enregistrement des IG doit être basée sur un *processus de négociation* permettant plusieurs compromis (qualité, aire de production...) où l'ensemble des acteurs est représenté. Une *participation équitable des différents acteurs* au processus décisionnel (Poméon et Fournier, 2010 ; Belletti et al., 2014) et au contrôle (Giovannucci et al., 2009) est requis et apparaît comme un facteur de succès de ces démarches.

L'importance de *coordinations territoriales* dans les IG ont été soulignées en Europe (Allaire et Sylvander, 1997 ; Perrier-Cornet et Sylvander, 2000) et pour l'émergence récente des IG dans les PED (Sautier et al., 2011). Les relations horizontales entre producteurs et acteurs du territoire facilitent la révélation participative de ressources territoriales. La gestion collective des produits spécifiques maximise les effets bénéfiques pour les « *smallholder producers* » (Van de Kop et al., 2006). Une *stratégie territoriale étendue* (intégration avec des activités touristiques, préoccupations environnementales) apparaît comme une condition pour la reproduction des ressources impliquées dans les systèmes de production et donc pour la durabilité des dynamiques d'IG (Vandecandelaere et al., 2009).

Rôle de l'État

Le succès des indications géographiques est conditionné à l'existence d'une *protection juridique efficace* (Vandecandelaere et al., 2009), permettant de limiter les risques de fraudes et de protéger la réputation. Une compréhension des avantages/inconvénients des options possibles (IG, marques...) dans les autres pays si le produit est exporté est un autre facteur de succès (Giovannucci et al., 2009).

Les produits de terroir sont parfois situés dans des zones défavorisées et élaborées par des structures familiales aux ressources limitées. Il y a nécessité dans ce cas d'un soutien public à ces structures dans les démarches IG, tout en veillant à ne pas créer une attente et une passivité qui rendrait l'IG trop dépendante de ces soutiens (Barjolle et Sylvander, 2002). L'*appui institutionnel* peut prendre diverses formes (financier, montage des dossiers, conseil, etc.), il fournit une assistance technique à la démarche et peut être vue comme une *légitimation des organisations et institutions locales* construites pour l'IG (Sylvander, 2004 ; Fort et Rastoin, 2009). Le besoin d'un soutien public dans les dynamiques d'IG a été particulièrement soulevé dans le cas des IG dans les pays en développement (Bramley et al., 2013).

4.2. Importance du moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale

En tenant compte des conditions de fonctionnement du modèle des indications géographiques que nous venons d'exposer, ces signes de qualité peuvent constituer des outils de maintien d'une rente de qualité territoriale. En effet, dans la situation « classique » d'un produit de terroir aux qualités typiques, reconnues par les consommateurs, et réputé, les acteurs locaux partagent certaines pratiques de production relativement stabilisées ainsi que la réputation du produit comme ressource commune. Une forme de coordinations des acteurs autour de la qualité préexiste à la démarche d'IG. La fonction généralement attendue de l'IG dans cette situation est de « fixer » certaines règles de production particulières ainsi qu'une aire géographique, afin de maintenir les qualités typiques et réserver l'usage de la réputation (et donc le bénéfice de la rente) aux producteurs qui investissent effectivement dans la qualification du produit. Dans cette approche de l'IG, la justification de la démarche d'enregistrement est en premier lieu l'outil juridique de lutte contre les usurpations. Le DIL de l'IG apporte des outils de traçabilité du produit et permet d'installer un cadre renouvelé pour l'action collective au sein du territoire. La démarche d'enregistrement intervient donc ici « en bout de course », en s'appuyant sur le processus de qualification territoriale du produit déjà à l'œuvre et sur les coordinations existantes entre les acteurs que l'IG tente de renforcer. L'objectif principal de la démarche est donc la protection et éventuellement une meilleure valorisation de ressources déjà révélées et actives.

Mais comme nous l'avons mentionné en introduction générale, certaines IG en Indonésie et au Vietnam sont construites sur des produits encore faiblement réputés et pour lesquels le processus de qualification est encore récent. Il est également repéré que certaines indications géographiques européennes portent sur des produits faiblement ancrés territorialement. Par exemple, le fromage Picodon présente un « système de production faiblement localisé » (Esposito-Fava, 2010) et n'utilise pas l'image de sa région de production (Drôme et Ardèche) pour se valoriser ni ne permet pas véritablement à celle-ci de tirer un grand bénéfice. Nous pouvons également citer l'exemple du fromage anglais AOP *Beacon Fell Traditional Lancashire Cheese* pour lequel « *one producer dominates the entire qualification process out of perceived marketing advantages [...] the strategy adopted in this latter case is clearly not territorial* » (Tregear et al., 2007, p. 19).

Dans certains cas, il apparaît donc que les coordinations territoriales autour du produit sont encore faibles et que les stratégies des différents acteurs peinent à converger vers des actions collectives. Tous les produits candidats à l'enregistrement en IG ne font donc pas ressource localement. Ceci nous permet de nous détacher du « mythe » économique du produit de terroir réputé dont l'usurpation de la

réputation appellerait naturellement à un enregistrement de la dénomination. De nombreux cas de produits enregistrés en tant qu'IG ont emprunté des trajectoires différentes de celle décrite au chapitre 1. Ainsi, pour des produits encore faiblement réputés, l'IG n'intervient pas « en bout de course », mais bien en amont d'un processus de qualification territoriale, qui peut –ou non- survenir.

L'objectif que les acteurs assignent à l'IG dans une telle situation ne peut donc pas être de protéger la réputation et de maintenir la rente, mais plutôt de stimuler l'établissement de cette réputation, grâce à une qualification du produit et à sa différenciation sur les marchés. L'IG est alors pensée comme un projet de territoire et un outil de mise sur le marché, visant à la fois à stimuler les coordinations entre acteurs, à créer les cadres d'action collective et à établir localement une convention de qualité sur laquelle la réputation du produit va progressivement être construite. Pour que ce projet prenne vie localement et se développe, l'intentionnalité des acteurs, et donc l'accord sur un objectif commun, est absolument nécessaire.

Nous pouvons ainsi reconsidérer certaines des conditions du modèle des IG. En effet, la spécificité et la typicité du produit ne sont pas systématiquement présentes au début de toute démarche d'enregistrement d'IG. De même, si l'objectif est de construire une réputation, l'existence d'un marché pertinent sur lequel les consommateurs reconnaissent déjà la réputation ne peut être considérée comme une condition du succès des IG. La question de la capacité d'action collective est également plus fortement posée pour ces produits en cours de qualification territoriale, car la réputation du produit ne pourra constituer la ressource commune permettant de rassembler les acteurs et d'orienter les stratégies individuelles vers une stratégie collective. Dans cette situation, la capacité de l'IG à susciter l'intérêt des acteurs n'est pas garantie, tout l'enjeu de la démarche sera de stimuler l'adhésion des producteurs et des autres acteurs de la filière, afin de renforcer le processus de qualification et les coordinations territoriales. Le degré de participation des acteurs dans la construction du projet d'enregistrement est un élément important car « il ne s'agit pas seulement de demander leur avis aux acteurs locaux mais bien plus fondamentalement de susciter leur adhésion, leur participation et leur implication dans une idée de construction collective des systèmes d'action publique » (Leloup, 2005, p. 10).

La question de l'utilisation de l'IG par les producteurs est également une question centrale. En effet, des règles de productions strictes peuvent faciliter la qualification du produit et son identification sur le marché, mais elles peuvent constituer des barrières à l'entrée importantes pour certains producteurs qui ne sont pas en mesure de réaliser les investissements éventuellement nécessaires pour le respect de ces règles de production. Ainsi, les producteurs les moins équipés se verront exclus de la dynamique de l'IG (Galtier et al., 2013), ce qui peut fragiliser la cohésion au sein du groupe de producteurs. En outre, le

nombre d'utilisateurs est particulièrement important car le contrôle du produit et du respect des règles de production par l'association est généralement payé par les producteurs, ce qui permet à l'association de constituer un budget propre pouvant être utilisé pour des activités de promotion collective du nom. Un cercle vicieux peut s'instaurer : si un nombre élevé de producteurs choisissent de ne pas utiliser l'IG et donc ne font pas contrôler leurs produits, l'association sera peu rémunérée ce qui limitera sa capacité à développer des activités de promotion ; alors la réputation du produit ne sera que peu renforcée, ce qui n'incite pas les producteurs à continuer ou à commencer à faire contrôler leurs produits.

Comme le soulignent Belletti et al. (2014), l'utilisation ou non de l'IG est un choix raisonné par chaque firme en fonction du coût/bénéfice qu'elle peut retirer de cet usage. Si de petites firmes peuvent être contraintes de ne pas demander le contrôle (du fait d'une incapacité à pouvoir attester du respect des règles de production), de grandes firmes peuvent également trouver peu d'intérêt à l'usage de l'IG s'il leur apparaît trop coûteux d'insérer le produit sur un marché de niche spécialisé. Ainsi, le choix d'utiliser l'IG est incontestablement lié à la stratégie de marketing de firmes (Belletti et al., 2014, p. 7).

Il nous semble évident qu'il existe un gradient entre ces deux situations polaires. Des produits situés à des stades variés dans le processus de qualification territoriale peuvent être candidats à l'enregistrement en IG. Nous avons observé que l'action collective autour de ressources communes se heurte souvent à de multiples difficultés, et avons souligné que dans le cas de l'usage des IG dans le but de créer une réputation de qualité liée à l'origine, ces difficultés peuvent être renforcées du fait de l'absence de perception d'une ressource commune nécessitant des actions collectives pour son maintien.

Conclusion du chapitre 3 – Diversité des usages des indications géographiques : protéger, maintenir et construire des rentes de qualité territoriale

Nous avons dans ce chapitre abordé l'indication géographique sous divers angles, celui de l'information, puis de l'action collective et enfin de ses usages. L'examen des moyens juridiques de protection des noms géographiques nous a permis de montrer que le régime des marques ne permet pas de réduire l'incertitude sur la qualité liée à l'origine de manière satisfaisante, alors que l'IG apparaît plus adaptée pour indiquer à la fois l'origine et la typicité des qualités d'un produit. En outre, la nature collective de ce DPI saisit la dimension commune aux produits de terroir, dont plusieurs facteurs de production et dont la réputation constituent des ressources communes à l'ensemble des producteurs. Le rôle de l'État a été souligné dans l'examen des demandes d'enregistrement, ainsi que dans le pilotage des contrôles, ce qui fait de l'IG un moyen de réduire les asymétries d'information en garantissant la validité de l'information transmise et la fiabilité des contrôles.

L'indication géographique se révèle également comme un DIL offrant un cadre pour l'action collective locale. En effet, la construction puis l'usage du DIL (cahier des charges, association de producteurs, système de traçabilité, etc.) stimule les coordinations locales autour du produit. La possibilité d'adapter ce dispositif en fonction de la situation locale du système de production est une force incontestable de cet outil, pour lequel les acteurs construisent eux-mêmes les règles de productions, de fonctionnement de l'association, ainsi que les éventuelles sanctions. La création ou le renforcement d'une association de producteurs qui portera la démarche d'enregistrement et pourra animer des actions collectives consolide la proximité entre les acteurs, améliore l'assurance de la réciprocité des engagements et confère une identité institutionnelle à la dynamique locale, ces éléments étant des facteurs influençant positivement la capacité d'action collective.

L'IG peut donc être vue comme un outil réduisant l'asymétrie d'information et renforçant l'action collective entre les acteurs autour du produit, en vue de maintenir la rente de qualité territoriale. Cependant, cette capacité de l'IG à protéger la rente dépend de trois pôles de conditions sous lesquelles ce modèle des IG peut fonctionner. Ces conditions portent d'une part sur la typicité du produit et la reconnaissance des qualités par les consommateurs (marché pertinent) sans laquelle la rente ne peut émerger. Un second pôle porte sur les coordinations entre les acteurs ayant conduit à la qualification territoriale du produit. Enfin, le dernier pôle de conditions concerne l'État, qui doit être garant de la validité des enregistrements, assurer un contrôle et dans la plupart des cas apporter un soutien institutionnel et parfois technique et financier aux démarches locales d'IG.

Cependant, l'observation des usages concrets des IG montre que dans certaines situations, les conditions de spécificité et de typicité des produits, de reconnaissance des consommateurs et de coordinations territoriales autour du produit sont encore faibles au moment du démarrage de la démarche d'IG. Ainsi, les IG peuvent être construites, non seulement en vue de protéger et maintenir des rentes, mais également dans le but de générer ces rentes pour des produits encore peu qualifiés territorialement. Ces situations pour lesquelles la réputation du produit ne peut constituer la ressource commune capable de fédérer les acteurs posent de manière centrale la question de la capacité des acteurs portant ces projets d'IG à susciter la participation d'un nombre suffisant d'acteurs à la démarche et à motiver les producteurs à utiliser l'IG une fois qu'elle sera enregistrée.

L'observation de démarches d'IG dans le but de construire des réputations et des rentes nous permet de reconsidérer les IG en tant qu'outils de développement. Elles n'apparaissent pas seulement comme des signes de qualité pouvant protéger une rente préalablement constituée et basée sur l'histoire longue d'un processus de qualification territoriale. Les IG peuvent également être saisies par les acteurs locaux comme des outils innovants de développement, qui deviennent le cœur d'un projet territorial construit autour du produit. La capacité des acteurs locaux privés, publics et associatifs à se coordonner pour qualifier le produit et faire émerger sa réputation est alors reposée de manière plus impérieuse, comme nous allons l'explorer dans la partie 2, en analysant les résultats issus de notre enquête de terrain en Indonésie et au Vietnam.

CHAPITRE 4

Posture de recherche et méthodologie

Le travail sur la méthodologie nous a demandé un investissement important. Nous proposons d'exposer dans ce chapitre la posture de recherche que nous avons adoptée ainsi que la méthode que nous avons utilisée pour notre étude. Nous tenterons autant que possible de présenter le contenu des divers éléments ou aspects méthodologiques du travail (guides d'entretiens, types de comparaison...), mais également la construction progressive de nos choix méthodologiques.

Nous commençons par présenter, dans une première section, **la démarche générale (I.)** qui a guidé la recherche et influencé nos choix méthodologiques. L'exposé de cette démarche générale présente notre posture de recherche au travers de trois approches combinées dans la thèse, la recherche qualitative, la comparaison et la théorie ancrée. Nous entrons ensuite dans des aspects plus précis de la méthodologie en retraçant **la construction du dispositif d'enquête et le choix des terrains (II.)**, ce qui nous permet d'expliquer comment nous avons réalisé nos choix au fil de la recherche. Nous exposons dans une troisième section le **matériel et la méthode de collecte et traitement des données (III.)**.

I. Démarche générale

Ce travail a été réalisé en combinant plusieurs postures de recherche, qui se sont superposées, pour produire une posture générale adaptée au terrain et aux hypothèses. La première posture a été identifiée en tenant compte du type de données disponibles et de la nature des processus à analyser, ce qui nous a orientés vers une **recherche qualitative et pluridisciplinaire (1.1.)**. Deuxièmement, une **démarche comparative (1.2.)** entre l'Indonésie et le Vietnam et entre les différentes expériences concrètes d'IG analysées, a permis de construire, déconstruire et affiner, au fil de la recherche, les catégories d'analyse. Enfin, l'ensemble du travail a été conduit dans une posture de **théorie ancrée (1.3.)** (Glaser et Strauss, 1967) qui propose de bâtir le cadre théorique et méthodologique « chemin faisant », en fonction des résultats du terrain, grâce à un processus constant d'analyse des données.

1.1. Une recherche qualitative et pluridisciplinaire pour analyser les processus d'émergence

Le caractère émergent des indications géographiques dans nos terrains était une première contrainte forte. Notamment en Indonésie qui disposait d'un cadre juridique permettant l'enregistrement des IG depuis seulement trois ans au démarrage de la thèse. Au Vietnam, le système « des appellations d'origine » date de 1996 mais n'était pas opérant dès cette date ; sa révision en 2005 avait été nécessaire pour relancer les enregistrements d'IG au Vietnam. Au démarrage de la thèse, l'Indonésie comptait deux IG enregistrées, le Vietnam en comptait 18. Une analyse quantitative, par exemple des effets économiques des IG sur les prix, n'aurait pas pu satisfaire aux exigences méthodologiques d'échantillonnage. De plus, notre objectif de travailler sur un processus renforçait l'idée qu'une approche qualitative était plus adaptée afin d'observer les changements, les innovations, les apprentissages, etc. liés aux systèmes complexes que sont les IG.

Notre expérience du terrain indonésien⁹⁰ nous permettait d'évaluer la fiabilité des données quantitatives accessibles dans les bureaux de statistiques. Les séries de prix étaient souvent mal renseignées. Les données sur les surfaces et volumes étaient accessibles dans les services agricoles, mais s'appliquaient à des découpages administratifs (provinces, districts) et non à des bassins de production, ce qui aurait mieux correspondu à notre approche. Les volumes indiqués semblaient parfois être estimés sur la base des surfaces (surface*rendements recommandés par les services agricoles). Enfin, il était

⁹⁰ Nous y avons effectué un stage de master sur les IG en 2008, un an après la promulgation du Décret présidentiel sur les IG (stage pour l'obtention du diplôme d'ingénieur de spécialisation en agronomie tropicale, option VALOR, Institut des Région Chaudes, Montpellier SupAgro).

difficile d'isoler l'information recherchée dans les statistiques : poivre blanc et noir sont mélangés dans une même catégorie, l'ensemble du café arabica est rassemblé sous une catégorie qui ne distingue pas entre les variétés⁹¹... Le manque de moyen peut expliquer les difficultés à maintenir des données statistiques consistantes. Pour notre recherche, ceci ajoutait à l'argumentation en faveur d'une analyse qualitative.

Comme nous l'avons dit précédemment, les IG sont des systèmes complexes dont l'étude appelle à la pluridisciplinarité. Les DIL, tout comme les systèmes nationaux, combinent économie, cadres juridiques, jeux d'acteurs, préférences alimentaires, etc. Les analyser allait requérir, outre des outils d'analyse économique, des emprunts au droit, aux sciences politiques, et parfois à la gestion ou à la sociologie.

1.2. La comparaison, du choix à la posture de recherche

Un reconnaissance croissante des *comparative studies* en sciences sociales est observée depuis le début des années 2000 (Ghorra-Gobin, 1998 ; Hassenteufel, 2005). Mais si « travailler sur l'émergence en économie suppose une approche comparative et empirique » (Piveteau et Rougier, 2010), les approches comparatives restent minoritaires au sein des différentes branches de l'économie – pour qui le processus d'émergence n'est pas toujours un objet central. L'économie institutionnelle fait sur cette question figure d'exception⁹². Dans d'autres disciplines, comme en sciences politiques par exemple, la comparaison est une démarche plus commune. La comparaison n'a donc pas le même statut, ni la même légitimité, selon les disciplines et même au sein de chacun d'elles (De Verdalle et al., 2012). Pourtant, comparer est une méthode et non une discipline. La comparaison doit donc pouvoir être mobilisée dans les travaux d'économie.

La démarche comparative a ainsi été le socle de notre méthode de recherche. Si ce choix s'est révélé fécond scientifiquement, « tenir la comparaison » tout au long du travail de recherche n'a pas été chose facile. Nous avions pour projet de comparer les IG aux échelles nationale et locale. Si l'intérêt de la comparaison entre les expériences locales concrètes d'IG est apparu clairement dès le début de la thèse pour travailler les liens entre IG et PQT, plusieurs fois, le choix de travailler dans deux contextes nationaux a été remis en question, tant la justification méthodologique semblait difficile à fournir. La

⁹¹ Or, pour la plupart des cafés bénéficiant d'IG, les cahiers des charges autorisent certaines variétés et en proscrirent d'autres.

⁹² Citons par exemple l'ouvrage d'Aoki (2001), *Toward a Comparative Institutional Analysis*, Cambridge, England, The MIT Press. L'ouvrage, qui plaide pour une approche comparative, mobilise la théorie des jeux pour établir un cadre conceptuel permettant d'analyser les institutions, leur émergence et leurs évolutions.

complexité de la réalité observée et l'encastrement des systèmes remettaient fréquemment le choix des pays (et le nombre de pays) au centre des interrogations. Comment comparer sans négliger *a priori* certaines particularités utiles à la recherche ?

Bien souvent, des arguments épistémologiques sont venus en renfort pour réhabiliter la comparaison quand la justification méthodologique se brouillait au fil des allers-retours entre données et théorie, et entre l'Indonésie et le Vietnam. Avant de répondre à la question « comment comparer », c'est en se demandant « pourquoi comparer » que le choix de la comparaison a pu être maintenu.

En annexe A4.1, nous présentons la comparaison en tant que méthode classique en sciences sociales et développons les enjeux de l'application de cette méthode à nos travaux. Nous montrons qu'une approche comparative a permis la nécessaire distanciation avec l'expérience européenne des AOC. Nous voulions limiter dans cette thèse, à défaut de pouvoir absolument neutraliser, les biais liés à une interprétation trop euro-centrée de l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam. Nous ne voulions émettre aucune appréciation de l'ordre de la « bonne adoption » du concept d'AOC, mais bien comprendre s'il existait des spécificités asiatiques sur la question.

La démarche comparative a constitué un véritable moteur dans notre recherche, du fait d'un questionnement permanent des résultats issus d'un terrain par rapport à l'autre. Grâce à la comparaison, nous avons pu mettre en regard les IG en émergence en Indonésie et au Vietnam, avant de les considérer, éventuellement, par rapport à l'expérience européenne des appellations d'origine. Nous établissons également dans cette annexe A4.1 des liens entre mondialisation et comparaison : si les périodes de mondialisation peuvent engendrer des inquiétudes (éventuelle atténuation des particularités socioculturelles), la comparaison se révèle utile dans le contexte mondialisé pour repenser les relations entre le particulier et le général, le singulier et le commun.

La comparaison a donc été un choix, initialement intuitif, que nous avons d'abord cherché à comprendre d'un point de vue épistémologique. L'intérêt de la comparaison en sciences sociales et l'incitation à comparer entre pays d'Asie du Sud-Est, ont alimenté notre volonté de mener une recherche en comparaison. Comparer devait faciliter, mais aussi parfois forcer, un processus connu des chercheurs en sciences sociales, qui consiste à déconstruire et reconstruire en permanence les catégories d'analyse. Ce premier choix méthodologique est progressivement devenu une posture au centre de la démarche générale de recherche.

1.3. Une recherche ancrée dans le terrain, à la poursuite d'un modèle

La théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967) vise à construire la question de recherche et les catégories d'analyse « chemin faisant », par un aller-retour permanent entre les observations de terrain et la théorie. Nous présentons les **principes généraux de la théorie ancrée (1.3.1.)** qui ont guidé notre recherche. Nous présentons ensuite la **construction progressive du modèle des indications géographiques (1.3.2.)**.

1.3.1. Principes généraux de la théorie ancrée

La théorie ancrée ou théorie enracinée est une posture applicable à toute recherche empirique. Elle se construit à partir des données au travers d'une démarche « artisanale », c'est-à-dire non standardisée du point de vue du choix des concepts d'analyse et des outils de collecte des données.

Glaser et Strauss soulignent la compatibilité entre la théorie ancrée, les recherches qualitatives et les approches comparatives. Ces auteurs, de même que Miles et Huberman (2003), insistent sur le caractère itératif de l'analyse des données qui doit être réalisée en parallèle de leur collecte. Les méthodes de collecte de données sont assez fréquemment renseignées dans les manuels, en revanche, leur analyse a été moins théorisée. Nous retiendrons comme principe général que le traitement progressif des données permet de faire émerger les catégories centrales d'analyse au fil de l'étude.

Ce traitement en continu des données réoriente la suite de la collecte. Ceci ne signifie pas que nous avons conduit l'enquête de terrain sans hypothèses de départ. Au contraire, si notre démarche n'a pas consisté en un « test » des conditions du modèle des IG sur nos terrains, l'enquête a permis de questionner successivement une série d'hypothèses, sur la base de la non-vérification de l'hypothèse précédente (cf. 1.3.3. sur l'abduction). Cette démarche nous a conduit à collecter au départ des données relativement hétérogènes pouvant sembler disparates et à les traiter directement (sous forme de fiches-produits, de tableaux de comparaison entre cadres juridiques, de tableaux de synthèse des fonctions attendues des IG, etc.) ; puis à préciser les questions et le type de données recherchées au fur et à mesure de la stabilisation des hypothèses.

La théorie ancrée se décline en trois formes, discursive, substantive ou formelle. La forme discursive a consisté à traduire en propositions les observations. Les idées directrices apparaissent alors peu à peu, sous la forme de thèmes récurrents dans les observations. La seconde phase, substantive, permet d'identifier les concepts utiles à l'analyse en confrontant les propositions de terrain à la

littérature. Enfin, la dernière étape consiste à formaliser les résultats pour les rendre plus intelligibles et à proposer un modèle. Cette dernière étape demande de faire de nouvelles comparaisons pour éviter les « faux exemples » ou la généralisation à partir de cas particuliers.

1.3.2. « Le terrain ? C'est ce qui résiste »⁹³, ou l'expérience du modèle

Conduire une recherche empirique et recourir à un « modèle » sont deux démarches qui peuvent sembler contradictoires. Les méthodes de recherches empiriques qualitatives parlent plus volontiers de cadre conceptuel que de modèle et de « propositions » ou « intuitions », plutôt que d'hypothèses. Pour autant, comme nous venons de le voir, la théorie ancrée comprend une étape de modélisation, l'objectif même de la démarche étant précisément de formaliser un modèle pour expliquer les observations issues du terrain.

Nous avons commencé à travailler sur le modèle économique des IG dès le début de la thèse, avant de commencer les enquêtes de terrain (un calendrier des principales étapes de la thèse est fourni en annexe A4.2). Nous avons dans un premier temps travaillé sur la structure du modèle. Nous voulions identifier les niveaux, les dimensions, les objets et les flux à représenter. Comme représenté sur la figure 5, nous avons d'abord pensé un modèle structuré en deux niveaux pertinents (national et local) dans lesquels les IG se construisaient selon trois dimensions (politique, relationnelle et cognitive). Parmi les objets se trouvent la filière (produit, acteurs...), le territoire (ses ressources, coordinations...) et les dispositifs institutionnels dans les deux niveaux. Les flux principaux concernent :

- *Le flux du produit* : qui est échangé entre acteurs.
- *Des flux d'information* : signal de qualité sur le produit, flux d'information de nature réglementaire (influence du cadre juridique) entre le national et le local, influences entre les trois dimensions (politique, relationnelle et cognitive) au niveau national.
- *Des flux cognitifs* : échanges de savoirs entre acteurs locaux et nationaux lors du montage des dossiers d'IG, échanges entre producteurs sur leurs pratiques, entre producteurs et consommateurs, etc.
- *Des flux monétaires* : entre acteurs dans les transactions au sein des filières, entre le national et le local pour le soutien des démarches d'IG, entre producteurs dans la répartition et l'utilisation des bénéfices (rente).

⁹³ Citation extraite de Labussière et Aldhuy (2012), « Le terrain ? C'est ce qui résiste. Réflexion sur la portée cognitive de l'expérience sensible en géographie », *Annales de géographie*, 5 (687-688), pp. 583-599.

- Des coordinations territoriales par lesquelles les acteurs révèlent, mobilisent, gèrent les ressources territoriales spécifiques, s'organisent autour de projets (tels que l'IG), agissent ensemble. Ces coordinations rassemblent des flux d'information, monétaires et cognitifs.

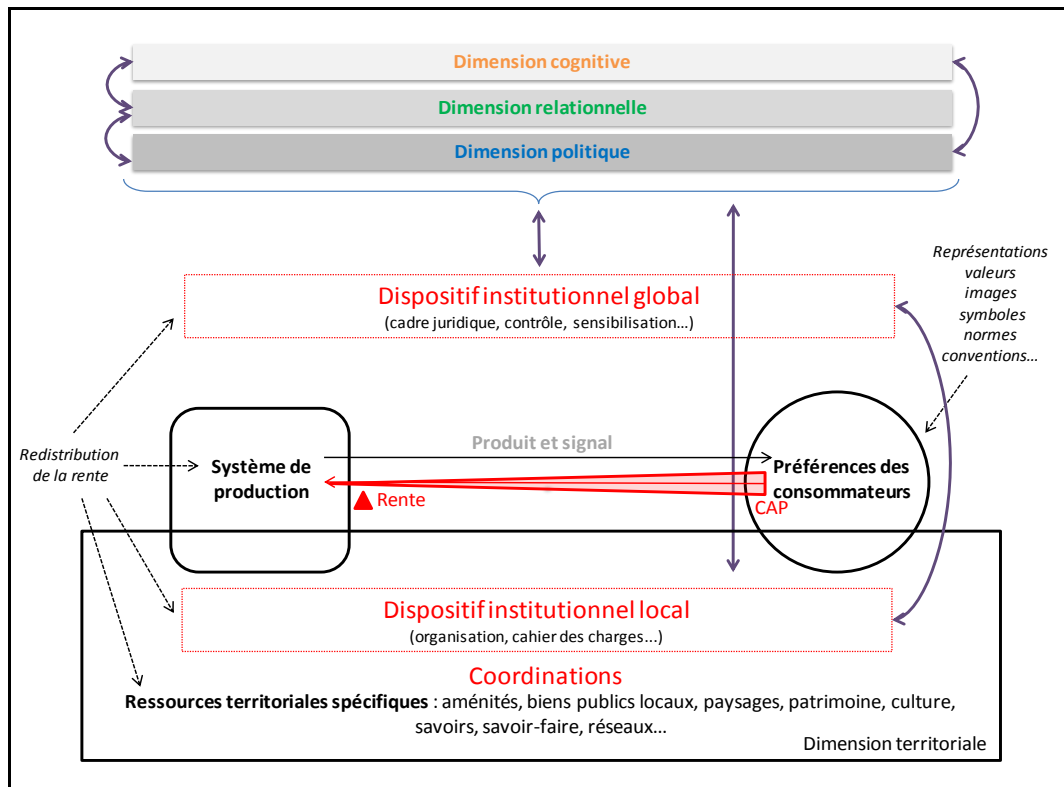


Figure 5 : Première tentative de représentation du modèle IG avant l'enquête de terrain

La figure 5 illustre notre démarche initiale consistant en une vision globale du modèle des IG et mettant un accent particulier sur l'encastrement du modèle dans les structures sociopolitiques, relationnelles et cognitives. Des éléments de structure du modèle étaient identifiés : distinction entre un niveau national et local et leurs articulations, dispositifs institutionnels des IG dans ces deux niveaux mêlant plusieurs dimensions, dimension territoriale caractérisées par des coordinations et des ressources spécifiques. La rente était identifiée comme un moteur du modèle. Les liens entre les dispositifs nationaux et locaux, entre les dispositifs locaux et la rente, ainsi qu'entre la rente et le territoire devaient être précisés.

Le schéma présenté en figure 5 était une première ébauche. Nous pouvons dire aujourd'hui qu'il nous a servi à identifier une première série de catégories d'analyse, très générales. Nous savions que nous ne traiterions pas toutes les catégories, mais il nous importait de fixer une première représentation avant d'aborder le terrain. Le terrain exploratoire (premier passage sur le terrain) qui a démarré le mois

suivant la production de ce premier schéma a permis d'affiner les catégories et d'en sélectionner certaines. Au retour du terrain exploratoire, une seconde tentative a été réalisée (figure 6).

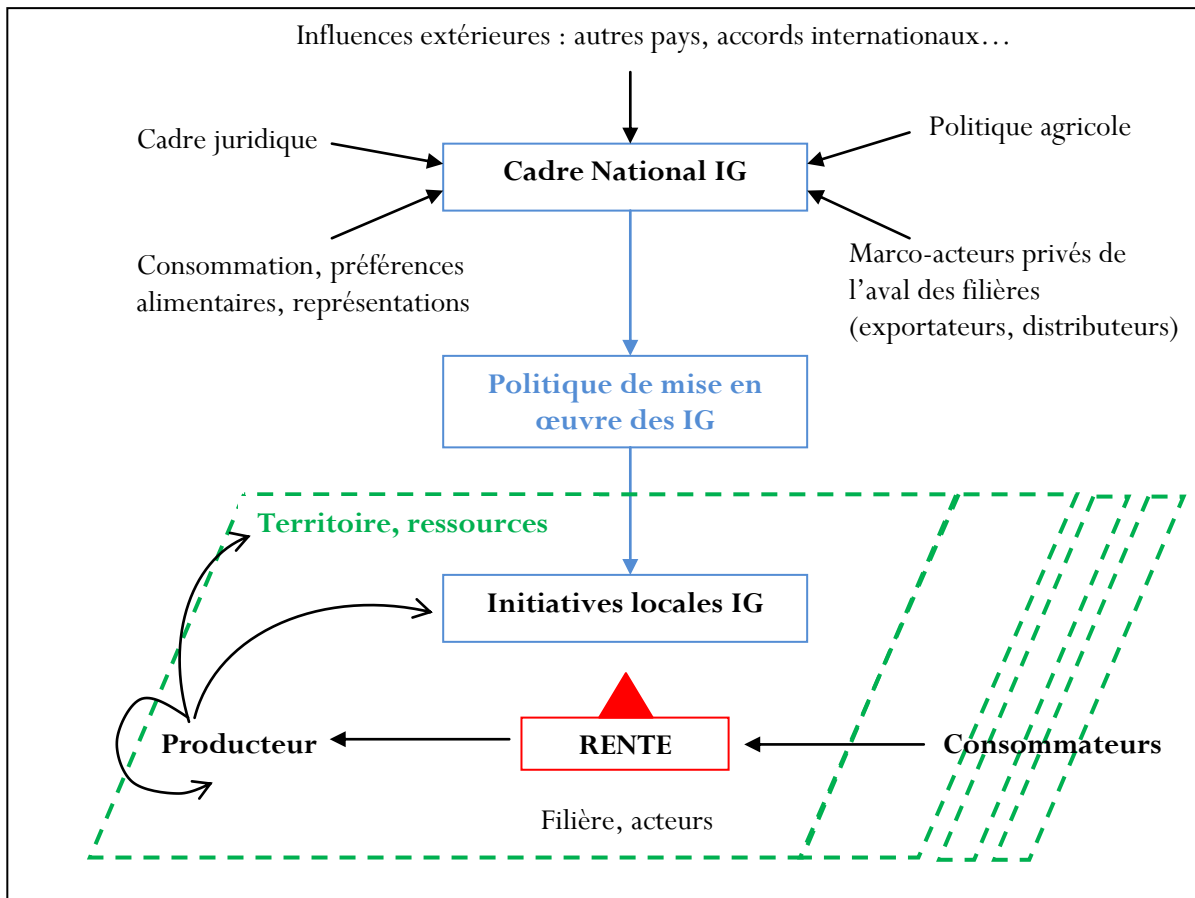


Figure 6 : Deuxième tentative de représentation du modèle IG (après enquête exploratoire)

Nous remarquons que les dimensions politiques, relationnelles et cognitives reflétant l'encastrement et précédemment positionnées au niveau national ont été minorées, car l'enquête exploratoire nous a amené à resserrer notre analyse sur les dispositifs institutionnels des IG, l'étude de l'encastrement apparaissant comme trop ambitieux. Ces trois dimensions restent cependant présentes comme un facteur d'influence dans la catégorie « Consommation, préférences, représentations ».

De nouvelles entrées apparaissent (« politique agricole », « influences extérieures » et « macro-acteurs privés de l'aval ») après avoir émergé du terrain. Nous avons, sur ce schéma, renommé les dispositifs institutionnels en « cadre national IG » et « initiatives locales IG », nous reviendrons ensuite sur les termes dispositifs institutionnels. En désignant le cadre des observations au niveau local sous le terme « initiatives locales IG », nous tentons de traduire un résultat du terrain exploratoire nous indiquant que les dynamiques locales d'IG devaient être analysées de manière à saisir l'ensemble de la dynamique, ce qui suppose de ne pas s'intéresser uniquement à la partie « visible » des IG (cahiers de

charges, association de l'IG... comme indiqué dans la figure 5). Il apparaissait que l'ensemble du processus, qui impliquait divers acteurs, de nombreux choix et divers enjeux économiques et politiques devait être pris en compte.

La politique de mise en œuvre des IG émerge comme une nouvelle catégorie d'analyse positionnée en articulation entre le cadre national et les « initiatives locales IG ». Ceci traduit un autre résultat du terrain exploratoire : le cadre national fournit une première indication mais les modalités de mise en œuvre sont à analyser au cas par cas.

Dans le « local », le territoire émerge plus nettement comme une catégorie d'analyse centrale. La délimitation du « territoire » en pointillés verts est évolutive, reflétant le processus de construction territoriale. Enfin, la rente apparaît plus clairement au centre du processus. Elle est située dans le territoire, l'idée de rente de qualité territoriale - que nous ne nommions pas encore à ce stade - était train de devenir une catégorie d'analyse.

Un travail plus spécifique sur la rente et ses diverses « voies d'accès » a également été fait entre les deux passages sur le terrain (figure 7). Nous cherchions à comprendre les différents objectifs avec lesquels les acteurs tentent d'approcher la rente (la créer, la maintenir, la territorialiser...). Nos hypothèses de travail à ce stade de la recherche avaient été reformulées autour de la création et du maintien de la rente.

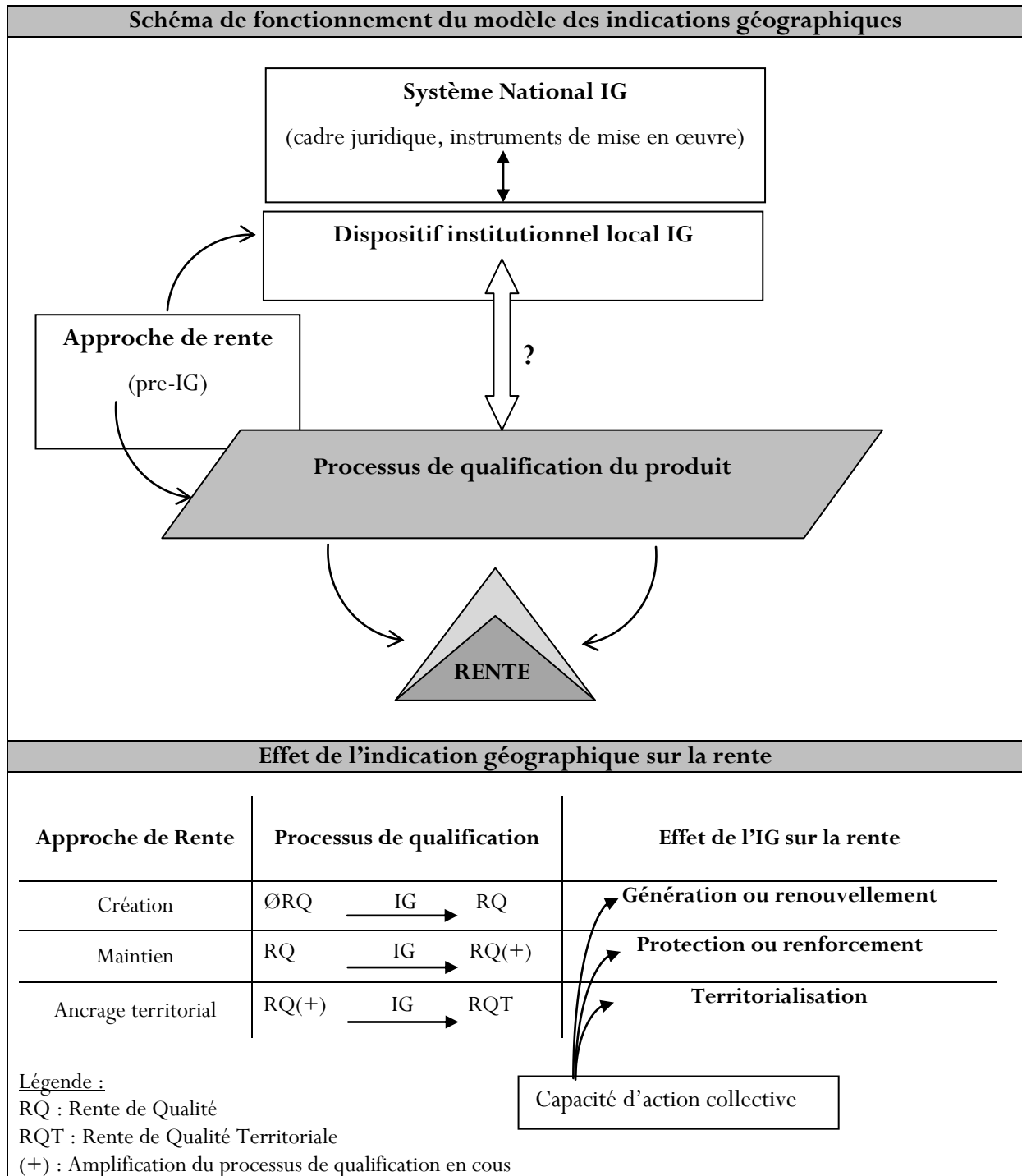


Figure 7 : Travail sur la variabilité des approches de rente

La figure 7 montre l'identification de l'action collective comme une nouvelle catégorie d'analyse. Elle a émergé après le premier passage sur le terrain en analysant la participation variable des acteurs aux dynamiques IG. Une troisième version du modèle a été travaillée au retour du deuxième passage sur le terrain. Les améliorations ont consisté à apporter des précisions sur la structure, les variables et le fonctionnement général du modèle.

La structure du modèle : niveaux et dimensions

Le modèle reste structuré en *deux niveaux* (national et local) et intègre des influences « extérieures » d'autres niveaux (international). Les niveaux sont délimités en fonction des objets, des types d'acteurs en présence, ils comportent des dynamiques internes et entre niveaux. En ce qui concerne les dimensions reflétant l'encastrement des IG, que ce soit au niveau national ou local, nous distinguons désormais deux dimensions :

- relationnelle ou sociopolitique : réseaux, interaction entre les acteurs, pouvoir, stratégies.
- cognitive : enjeux sur les connaissances, opinions, préférences alimentaires, valeurs.

Les dimensions sociopolitiques et cognitives sont à considérer car elles influencent la construction des IG dans les deux niveaux et permettent d'interpréter certains aspects particuliers de l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam.

La rente reste le moteur du modèle, bien que les situations analysées n'aient pas permis de calculer véritablement des rentes. Les IG analysées sont en émergence, ce qui nous oriente vers une analyse en termes de processus, au croisement entre la qualification du produit et la dynamique territoriale, qui ressortent comme les deux enjeux centraux. Nous proposons alors de nous concentrer sur les processus de qualification territoriale et leurs interactions avec les IG.

Les variables

Nous distinguons deux groupes de variables, les variables classiques d'analyse des filières et des territoires et les variables institutionnelles. Les variables d'analyse des filières et des territoires doivent permettre d'analyser les processus de qualification territoriale, elles comprennent des séries de variables permettant de renseigner :

- Le *produit* : production, transformation, qualités, réputation, usage du nom...
- Les *marchés* : volumes, prix selon les diverses qualités, conditions de consommation
- Les *acteurs privés* (dans leur diversité - structures familiales, artisanales, industrielles) et les acteurs publics : leurs savoirs, leurs relations (proximité, organisation) et leurs stratégies vis-à-vis du produit (production, commerciale, marketing, tourisme)
- L'*histoire locale du produit*, son ancienneté, l'identité régionale, les projets qui ont été conduits autour de ce produit
- Les *ressources territoriales* présentes et passées entrant en interaction avec le produit et plus largement, celles mobilisées dans le processus de qualification territoriale

- Les *coordinations entre acteurs du territoire* (entre firmes, entre acteurs privés et publics...) afin de produire, vendre, promouvoir, gérer collectivement et individuellement le produit.

Les variables institutionnelles doivent permettre d'analyser – en mobilisant également les variables de filières et territoire - les dispositifs institutionnels des IG, dans leurs contenus, leurs conditions de construction et leurs fonctionnements, elles comprennent :

- Des *institutions au sens strict* : le droit, les cahiers de charges (règles de production, aire, traçabilité...), la procédure d'enregistrement des IG. Ces institutions peuvent s'inscrire dans des organisations (associations de producteurs, coopératives, gouvernements locaux, office de propriété intellectuelle...)
- Le *rôle de l'État* et les modalités d'action publique sur les IG
- Des *variables institutionnelles au sens plus large* : confiance entre acteurs, formes de concurrences entre producteurs et capacité d'action collective
- La *gouvernance des dispositifs d'IG* : prise de décision, représentation et participation des acteurs, territorialisation de cette gouvernance.

On peut souligner que les dimensions sociopolitiques et cognitives se retrouvent dans chacun des groupes de variables et des niveaux. Il n'est pas toujours possible de tracer une limite franche entre ces groupes de variables ; par exemple, le territoire est fait d'institutions, l'État intervient dans les filières, la qualité du produit et sa réputation sont des institutions. Nos guides d'entretiens (cf. 3.2.) ont été construits sur la base de ces différentes variables.

Les conditions de fonctionnement

Sur la base de ce modèle, nous nous posons la question de ses conditions de fonctionnement. Plusieurs conditions apparaissent, liées à la rente et à sa répartition, au consentement à payer des consommateurs, à la réputation du nom et à sa gestion collective, au financement du système... Les investissements nécessaires au fonctionnement du modèle peuvent être financés par la rente (disons, par les acteurs privés et le marché) ou par un soutien de l'État, notamment dans la phase d'émergence du modèle.

Le modèle des IG fonctionne lorsque qu'il permet aux flux de se réaliser, c'est-à-dire lorsque (i) l'on observe des interactions entre acteurs économiques (le produit circule, se vend ; information et connaissance sont accessibles), (ii) que d'autres interactions entre acteurs construisent des institutions permettant de maintenir (éventuellement de renforcer) ces flux et (iii) que ces institutions qualifient le

produit en lien avec des ressources territoriales. On observe alors une activation du processus de qualification territoriale au moyen de l'IG. Les conditions de fonctionnement du modèle ont fait l'objet de toute la partie 1 et sont reprises dans le chapitre 3, nous ne les détaillerons pas ici.

Nous venons de retracer notre cheminement dans la construction du modèle des IG. Ce modèle a véritablement été un outil plus qu'une finalité. Nous l'avons construit en utilisant des références bibliographiques, nous l'avons confronté et enrichi grâce au terrain et fréquemment actualisé. Les tentatives successives de modélisation nous ont permis de formaliser pas à pas nos observations et de fixer temporairement les résultats obtenus. C'est bien l'expérience du modèle sur le terrain qui a façonné sa structure et son contenu actuels.

En parallèle de la construction du modèle, des reformulations successives des hypothèses ont orienté la collecte des données. Ces reformulations relèvent d'un procédé d'abduction (présenté en annexe A4.3), qui consiste à inférer la meilleure explication possible et à faire évoluer les hypothèses au fur et à mesure de la collecte des données. Tout au long de la progression et de la consolidation de nos hypothèses, la question de recherche a été précisée, non sans introduire une certaine distance entre les observations de terrain et les questionnements. Ce passage à l'abstraction est d'autant plus nécessaire pour une thèse en comparaison. Cependant, choisir la comparaison en économie et préparer un cadre conceptuel adapté, ne suffisent pas à la rendre pleinement « active » d'un point de vue heuristique. Il convient de mobiliser ou, c'est notre cas, de construire un dispositif d'enquête et de traitement des données qui permettra de tirer les avantages de la démarche comparative. Ce dispositif d'enquête est basé sur plusieurs choix méthodologiques que nous allons détailler dans la section suivante.

II. Construction du dispositif d'enquête et choix des terrains

Nous avons construit le dispositif d'enquête de terrain de manière à répondre à la question de recherche et valider ou non les hypothèses, tout en tenant compte des réalités de terrain et des possibilités d'accès aux données. Notre question de recherche principale a été formulée dans l'introduction par l'interrogation suivante : quel est le rôle joué par les indications géographiques dans le processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires en Indonésie et au Vietnam? Deux hypothèses de travail ont ensuite été énoncées comme suit :

Hypothèse 1 : Le rôle de l'IG dans le processus de qualification territoriale dépend de la phase de ce processus dans laquelle l'IG est construite.

Hypothèse 2 : La situation économique de filières et le contexte politico-institutionnel conditionnent la trajectoire de développement de l'IG.

Pour appréhender l'émergence des IG dans les territoires indonésiens et vietnamiens nous avons procédé à plusieurs choix méthodologiques que nous détaillons dans cette section. Nous traiterons d'abord de deux points importants dans les démarches comparatives, la **finalité** et le **niveau de la comparaison** (2.1.). Dans la deuxième sous-partie nous nous intéressons aux **modes et la stratégie de comparaison** (2.2.) mobilisés dans la thèse. Les trois sous-parties suivantes rendent compte des choix méthodologiques. Nous présentons d'abord le **choix de l'Indonésie et le Vietnam** (2.3.) et exposons les **partenariats scientifiques et institutionnels** (2.4.) au sein desquels la thèse s'est déroulée. Enfin, nous présentons notre méthode de **sélection des expériences locales d'IG** (2.5.) retenues pour l'enquête.

2.1. Finalité et niveaux de la comparaison détermine le référentiel de la comparaison

Le questionnement que nous avons mené sur l'intérêt de la comparaison (présenté dans l'annexe A4.1) nous a notamment permis d'identifier deux points importants à renseigner : la finalité et le niveau de la comparaison. Comme nous allons le voir, **la finalité détermine le référentiel de la comparaison** (2.1.1.). Nous présentons ensuite notre choix d'**articuler plusieurs niveaux dans la comparaison** (2.1.2.) de l'émergence des IG en Indonésie et au Vietnam.

2.1.1. La finalité détermine le référentiel de la comparaison

La finalité de la comparaison est une des questions méthodologiques de toute recherche comparée. Cette finalité influence le référentiel de la comparaison que Vigour (2005) nomme le « critère de la comparaison ». Ce critère de comparaison doit être défini « au préalable car il oriente le travail du chercheur » (p. 6). Nous interprétons « au préalable » dans la phrase de Vigour comme « au préalable de l'action de comparer en elle-même » ; or, la comparaison n'est pas à l'œuvre de la même manière à tous les moments d'une recherche comparative. Il nous a semblé qu'il existait des étapes pour lesquelles la comparaison devait demeurer en suspens afin de laisser les résultats apparaître avant de les passer dans le filtre de la comparaison.

Il ne s'agissait ni de comparer les IG indonésiennes et vietnamiennes au modèle des AOC, comme nous l'avons mentionné, ni de tenter en vain de « faire comme s'il n'existait pas ». Le modèle des AOC a servi comme de première base pour identifier certaines des catégories de notre analyse et construire le référentiel de notre comparaison. Il nous a semblé que c'est lorsque l'on entame *concrètement* le travail de comparaison, c'est-à-dire dans la phase de rédaction, que ce référentiel devait être véritablement défini. Dans notre cas, la caractérisation de ce que nous pourrions appeler le référentiel de la comparaison, c'est-à-dire le modèle présenté dans la partie 1, s'est faite progressivement et a été stabilisée au début de la phase de rédaction. La finalité de notre comparaison entre l'Indonésie et le Vietnam était d'une part d'aboutir à ce modèle et d'autre part de confronter ces deux expériences des IG afin de renforcer la validation de nos hypothèses. Stabiliser ce référentiel a été indispensable pour choisir le mode de comparaison, ce que nous détaillerons au 2.2.

2.1.2. Réaliser une enquête en articulant plusieurs niveaux de comparaison

Faire varier les niveaux de comparaison nous a permis d'identifier les lieux d'émergence et de régulations des IG. L'intérêt de travailler au niveau national et à des échelons locaux pour répondre à notre question de recherche n'était pas une évidence. Une enquête au niveau local pouvait à première vue suffire à valider ou non les hypothèses.

Nous avons maintenu et articulé les deux niveaux d'analyse pour plusieurs raisons. L'enquête au niveau national était nécessaire pour renseigner le cadre général des systèmes nationaux d'IG. Au-delà du cadre juridique, plusieurs éléments sont à analyser dans la mise en œuvre des IG, par exemple leur financement, la sensibilisation des gouvernements locaux ou encore le positionnement des macro-acteurs économiques sur les IG (grande distribution, exportateurs...). Faire varier les échelles d'analyse permettait de dépasser le seul cadre national, mais aussi d'enrichir les résultats obtenus au niveau local grâce à la compréhension des influences des systèmes nationaux des IG. Articuler les deux niveaux permettait également d'explorer les effets des initiatives locales d'IG sur les systèmes nationaux en cours de construction. Enfin, l'émergence est un phénomène fondamentalement lié à la question de niveau. Une propriété, une institution ou un processus, émerge souvent du fait d'une articulation entre niveaux.

L'analyse comparée des résultats de terrain, articulée sur plusieurs niveaux, nous a permis d'identifier l'échelon territorial comme un lieu de coordination important pour les dynamiques d'IG⁹⁴.

⁹⁴ Comme exemple de démarche similaire, nous pouvons citer le travail de Lendaro (2012) sur la construction et les usages sociaux de la catégorie d'immigré-e. Elle mène une comparaison entre deux pays et deux régions (la France et l'Italie, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la Ligurie) grâce à des jeux d'échelles entre les niveaux

Lorsque nous nous concentrons plus précisément sur l'un des deux niveaux, la catégorie d'analyse « territoire » a parfois tendance à s'estomper. Mais dès que nous reprenons la comparaison en articulant les niveaux, le territoire réapparaissait comme catégorie centrale d'analyse. À notre sens, les coordinations territoriales, qui ne sont pas toujours évidentes à mettre en lumière mais qui sont pourtant bien agissantes, apparaissent grâce à la comparaison articulée entre le national et le local.

Articuler entre plusieurs niveaux nous a aidés à faire ressortir les régularités et les singularités. Comparer entre elles les expériences locales d'IG est un moyen de relever des régularités, mais il conviendrait d'enquêter sur un grand nombre d'IG dans un pays pour pouvoir observer la singularité d'un cas. En intégrant les systèmes IG nationaux, nous avons pu repérer plus directement les similitudes et les dissemblances entre cas et comprendre pourquoi une dynamique d'IG particulière pouvait être entendue par certains acteurs comme tout à fait originale dans un pays - et pourquoi une autre semblait plus commune, plus représentative ou moins problématique. Enfin, cette articulation de niveaux dans l'analyse de l'émergence des IG, nous permet de questionner l'éventuelle convergence ou divergence des trajectoires d'IG observées (au sein des pays et entre les pays).

2.2. Modes et stratégie de comparaison mobilisés dans la thèse

Il existe plusieurs manières de comparer et il convient d'identifier la plus adaptée à la recherche. Nous nous sommes appuyés sur les manuels de Vigour (2005) et de Dogan et Pélassy (2012) pour explorer les différents **modes de comparaison** (2.2.1.) et identifier la **stratégie de comparaison** (2.2.2.) la plus adaptée à notre étude.

2.2.1. Différents modes de comparaison combinés

Nous avons eu recours à différents modes de comparaison selon les étapes de notre recherche. Nous avons démarré par une *comparaison « préparatoire »* qui a consisté à recenser les données disponibles avant le terrain (bibliographie, rencontres et conseils de chercheurs connaissant le sujet et les terrains...), à identifier les points saillants, similitudes ou différences majeures entre les IG indonésiennes et vietnamiennes et à appréhender les spécificités des contextes dans lesquels nous allions mener l'enquête.

Lors du premier passage sur le terrain, nous avons adopté une posture de comparaison « *diffuse* » ou continue. Il est souvent peu pertinent de confronter d'emblée des situations ayant émergé de

nationaux et les échelons régionaux et locaux. Cette analyse conduit l'auteur à identifier des « *régulations intermédiaires* » désignant les relations sociales cohérentes et actives, qui empruntent aux deux niveaux.

contextes très divers. Diverses asymétries apparaissent dans les observations exploratoires que la comparaison ne peut pas réduire et ne doit pas tenter de réduire coûte que coûte. Ces asymétries entre les données et plus généralement entre les terrains, renvoie à des paysages institutionnels différents (Lima, 2004), ce nous cherchions précisément à analyser. On comprend alors qu'une connaissance « interne » des systèmes d'IG étudiés est nécessaire pour d'identifier ensuite les catégories pertinentes d'analyse.

Entre les deux passages sur le terrain, un traitement comparatif des premières données collectées (et pré-traitées sur le terrain) a été réalisé, selon un mode de *comparaison compréhensive*. Il s'agissait d'une part de rendre compte des systèmes d'IG observés (au niveau national et local dans les deux pays) et d'organiser les résultats selon des trames communes. De Verdalle et al. (2012) recommandent de « penser la comparaison en termes relationnels plutôt que termes à terme » (p. 14), c'est-à-dire en recherchant les « analogies de rapports ». Nous avons dans un premier cherché à établir des « analogies ordinaires » (Lahire, 2005) en reliant les données présentant « un air de famille ». Notre objectif était de présenter les résultats selon des grilles d'analyse communes. Nous avons organisé les données en séries de tableaux thématiques et fiches (fiches-produit, fiches « cadre juridique », etc.). L'annexe A4.4 présente la fiche-produit du Litchi de Thanh Hà, la même trame a été suivie pour tous les produits et dynamiques IG étudiées lors du premier passage sur le terrain. L'annexe A.4.5 présente un premier bilan des fonctions attendues des IG, dressé au retour du premier terrain.

Pendant le deuxième passage sur le terrain, nous avons poursuivi les analogies de rapport, mais de manière plus « contrôlée »⁹⁵ que lors du premier passage, en orientant la collecte vers les données manquantes ou les nouvelles catégories identifiées.

Au retour du deuxième passage sur le terrain, nous avons analysé l'ensemble des données collectées brutes et secondaires (cf. section III.) Ce traitement des données visait à stabiliser le référentiel de la comparaison, c'est-à-dire le modèle économique des IG. Nous avons ensuite établi un premier plan détaillé, ce qui nous a conduits à définir la manière dont les résultats comparés seraient

⁹⁵ Plusieurs références sont faites dans la littérature aux comparaisons « contrôlées » (Eggan, 1966 ; Smelser, 1976) ou « limitées » (Bowen et Petersen, 1999). Ces comparaisons se distinguent des enquêtes comparatives de grande envergure. Eggan (1966) formule des réserves quant aux « comparaisons systématiques de divers exemples choisis dans le monde entier ». Le chercheur estime que sa « propre expérience va à l'utilisation de la méthode comparative sur une plus petit échelle et avec un contrôle, aussi grand que possible, du cadre de la comparaison ». Il privilégie les enquêtes sur des régions d'une culture relativement homogène afin de contrôler davantage l'environnement.

présentés dans le manuscrit (« mise en mots » de la comparaison). Le tableau 7 fait une synthèse des modes de comparaison auxquels nous avons eu recours selon les différentes étapes de la recherche.

Tableau 7 : Synthèse des modes de comparaison utilisés selon les étapes de la recherche

Mode de comparaison	Type de données	Étape	Objectifs
Comparaison « préparatoire »	Données disponibles (bibliographie, internet...)	Avant le premier passage sur le terrain	Identifier les points saillants des différents contextes de l'enquête par recensement des données existantes Se préparer à l'enquête en comparaison
Comparaison « diffuse »	Données brutes et secondaires	Pendant le premier passage sur le terrain (exploratoire)	Comprendre respectivement les systèmes IG nationaux et les dynamiques d'IG observées Orienter <i>in situ</i> la suite de l'enquête
Analogies de rapports	Données brutes et secondaires collectées	Entre les deux passages sur le terrain	Faire un traitement des premières données, organiser, trame commune. Valider les choix des pays et sélectionner les expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie Orienter la suite de l'enquête
Comparaison « diffuse » et analogies de rapports	Données brutes et secondaires précédemment collectées, en cours de collecte et d'actualisation	Pendant le second passage sur le terrain (enquête approfondie)	Approfondir la compréhension respectivement des systèmes IG nationaux et des dynamiques d'IG observées Identifier les régularités et les singularités ainsi que les « contre-exemple » Orienter <i>in situ</i> la suite de l'enquête
« lecture croisée » entre les expériences locales d'IG observées « mise en regard » entre les deux pays	Données brutes et secondaires collectées et confrontées au référentiel de la comparaison	Après le second passage sur le terrain	Traiter puis analyser de manière comparée les données Stabiliser le référentiel de la comparaison Identifier le mode de présentation pour « mettre en mots » la comparaison

2.2.2. Quelle stratégie de comparaison ?

La question du nombre d'unités à comparer doit être abordée assez tôt dans la recherche car elle conditionne le temps imparti pour chaque unité, puis pour la comparaison. Trois options sont fréquemment envisagées :

1. *L'étude de cas* : qui peut être considérée comme une comparaison, sous certaines conditions (Vigour, 2005).
2. *L'analyse de plusieurs cas* : qui reste le plus proche de la démarche comparative et porte sur au moins deux unités à comparer.

3. Les *études exhaustives* : en étudiant toute une population concernée et en supprimant les biais de la sélection des cas (recours fréquent à la statistique).

Nous nous situons dans l'analyse de plusieurs cas. Le nombre de cas est maintenant à déterminer. Vigour distingue deux possibilités :

1. *Comparer deux cas* permet de construire et tester des hypothèses, tout en faisant une analyse profonde de chacun des deux cas. Ceci a pour avantage de saisir la complexité des processus dans leurs contextes. La principale difficulté sera de distinguer ce qui est lié au contexte, de ce qui est lié au processus observé. Il est dans cette situation parfois utile d'articuler les niveaux de comparaison.
2. *Comparer au moins trois cas* permet d'affiner un modèle, de renforcer le contrôle des paramètres, de conserver un cas « témoin »... Augmenter le nombre de cas augmente la représentativité des résultats et le niveau de généralisation.

Nous n'avons pas pu travailler dans trois pays, par contrainte de temps car cela aurait impliqué de réduire le temps consacré aux dynamiques locales. Nous avons donc comparé deux unités, l'Indonésie et le Vietnam et nous avons, comme c'est recommandé, articulé les niveaux de comparaison, en étudiant plusieurs cas d'IG locales.

Cette articulation des niveaux dans les enquêtes à échelles multiples entraîne une difficulté à pouvoir identifier clairement « où se situe la comparaison » dans la recherche. Notre positionnement a varié entre « une comparaison entre les cas locaux d'IG », « une comparaison de deux situations nationales », « une comparaison de plusieurs cas, dans des contextes variés »... Nous avons trouvé une réponse intéressante à la fin de l'ouvrage de Dogan et Pélassy (1982) avec l'idée de « stratégie de comparaison ». Dogan et Pélassy proposent une typologie des modalités de comparaison basée sur le nombre de pays et leur degré de proximité. Quatre possibilités apparaissent, elles peuvent être vues comme quatre stratégies possibles pour une recherche en comparaison internationale qui articule plusieurs échelles d'analyse (tableau 8).

Tableau 8 : Quatre stratégies de la comparaison selon la proximité entre les cas

	Étude de cas	Analyse binaire	Pays analogues	Pays contrastés
Définition	Monographie	Comparaison de deux cas	Comparaison de deux pays qui se distinguent quant au phénomène étudié	Pays présentant un maximum de contrastes - Pays « exemplaires » (des contrastes pertinents)
Objectifs	Construire des hypothèses et Établir des lois			
Utilité	Tester une hypothèse - Préciser une problématique	Affiner la connaissance d'un processus - Équilibrer le général et le particulier - Souligner les spécificités des cas	Neutraliser certaines différences pour mieux en analyser d'autres	Faire abstraction des différences systémiques
Limites	Sort du champ classique de la comparaison - Difficulté de généraliser	Difficulté de distinguer le contexte du phénomène		S'applique peu à l'étude de cas « ordinaires » (plutôt à des cas extrêmes) - Risque d'exagération des différences

D'après Dogan et Pélassy (1982) revu par Vigour (2005)

L'étude de cas (un seul pays) n'est pas la stratégie choisie pour cette thèse, notamment dans l'objectif d'étudier les articulations entre niveaux. Parmi les trois autres possibilités, nous nous situons dans une stratégie de « pays analogues ». Nous comparons l'Indonésie et le Vietnam, deux pays présentant une certaine proximité mais qui diffèrent sur plusieurs aspects quant à l'émergence des IG (le chapitre 5 présente les similitudes que nous pouvons observer entre les politiques agricoles de ces deux pays, puis l'émergence des IG dans chacun des pays, qui diffère sur certains points entre l'Indonésie et le Vietnam). La stratégie des pays analogues permet de neutraliser certaines de différences observées dans l'émergence des IG (en les reliant au contexte), pour se concentrer sur celles qui nous semblent porteuses de plus de sens au regard de notre question de recherche. Dogan et Pélassy soulignent que cette stratégie est adaptée pour comparer des systèmes (ou pays) analogues ; elle nous a semblé pertinente pour notre recherche qui s'intéresse précisément aux analogies possibles entre les systèmes d'IG (nationaux et locaux) indonésiens et vietnamiens.

Cette étude porte donc sur deux pays (ou systèmes) *a priori* analogues. Nous présentons dans la prochaine partie comment ces deux pays témoignant d'une certaine proximité mais se distinguant quant au phénomène étudié ont été choisis.

2.3. Le choix de l'Indonésie et du Vietnam

Nous présentons maintenant le cheminement suivi quelques mois avant le démarrage de la thèse, moment où ces deux pays ont été identifiés pour la recherche.

Le projet de thèse a initialement émergé avec un terrain unique envisagé en Indonésie. Dans les premiers stades de la construction du projet de recherche, l'intérêt d'intégrer un autre pays (au moins) est apparu. D'une part, plusieurs thèses en sciences sociales sur les IG dans les pays en développement avaient été soutenues dans les années précédentes⁹⁶ et le souhait de comparer deux pays en développement sur cette question était formulé. De plus, l'intérêt scientifique d'une recherche sur plusieurs pays était pressenti. Le nombre de pays a été limité à deux au cours de la finalisation du projet de thèse, en tenant compte des contraintes de temps.

L'Indonésie a été maintenue afin de pouvoir tirer profit de notre connaissance de ce terrain, bien que le contexte de la recherche sur les IG en Indonésie apparaissait plus compliqué que lors de mon stage de Master⁹⁷. Malgré ces changements, les organismes financeurs (Cirad⁹⁸ et Montpellier SupAgro) ont apprécié l'intérêt scientifique d'une thèse sur les IG en Indonésie, compte tenu notamment de leur implication dans l'établissement du cadre juridique et dans le développement de la première IG indonésienne (nous y reviendrons dans la partie 2). L'Indonésie a donc été retenue et un deuxième pays devait être identifié.

Dans la sous-région du sud-est asiatique, plusieurs pays affichaient un développement récent des IG. Plusieurs pays ont été envisagés, en particulier le Vietnam, où le Cirad participait au développement des IG depuis plusieurs années. Cette participation venait d'être renforcée du fait de l'installation d'un chercheur expert des indications géographiques à Hanoi. Nous avons réalisé une recherche rapide sur les IG en ASE à l'automne 2010, avant le démarrage de la thèse. Nous présentons dans le tableau 9 une synthèse des informations disponibles à l'époque.

⁹⁶ Vitrolles (2012) au Brésil, Poméon (2011) au Mexique, Marie-Vivien (2010b) en Inde.

⁹⁷ Les IG n'apparaissaient plus en Indonésie comme un objet prioritaire pour la recherche française (le Cirad et l'IRD notamment venaient de cesser leurs activités sur les IG). En outre, l'Ambassade de France à Jakarta et son service UbiFrance (remplaçant l'ancienne Mission économique de l'Ambassade) venaient également de se voir retirer les activités de veille sur les IG en Indonésie.

⁹⁸ Le Cirad est le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement.

Tableau 9 : Informations générales recueillies sur les IG en ASE pour sélection de nos terrains d'étude⁹⁹

Pays d'Asie du Sud-Est	OMC	Tigres	Système IG <i>sui generis</i>	IG	Forme de l'État	Civets ¹⁰⁰
Myanmar (Birmanie)	X		?	?	Gouvernement civil (depuis 2011) – Auparavant junte militaire	
Brunei	X		?	?	Sultanat (Monarchie absolue)	
Cambodge	X (2004)		~	0	Monarchie constitutionnelle	
Indonésie	X	X	X Gov.Reg IG-51 (2007)	2	République	X
Laos	X (2013)		~	0	République - État communiste à Parti Unique	
Malaisie	X	X	X GI Act-602 (2000)	23	Monarchie constitutionnelle	
Philippines	X	X	# GI Act No. 8293 (1998)	-	République	
Singapour	X	Dragon	#	-	République (État-cité)	
Thaïlande	X	X	X GI Act-B.E.2546 (2003)	30	Monarchie constitutionnelle	
Timor oriental	En cours		?	?	République – (Instable 2002)	
Vietnam	X (2007)	X	X IP Law- No.50/2005/QH11 (2005)	18	République - État communiste à Parti Unique	X

Principales sources utilisées : Insight Consulting (2004), Kalinda (2010), rapports projets DOLPHINS et SENER-GI, sites internet des offices de propriété intellectuelle des pays.

Légende : ? : Pas d'information ~ : en construction X : opérant # : système des marques (Philippines), système spécifique sans procédure d'enregistrement (Singapour)

⁹⁹ Données recueillies en octobre 2010. Les informations sur la forme de l'État ont été mises à jour en 2015 pour plus de cohérence.

¹⁰⁰ CIVETS et l'acronyme pour désigner les six pays émergents en 2010 (Colombie, Indonésie, Vietnam, Égypte, Turquie et Afrique du Sud) susceptibles de concurrencer les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud). Voir sur ce thème l'article de *The Economist* disponible à l'adresse : http://www.economist.com/blogs/theworldin2010/2009/11/acronyms_4 (page consultée le 13/07/15).

En 2010, tous les pays sauf le Laos et le Timor oriental étaient membres de l'OMC. De ce fait, ces pays étaient tenus d'appliquer l'ADPIC et de protéger les IG, par les moyens jugés adéquats par les pays. Tous les pays sauf le Timor oriental étaient également membres de l'ASEAN. Ceci signifie qu'ils étaient autorisés¹⁰¹ et incités par certains projets, notamment le projet ECAP¹⁰², à coopérer sur les questions de propriété intellectuelle, en vue de faciliter les échanges et d'harmoniser les cadres juridiques en la matière.

Cinq pays faisaient partie des « tigres » asiatiques et, comme nous l'avons abordé en introduction de la thèse, partageaient des caractéristiques communes quand à leur situation macro-économique, au rôle de l'agriculture dans la politique économique et à l'intervention de l'État dans le secteur agricole. Les autres pays (Birmanie, Brunei Darussalam, Cambodge, Laos, Singapour et Timor oriental) ont été écartés de la sélection, afin de se concentrer sur les pays qui présentaient ces caractéristiques macro-économiques communes. La sélection du deuxième pays devait s'opérer entre la Malaisie, les Philippines, la Thaïlande et le Vietnam. Les Philippines ont été écartées car aucune IG n'y était enregistrée en 2010 (source : projet ECAP, 2010). Pour déterminer entre le Vietnam, la Malaisie et la Thaïlande, plusieurs informations ont été croisées : le nombre d'IG enregistrées, la date de signature de l'ADPIC (adhésion OMC), le cadre juridique des IG et la forme de l'État. Sur ce dernier point, nous ne savons pas précisément sur quels aspects distinguer les quatre pays, mais nous savons que les acteurs publics seraient des acteurs importants dans notre enquête.

Concernant le nombre d'IG enregistrées, ces trois pays témoignaient du plus grand nombre d'enregistrement en ASE (18 pour le Vietnam, 23 pour la Malaisie et 30 pour la Thaïlande). Nous savons donc que le pays choisi serait parmi les pays faisant figure de « précurseurs » pour l'enregistrement des IG dans la région, mais nous ne pouvions pas sélectionner un pays parmi les trois uniquement sur ce critère. L'Indonésie étant un « nouveau venu » sur la scène internationale pour les IG (2 IG enregistrées en 2010), choisir un second pays parmi les plus avancés de la sous région permettait d'observer deux situations différentes.

¹⁰¹ En 2010, l'ASEAN comprend un accord-cadre de coopération en matière de propriété intellectuelle. L'*ASEAN Framework Agreement in Intellectual Property*, signé à Bangkok en 1995, autorise les États-membres à développer une coopération intracommunautaire (tout en conservant chacun leur législation nationale en la matière). Cet accord ne contredit pas l'obligation pour les membres de respecter les autres accords pris (dont l'ADPIC).

¹⁰² ECAP est un projet entre l'Union Européenne et l'ASEAN portant sur la Protection des Droits de Propriété Intellectuelle dans l'ASEAN. La première phase du projet a démarré en 1993. Le projet en est actuellement à sa troisième phase. (Site internet du projet ECAP : <http://www.ecap-project.org/>, page consultée le 18/08/15).

La date d'accession à l'OMC donnait des informations plus contrastées entre les pays. La Malaisie et la Thaïlande étaient membres depuis 1995, comme l'Indonésie, alors que le Vietnam était devenu membre en 2007. Nous savions que cette accession avait entraîné une profonde modification du cadre juridique des IG. Ceci représentait un atout pour notre recherche car nous cherchions, par rapport à l'Indonésie, un pays « analogue qui se distingue quant au phénomène étudié ». Le Vietnam témoignait d'une succession de deux régimes de protection des IG, celui des appellations d'origine (avant l'OMC) et celui des IG (suite à l'accession à l'OMC).

Au regard des cadres juridiques, le Vietnam témoignait également de particularités intéressantes : plusieurs systèmes cohabitaient pour les dénominations géographiques (appellations d'origine, indications géographiques, marques de certification, marques collectives) ; les enregistrements pouvaient être demandés directement par des gouvernements locaux ; la constitution d'une association de producteurs n'était pas requise pour l'enregistrement. Ces trois points, qui ressortaient de la seule lecture du droit des IG, étaient différents entre l'Indonésie et le Vietnam.

Enfin, nous cherchions deux pays présentant un minimum de points « communs » sur la forme de l'État. La Malaisie et la Thaïlande sont deux monarchies constitutionnelles¹⁰³, alors que le Vietnam et l'Indonésie sont deux Républiques. Nous avons finalement deux couples de « pays analogues ». Compte tenu des divers éléments que nous venons de présenter, le duo formé de l'*Indonésie* et du *Vietnam* est apparu comme le plus indiqué. Ces deux pays ont été mentionnés dans le projet de thèse qui a été validé pour un démarrage de la thèse en décembre 2010.

Comme indiqué dans l'introduction, l'Indonésie et le Vietnam font également partie des « CIVETS » depuis 2010 et partagent donc, en plus des caractéristiques économiques des tigres asiatiques, certaines caractéristiques de stabilité économique et politique qui font voir ces pays comme plus attractifs pour les investissements étrangers (croissance élevée, classe moyenne émergente, consommation élevée). La thèse propose donc une analyse comparative entre l'Indonésie et du Vietnam, deux pays analogues mais qui témoignent à première vue de deux situations d'émergence des IG singulières. Le chapitre 5 porte précisément sur cette analyse comparée des systèmes nationaux des IG.

¹⁰³ En Malaisie (monarchie constitutionnelle, démocratie parlementaire), le roi est élu par les neuf sultans des états de Malaisie. En Thaïlande (monarchie constitutionnelle, junte militaire), la monarchie est héréditaire, le chef de l'État est un membre de la famille Chakri, régnant sur le pays depuis 1782.

2.4. Partenariats scientifiques et institutionnels de la thèse

La recherche a été rythmée par des périodes de travail en France, en Indonésie et au Vietnam (calendrier en annexe A4.2). La thèse a été financée par le CIRAD et Montpellier SupAgro et a été préparée au sein de l'UMR Innovation de Montpellier. En France, j'ai travaillé dans les locaux du CIRAD et de SupAgro à Montpellier. La thèse a été intégrée dans le consortium international de recherche MALICA¹⁰⁴, qui est un des dispositifs prioritaires de recherche au CIRAD.

Au Vietnam, le CIRAD à Hanoi a apporté un soutien logistique, institutionnel et scientifique. Des échanges privilégiés ont eu lieu avec les divers partenaires et chercheurs de MALICA. La thèse a été particulièrement appuyée sur le terrain par le CASRAD¹⁰⁵, grâce au soutien de son directeur. En lien avec le bureau du CIRAD à Hanoi, le CASRAD a facilité l'obtention de visa d'entrée et de travail, ainsi que les diverses autorisations officielles nécessaires pour mener des recherches dans les localités du Vietnam. Le RUDEC¹⁰⁶, partenaire de MALICA, a également contribué au travers de réunions avec ses chercheurs travaillant sur les IG.

L'enquête en Indonésie a été menée grâce au soutien logistique du CIRAD à Jakarta. J'ai pu bénéficier d'un accès aux locaux ainsi que de l'appui du secrétariat et de la direction du CIRAD à Jakarta pour les démarches administratives. L'enquête en Indonésie a ensuite été conduite sans partenariat scientifique. Deux partenariats, avec l'Université de Padjadjaran à Bandung et avec l'Université du Lampung à Bandar Lampung, ont été entamés mais n'ont pas pu aboutir du fait de difficultés administratives¹⁰⁷. Nous avons pu conduire l'enquête en Indonésie, malgré l'absence d'un cadre de partenariat scientifique bien établi, en mobilisant diverses ressources. D'une part, le fait de connaître certaines zones de terrain et certains acteurs (expérience antérieure de stage et missions) a facilité le

¹⁰⁴ MALICA (Markets and Agriculture Linkages for Cities in Asia), est un consortium international de recherche établi en 2002. MALICA rassemble plusieurs partenaires Vietnamiens, l'Université du Laos (faculté d'agriculture), ainsi que le CIRAD. Des travaux sont menés avec la participation de chercheurs et institut d'autres pays de la région (Cambodge notamment). Plus d'information sur MALICA sont disponibles sur le siteweb du CIRAD en Asie du Sud-Est (<http://asie-sud-est.cirad.fr/research-in-partnership/platforms-for-research-and-partnership/markets-and-agricultural-linkages-for-cities-in-asia-malica>), ainsi que sur la page de MALICA, entièrement remise en jour en septembre 2015 (<http://www.malica.org/>), les informations et publications de MALICA antérieures à cette date ne sont malheureusement plus disponibles en ligne.

¹⁰⁵ Le CASRAD est le Centre pour la Recherche sur les Systèmes Agraires et le Développement. C'est un centre de recherche scientifique et public intégré dans l'Académie des Sciences Agricoles du Vietnam (VAAS).

¹⁰⁶ Le RUDEC est le Centre pour le Développement Rural. Le centre est intégré à l'IPSARD (Institute for Policies and Strategies for Agricultural and Rural Development) du Ministère de l'Agriculture au Vietnam.

¹⁰⁷ Nécessité de faire valider le partenariat auprès du Ministère de la Recherche qui demande un long processus, nécessité de respecter des temps de présence en Indonésie et dans les universités qui ne correspondaient pas au calendrier de la thèse.

lancement de l'enquête. En outre, parler l'indonésien a aidé à la préparation et à la réalisation des entretiens. D'autre part, j'ai pu bénéficier d'un soutien de la part de certains membres de la TAIG (*Geographical Indication Expert Team*)¹⁰⁸, par l'intermédiaire de son directeur. J'ai ainsi pu travailler auprès de la DG IPR (Directorate General of Intellectual Property), organe responsable de l'enregistrement des IG en Indonésie, et du Ministère de l'Agriculture.

2.5. Sélection des expériences locales d'indications géographiques

La sélection des expériences locales d'IG s'est faite en deux étapes. Nous commençons par présenter la **méthode d'échantillonnage** suivie (2.5.1.). La première étape, effectuée avant et au début du premier terrain, a consisté à choisir les expériences locales d'IG que nous souhaitions investiguer lors du terrain exploratoire. Le choix a alors eu pour objectif d'illustrer **la diversité des expériences locales d'IG** (2.5.2.) en Indonésie et au Vietnam. Au retour du premier passage sur le terrain, le traitement des premières données a permis d'affiner la sélection des cas en vue du second passage sur le terrain. La deuxième étape de l'échantillonnage a consisté en une sélection de certaines des **expériences locales d'IG pour une enquête approfondie** (2.5.3.) au regard de notre question de recherche et de nos hypothèses.

2.5.1. Méthode d'échantillonnage pour les expériences locales d'IG

Nous avons constitué notre échantillon des expériences locales d'IG à la manière de LeCompte et Preissle (1993) c'est-à-dire en deux temps, en le considérant comme une opération évolutive au cours de la recherche.

Un *premier échantillon* a été constitué au début de la recherche et vise une forme de représentativité avec une volonté de faire des comparaisons et en cherchant à observer des cas extrêmes. Nous avons également intégré un critère portant sur les aspects logistiques (accessibilité, facilité d'entrée, calendrier, coûts...) (Miles et Huberman, 2003).

Le *deuxième échantillonnage* a été réalisé après le premier terrain et traduit notre volonté de vérifier certaines observations et premières interprétations. Plusieurs options sont proposées pour effectuer ce deuxième échantillonnage, Le Compte et Preissle mentionnent entre autres l'échantillonnage théorique, tel que défini par Glaser et Strauss (1967). C'est ce mode d'échantillonnage

¹⁰⁸ La TAIG est une commission interministérielle d'experts formée en 2008 et composée d'une dizaine de membres. La TAIG est responsable d'évaluer les dossiers de demandes d'enregistrement d'IG en Indonésie. Nous y revenons au chapitre 5.

qui a guidé notre sélection des expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie (cf. 2.6.3.). L'annexe A4.6 présente l'échantillonnage théorique et croise ce processus avec le mécanisme de comparaison constante selon les apports de Glaser et Strauss.

Notre deuxième échantillon est donc le produit de deux mécanismes : l'échantillonnage théorique et la comparaison constante qui sont les moteurs de la théorie ancrée. Sans une telle dynamique d'action-réflexion sur les données, la théorie ancrée n'est pas possible. Le chercheur démarrera donc la recherche avec une idée préalable de l'échantillon souhaité. Cette idée va toutefois se préciser, se raffermir, se modifier, changer selon les apprentissages que le chercheur fera à propos de l'objet d'étude et des tentatives d'interprétation qu'il posera. La collecte de donnée s'arrêtera lorsque les catégories d'analyse auront atteint un point de saturation : les nouvelles données n'ajoutent pas de nouveau sens à ce qui est déjà compris. » (Savoie-Zajc, 2007, p. 109).

Un échantillon peut être constitué de manière à être le plus homogène possible (LeCompte et Preissle parlent de « cas typiques ») ou le plus contrasté possible (« cas extrêmes »). L'interprétation des résultats et la discussion seront alors menées différemment selon les cas. Un échantillonnage visant l'homogénéité permettra de dégager des réflexions pour un groupe élargi (dont l'échantillon est censé être représentatif), en revanche, si l'échantillon est contrasté, la discussion impliquera une comparaison. Notre intention de comparer dans la thèse nous incite donc à construire le deuxième échantillon de manière contrastée en intégrant des situations locales variables.

Le dernier point à considérer est le nombre d'expériences locales d'IG à étudier. Il n'existe pas de règles précises dans la littérature sur la question du nombre de « groupes » à comparer en recherches qualitatives (Savoie-Zajc, 2007). Comme nous le préciserons dans les deux sous-parties suivantes, ceci a été d'une part contraint par le calendrier et d'autre part ajusté par l'échantillonnage théorique entre les deux passages sur le terrain.

2.5.2. Repérage de la diversité des expériences locales d'IG lors du premier passage sur le terrain

Le repérage des expériences locales d'IG effectué lors du premier passage sur le terrain (5 mois entre juillet et décembre 2011) avait pour objectif de saisir la diversité des dynamiques d'IG. Le nombre d'IG enregistrées avait augmenté entre le démarrage de la thèse et notre arrivée sur le terrain. Ainsi, six IG étaient enregistrées en Indonésie en juillet 2011 (au lieu de deux six mois plus tôt) ; au Vietnam, nous avons dénombré 26 IG enregistrées en octobre 2011 (nous en connaissions seulement 18 quelques mois plus tôt). Nous savions également qu'une dizaine de dossiers étaient en préparation à la DG IPR de

Jakarta et que plusieurs dizaines d'IG potentielles avaient été identifiées au Vietnam par l'office de la propriété intellectuelle. Nous présentons dans les paragraphes suivants comment cette diversité a été appréhendée, puis nous présentons les échantillons construits pour le terrain exploratoire.

De quelles IG parlons-nous ?

Nous avons choisi de considérer *a priori* l'ensemble des expériences locales d'IG. C'est-à-dire que nous avons inclus dans le champ initial de l'enquête toutes les IG effectivement enregistrées, les demandes d'enregistrement refusées et les demandes d'IG en cours d'examen. Les IG en cours d'enregistrement nous paraissaient tout à fait intéressantes car elles nous permettaient d'observer la construction de l'IG « en train de se faire ». Les demandes d'enregistrement refusées étaient également intéressantes car elles pouvaient renseigner, par contraste, sur ce qui était attendu (et non attendu) dans les dossiers d'enregistrement. D'une manière générale, les expériences d'IG qualifiées de « problématiques », les dossiers d'enregistrements « bloqués », ou les projets d'IG « originaux », nous intéressaient car ils pouvaient probablement constituer des « cas extrêmes » dans notre échantillon.

Le cas des IG pour les produits d'artisanat

L'Indonésie et le Vietnam ont saisi la marge de manœuvre prévue par l'ADPIC qui prévoit la possibilité d'enregistrer des produits non agro-alimentaires en tant qu'IG, dont des produits d'artisanat. Le cas des produits d'artisanat n'est en réalité pas si particulier puisqu'une trentaine de pays membres de l'OMC ont choisi de les intégrer dans leur cadre juridique de protection des IG (Audier, 2008). Les produits d'artisanat constituent un champ relativement nouveau d'application des IG qui se développe particulièrement en Asie, comme le montre Marie-Vivien (2010b) dans le cas de l'Inde, mais également dans d'autres régions du monde¹⁰⁹. Lors de notre premier passage sur le terrain, une IG pour un produit d'artisanat était enregistrée dans chacun des pays (l'IG sur les meubles sculptés en teck de Jepara en Indonésie et l'IG sur le chapeau conique en feuilles de bananier d'Hue au Vietnam).

Les IG pour les produits d'artisanat soulèvent la question du choix du régime de protection (Marie-Vivien, 2013). Par exemple, le cas des meubles sculptés de Jepara en Indonésie avait fait, et faisait toujours, l'objet de débats visant à déterminer si le *design industriel* n'aurait pas été un meilleur DPI pour protéger les motifs sculptés sur les meubles. Un débat entre experts de la propriété intellectuelle indonésienne était en cours en 2011 sur la possibilité de modifier le décret d'application

¹⁰⁹ D'autres pays asiatiques comme le Cambodge ou la Malaisie ont également fait le choix de protéger l'artisanat par l'IG. L'élargissement de la protection des IG pour les produits d'artisanat a été récemment débattu pour l'IGP européenne et une nouvelle réglementation permettant leur enregistrement a été validée en 2015.

sur les IG pour exclure les produits d'artisanat du champ de la protection. Dans ce contexte, les artisans indonésiens n'étaient pas encouragés à s'orienter vers l'IG mais plutôt vers d'autres moyens de protection. Nous avons préféré ne pas retenir les produits d'artisanat pour le repérage de terrain afin d'éviter les biais induits par des configurations juridiques particulières et sortant du cadre de notre étude.

Combien de temps consacrer à chaque expérience locale d'IG pour le repérage ?

Le premier terrain exploratoire était composé de deux fois dix semaines de travail (deux mois et demi dans chacun des deux pays). Cette durée devait également permettre de réaliser les entretiens prévus au niveau national, ce qui allait nécessiter environ 3 semaines. Nous disposions donc de 7 semaines pour le repérage des expériences locales d'IG dans chaque pays.

La durée moyenne pour effectuer le repérage d'un produit a été évaluée à 10 jours de travail. Ce temps se découpait en 3 jours de préparation (lectures, prises de rendez-vous, logistique, déplacements), 5 jours de repérage dans la zone (visites, entretiens, observations...) et 2 jours de compte-rendu et premier traitement. Il nous était par conséquent possible de réaliser un repérage de cinq expériences locales d'IG dans chacun des deux pays¹¹⁰.

Les deux critères : diversité des situations et variabilité des approches de rente

Afin de balayer la diversité des expériences locales d'IG, nous avons commencé par renseigner des critères relativement classiques, en nous basant essentiellement sur des données de filière et de marché et sur les informations disponibles sur les dynamiques des IG :

- Type de marché : export (% du volume) / national-local (% du volume)
- Réputation du nom reconnue : oui / non
- Usurpations du nom recensées : oui / non
- Date d'enregistrement de l'IG : plus de cinq ans / moins de cinq ans / en projet / refusée
- Existence d'une association de producteurs pour l'IG ? si oui date de création, nombre de membres
- Type d'acteur ayant déposé la demande d'enregistrement (gouvernement local, association)
- Evaluation (par les chercheurs connaissant le cas) du degré de participation des producteurs dans la démarche (0 à 5)

¹¹⁰ Cinq IG*10 jours de travail = 50 jours de travail, soit environ 7 semaines.

- Justifications invoquées pour l'enregistrement (usurpations, environnement, prix...)
- Existence d'autres certifications, de marques...
- Période de récolte, calendrier

Cette première série d'information, bien qu'incomplète car pour plusieurs produits les rapports ou la littérature grise disponibles ne permettait pas de renseigner l'ensemble des entrées, a donné une première idée de la diversité des IG dans les deux pays.

Le second critère qui a guidé le choix des expériences locales d'IG pour le repérage est centré sur la rente, concept au cœur du modèle économique des IG. Lors de la préparation du premier passage sur le terrain, nous envisagions deux configurations possibles : le cas où une rente préexistait à la démarche d'enregistrement et le cas où la rente ne préexistait pas. Dans le premier cas, nous faisons l'hypothèse que l'IG était construite de manière à protéger la rente existante. Dans l'autre, nous pensons que l'IG cherchait à faire émerger une rente. Pour la plupart des produits, il était difficile de les classer simplement dans l'une ou l'autre des catégories. Nous avons donc évalué de façon approximative l'existence ou non de la rente, en nous basant sur les informations disponibles de prix, de réputation, de qualité liée à l'origine et de préférence des consommateurs.

Échantillon pour le terrain exploratoire en Indonésie : possibilité de travailler sur l'ensemble des IG enregistrées et sur des projets d'enregistrement

En juillet 2011, six IG indonésiennes étaient officiellement enregistrées : le café arabica de Kintamani Bali (IG en 2008), les meubles sculptés de Jepara, le poivre blanc de Muntok et le café arabica de Gayo (ces trois IG ayant été enregistrées en 2010), ainsi que deux IG récentes (le tabac noir de Sumedang et le tabac *mole* de Sumedang, enregistrées en avril 2011). Nous avons écarté le cas des meubles sculptés de Jepara pour les raisons évoquées précédemment. Nous également écarté les deux tabacs de Sumedang (dont plusieurs membres de la TAIG nous ont dit que l'enregistrement était trop récent et qu'aucune dynamique locale n'avait encore débuté). Nous avons donc réalisé l'enquête de repérage sur les trois IG pour des produits agroalimentaires enregistrées en juillet 2011 (café de Kintamani Bali, café de Gayo et poivre blanc de Muntok).

Selon notre calendrier (cinq expériences locales par pays pour le terrain exploratoire), nous devons choisir au moins deux autres expériences locales d'IG, parmi la dizaine de dossiers en cours d'enregistrement (source : entretien avec la DG IPR et la TAIG en juillet 2011). Les dossiers en cours concernaient le liseron d'eau de Lombok, le miel de Sumbawa, le lait de jument de Sumbawa, le poivre noir Lampung, le café Toraja, le café de Flores, le café sauvage de Papouasie et le sel d'Amed à Bali.

Nous avons préféré ne pas choisir un troisième café. Nous connaissions déjà le poivre noir du Lampung et le sel d'Amed à Bali car nous avons travaillé sur ces produits lors du stage de master. Comme le souligne Garcia (2011), « trouver des cas d'étude, c'est être opportuniste », ces deux produits ont été choisis pour le repérage pour plusieurs raisons : (i) cela permettait de mettre à profit des informations dont nous disposions déjà sur ces deux dynamiques locales d'IG, (ii) la zone de production du sel d'Amed à Bali était située non loin de celle du café arabica de Kintamani Bali, enfin (iii) ces expériences illustraient la diversité des dynamiques d'IG en Indonésie. En effet, la demande d'enregistrement de l'IG poivre noir du Lampung avait été construite localement, sans suivi particulier de la DG IPR à Jakarta, et récemment refusée pour motif que la zone de production ne correspondait pas à la réalité (dossier retourné à la province du Lampung pour améliorations). Le cas du sel d'Amed à Bali était aussi original car il semblait correspondre à un cas typique de produit de terroir, pourtant l'enregistrement ne progressait pas et paraissait très compliqué aux yeux de la DG IPR.

En reprenant les principaux critères de diversité précédemment soulignés, nous obtenons l'échantillon présenté dans le tableau 10.

Tableau 10 : Échantillon des expériences locales d'IG indonésiennes (terrain exploratoire)

	Café de Kintamani Bali	Café de Gayo	Poivre blanc de Muntok	Poivre noir du Lampung	Sel d'Amed
IG (date) ou projet	IG en 2008	IG en 2010	IG en 2010	En cours, 1 ^{er} refus	En projet
National/Export	Régional et national	National et export	Export	Export et national	Régional
Réputation	Faible	Forte	Forte et ancienne	Forte et ancienne	Locale
Association locale	oui	oui	oui (en cours)	non	non
Rente	non préexistante à la démarche d'IG	non préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG

Le choix de ces cinq expériences locales d'IG a été validé par les membres de la commission d'experts des IG indonésienne (TAIG). Des entretiens avec des personnes ressources nous ont permis de collecter des informations sur l'ensemble des dossiers en cours en 2011, bien que nous n'ayons pas eu les moyens de nous rendre dans toutes les zones de production. Enfin, nous avons pu réaliser deux visites de terrain de quelques jours pour deux produits supplémentaires (le café de Toraja et le liseron

d'eau de Lombok), toutefois ces visites n'ont pas permis de dérouler l'ensemble du protocole d'enquête prévu pour le repérage.

Échantillon pour le terrain exploratoire au Vietnam : Choisir cinq expériences IG parmi les 26 IG enregistrées et les projets d'enregistrement

L'Office National de la Propriété Intellectuelle (NOIP) vietnamienne avait enregistré 26 IG octobre 2011. Nous avons pré-identifié trois expériences locales (deux IG et une marque collective¹¹¹) représentant la diversité des expériences sur la base des critères utilisés en Indonésie : l'IG sur le litchi *Thieu* de Thanh Hà, l'IG sur le thé « neige » de Moc Chau et la marque collective sur le riz Kinh Mon. Suite à des entretiens avec des chercheurs vietnamiens travaillant sur les IG, deux nouveaux critères sont apparus. Premièrement, il importait de savoir « qui » avait accompagné la dynamique locale d'IG (le CASRAD, le RUDEC, le FAVRI, la province concernée, un investisseur privé...). Deuxièmement, ces dynamiques étaient accompagnées selon une logique de projet (financement, appel d'offre, évaluation...) qui se distinguait en deux phases (enregistrement et gestion)¹¹² et il convenait de choisir des cas reflétant cette logique.

En outre, des contraintes administratives devaient également être prises en compte ; en particulier, il était plus difficile d'obtenir des autorisations de travail dans certaines régions par rapport à d'autres (les autorisations devaient être plus simples pour les régions où le CASRAD avait travaillé).

Nous avons donc revu notre choix en tenant compte de ces nouveaux critères ainsi que des contraintes énoncées. Deux cas se révélaient particulièrement intéressants. D'une part, l'IG café *robusta* de Buôn Ma Thuôt, enregistrée en 2005, avait été construite localement grâce à un soutien important du gouvernement local. Aucun des centres de recherche sous tutelle du Ministère de l'Agriculture travaillant classiquement sur les IG (CASRAD, RUDEC, FAVRI) n'avait participé au projet d'enregistrement. Un projet de « gestion de l'IG café de Buôn Ma Thuôt » avait abouti à la création d'une association locale en charge de la gestion de l'IG. Le café de Buôn Ma Thuôt est un produit d'exportation important au Vietnam et connu internationalement pour être « le café le moins cher du

¹¹¹ Comme nous l'avons mentionné, une des spécificités du cadre juridique vietnamien est de permettre l'enregistrement de dénominations géographiques en marque collective. Nous souhaitions travailler sur un de ces cas pour le repérage.

¹¹² Comme nous le verrons aux chapitres 5 et 6, les centres de recherche vietnamiens répondent à des appels d'offre (du Ministère de l'Agriculture ou du Ministère des Sciences et Technologie) et reçoivent un budget pour mener, dans un premier temps, des activités dans le cadre de *projet d'enregistrement* de l'IG ou de la marque (visites de terrain, ateliers avec les acteurs locaux, rédaction du cahier des charges, etc.). Une fois ce projet d'enregistrement terminé, la même logique est éventuellement mise en œuvre pour un *projet de « gestion »* de l'IG qui consiste en la création d'une association locale de producteurs et à la création d'un système de traçabilité.

monde ». L'enregistrement d'une IG pour un produit réputé bon marché nous semblait original. D'autre part, le cas du miel de menthe de Mèo Vac, en cours d'enregistrement, nous interpellait pour ses caractéristiques similaires au projet d'enregistrement de l'IG sur le sel d'Amed en Indonésie : il s'agissait d'une production locale, avec de petits volumes de production et un lien au terroir fort et reconnu. Le projet, comme pour le sel d'Amed, était en 2011 décrit comme un projet relativement compliqué, car il était le premier à envisager une délimitation d'aire de production qui ne soit pas une limite administrative.

Après avoir reclassé les produits connus selon les différents critères, le choix pour le repérage au Vietnam comprenait les expériences locales d'IG présenté dans le tableau 11.

Tableau 11 : Échantillon des expériences locales d'IG vietnamiennes (terrain exploratoire)

	Litchi Thieu de Thanh Hà	Riz Kinh Mon (MC) et riz Hai Hau	Thé neige Moc Chau	Café de Buôn Ma Thuôt	Le miel de menthe de Mèo Vac
IG (date) ou projet	IG en 2007	Marque collective en 2010 et IG en 2007	IG en 2001	IG 2005	En projet
National/Export	Régional et national	National	National et export	Export et national	Régional
Réputation	Forte et ancienne	Moyenne	Forte	Connu mais « bon marché »	Locale
Projet de « gestion de l'IG » (association)	Oui	?	Oui	Oui	
Accompagnement	CASRAD	RUDEC et CASRAD	Mixte (cas pilote)	Gouvernement local	CASRAD
Rente	préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG	Non préexistante à la démarche d'IG	préexistante à la démarche d'IG

Comme en Indonésie, nous avons également collecté des données sur des expériences d'IG pour lesquelles nous n'avons pas fait d'enquête de terrain, mais des entretiens auprès de personnes ressources (le kaki sans pépin de Bac Kan, le Nuoc Mam de Phu Quoc).

2.5.3. Sélection des expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie

Au retour du premier passage sur le terrain, le traitement des données recueillies au niveau national et local a permis de reformuler la problématique de la thèse et d'orienter la sélection des

expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie (deuxième étape de l'échantillonnage comme mentionné au 2.5.1.).

Comme précisé au 1.3.2., la prise en compte de la dimension territoriale a été renforcée, suite au premier passage sur le terrain. Nous ne considérons plus deux cas : IG pour protéger une rente préexistante et IG pour créer une rente, mais trois cas possibles, en intégrant l'ancrage territorial de la rente. Le nombre d'expériences locales à retenir pour le second passage sur le terrain n'était donc plus de quatre mais de six (trois types de situation possibles à sélectionner dans chacun de deux pays). Les approches possibles de la rente se distinguaient désormais selon une stratégie de création (ou émergence), de maintien (ou protection) et d'ancrage (ou territorialisation). Le traitement des données du premier terrain a abouti à une première interprétation présentée dans le tableau 12.

Tableau 12 : Réinterprétation des résultats du terrain exploratoire selon les trois approches de rente

	Indonésie	Vietnam
Création d'une rente	Café de Kintamani Bali (Liseron d'eau de Lombok - en projet)	Café de Buôn Ma Thuôt
Maintien de la rente	Café de Gayo (Poivre noir du Lampung et Café Toraja - en projet)	Litchi <i>Thieu</i> de Thanh Hà Riz de Hai Hau Riz de Kinh Mon
Ancrage de la rente	Poivre blanc de Muntok (Sel d'Amed à Bali - en projet)	(Miel de menthe de Mèo Vac - en projet)

Nous souhaitons sélectionner six expériences locales d'IG parmi celles figurant dans le tableau 12. Pour les situations *d'ancrage de la rente*, le **miel de menthe de Mèo Vac**, seul produit entrant dans cette catégorie lors de notre repérage, a été retenu. Pour le cas indonésien, nous avons retenu en priorité le **poivre blanc de Muntok** enregistré en 2010 (le cas du **sel d'Amed** à Bali a également été retenu, mais de manière secondaire, l'enregistrement étant encore en projet et relativement peu avancé en 2011).

Pour les situations de *maintien de la rente*, nous avons décidé de conserver le **litchi Thieu de Thanh Hà** au Vietnam et le **café de Gayo** en Indonésie. La sélection du café de Gayo a été faite sur la base de l'accès aux données : la demande d'enregistrement de l'IG poivre noir du Lampung ayant été refusée une première fois par la DG IPR, les entretiens avec les acteurs sur ce dossier avaient été difficiles à obtenir et les personnes refusaient parfois de s'exprimer quand à l'évolution possible de la demande ; le cas du café de Toraja était également difficile car ce dossier était en cours d'enregistrement depuis plus de trois ans et des blocages politiques locaux ralentissaient son avancée. Le litchi *Thieu* de

Thanh Hà au Vietnam a été sélectionné car il semblait particulièrement représentatif d'une situation où l'IG est construite en vue de maintenir une rente (réputation existante et ancienne, qualités typiques, usurpations, chute des prix, tous les acteurs soulignaient que l'IG devait permettre de maintenir les prix et protéger la réputation). En outre, l'IG sur le riz de Hai Hau venait d'être sélectionnée dans le cadre d'une thèse en préparation (nous voulions éviter de multiplier les enquêtes sur cette zone). Enfin, le terrain exploratoire sur la marque collective sur le riz aromatique de Kinh Mon avait permis de collecter les données souhaitées (notamment sur les différences et l'arbitrage entre IG et marque collective au Vietnam) et n'appelait pas d'enquête approfondie.

Concernant les situations de *création de rente*, nous avons sélectionné le **café de Kintamani à Bali** et le **café de Buôn Ma Thuôt** au Vietnam. Le café de Buôn Ma Thuôt était le seul cas étudié entrant dans cette catégorie au Vietnam. En Indonésie, nous avons conservé le café de Kintamani car il était particulièrement représentatif de la catégorie (dynamique de qualification récente, pas de différentiel de prix important, volonté d'établir une réputation comme café d'origine citée par l'ensemble des acteurs).

Notons que si ces trois catégories (ou situations) - maintien, création, ancrage de la rente - ont été utilisées pour le deuxième échantillonnage, nous avons par la suite (après le second passage sur le terrain) reformulé ces catégories en recentrant l'analyse sur les processus de qualification territoriale (la rente comme catégorie d'analyse ayant été écartée, comme précisé au 1.3.2.). Aussi, nous pouvons présenter l'échantillon pour l'enquête approfondie comme suit :

Tableau 13 : Échantillon des expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie

Processus de qualification territoriale au moment de la construction de l'IG	Indonésie	Vietnam
Récent (ancienne catégorie : création d'une rente)	Café de Kintamani Bali	Café de Buôn Ma Thuôt
Intermédiaire (ancienne catégorie : maintien de rente)	Café de Gayo	Litchi Thieu de Thanh Hà
Avancé (ancienne catégorie : ancrage de la rente)	Poivre blanc de Muntok (Sel d'Amed à Bali – en projet)	Miel de menthe de Mèo Vac

III. Matériel et méthode de collecte et de traitement des données

Le matériel et la méthode de collecte des données découlent de la démarche méthodologique générale et des choix opérés. Nous commençons par présenter notre **méthode de collecte de données (3.1.)**. Nous exposons ensuite les deux principaux outils de collecte de données utilisés, à savoir l'**entretien semi-directif (3.2.)** et le recueil de **documentation sur les IG (3.3.)**. Puis, nous présentons rapidement la **collecte de données complémentaires (3.4.)**.

Le traitement des données, selon les apports méthodologiques de la théorie ancrée, a été réalisé en parallèle de leur collecte. Nous présentons la **méthode de traitement des données (3.5.)**, qui nous a permis de faire émerger et de valider les catégories d'analyse. Enfin, la dernière sous-partie traite des **modes de présentation des résultats (3.6.)**, c'est-à-dire la manière choisie pour « mettre en mots » la comparaison dans la thèse.

3.1. Des compromis dans la conduite du dispositif d'enquête

Lors du terrain exploratoire, nous avons été confrontés à plusieurs difficultés dans la conduite générale de l'enquête. Le dispositif d'enquête que nous venions de dérouler en Indonésie ne pouvait être mis en œuvre à l'identique sur le terrain vietnamien. En particulier, l'enquête sur le système national des IG se heurtait à des particularités du système vietnamien¹¹³ qui impliquaient un ajustement dans les guides d'entretiens et les outils de collecte. Se posait alors la question d'une asymétrie dans le dispositif d'enquête entre les deux pays. L'enjeu était de construire une base de données comparables sans dénaturer les données. De Verdalle et al. (2012) examinent comment cette difficulté est abordée par différents chercheurs et observent que la symétrie du dispositif d'enquête ne doit pas nécessairement être un objectif.

Afin de faciliter le traitement et l'analyse des données, nous avons tenté autant que possible de maintenir la symétrie dans le dispositif d'enquête. Nous avons par exemple enquêté les mêmes types d'acteurs et cherché les acteurs ou institutions homologues dans les deux pays. Par contre, le nombre d'entretiens par type d'acteurs a varié entre les deux pays. Par exemple, nous avons réalisé plusieurs

¹¹³ IG sous tutelle du Ministère des Sciences et Techniques (Ministère de l'Agriculture en Indonésie), pas de commission interministérielle responsable de l'examen des demandes d'IG (c'est le cas en Indonésie), possibilité d'utiliser la marque collective au Vietnam (ce n'est pas le cas en Indonésie), pas de nécessité de créer une association de l'IG pour enregistrer au Vietnam (ce qui est pratiqué en Indonésie). Nous reviendrons sur ces différences dans le chapitre 5.

entretiens auprès de l'office de la propriété intellectuelle à Jakarta (DG IPR), ainsi que du Ministère de l'Agriculture qui est actif dans le développement des IG en Indonésie. Au Vietnam, le nombre d'entretiens auprès du NOIP est plus réduit, du fait d'un accès moins facile à cette organisation, et nous n'avons pas réalisé d'enquêtes à proprement parler au sein du Ministère de l'Agriculture qui n'est pas officiellement en charge des IG (les IG sont placées sous la tutelle du Ministère des Sciences et des Technologies au Vietnam). Cependant, nous avons fait de nombreuses enquêtes auprès des chercheurs des centres de recherche et développement sous tutelle du Ministère de l'Agriculture vietnamien (CASRAD, RUDEC, FAVRI) qui travaillent activement au développement des IG dans le pays. Ces ajustements dans l'enquête sont apparus comme des compromis nécessaires entre le dispositif prévu de l'enquête et les réalités du terrain.

Au niveau des expériences locales d'IG, les dissymétries semblaient moins importantes. Les types d'acteurs enquêtés et les guides d'entretiens utilisés n'ont pas été modifiés en profondeur entre les pays (seuls les termes étaient adaptés).

Nous nous sommes également posé la question de l'ordre dans la collecte des données. En d'autres termes, par quel cas devons-nous commencer ? Nous avons choisi de démarrer le terrain exploratoire par le pays que nous connaissions le mieux, l'Indonésie. Cet ordre a été maintenu lors du deuxième passage sur le terrain en 2012/2013.

Nous avons optimisé le calendrier de manière à nous trouver dans les zones au moins une fois au moment des récoltes. Cet objectif n'a pas toutefois pas pu être atteint pour tous les produits (la récolte du litchi de Thanh Hà se déroule en quelques semaines, nous étions en France les deux années à cette période). L'obtention des autorisations de travail sur le terrain Vietnam a également influencé le calendrier plusieurs fois¹¹⁴.

¹¹⁴ Il est difficile voire impossible dans certaines régions du Vietnam de mener une recherche sans autorisations officielles. Les entretiens avec les représentants des comités populaires des localités sont indispensables pour pouvoir ensuite rencontrer d'autres acteurs du territoire (même dans le cas d'une recherche qui ne porterait pas sur l'intervention publique). Ces entretiens avec les comités populaires ne sont accordés qu'une fois l'autorisation de travail délivrée par ce même comité populaire généralement. L'autorisation doit être demandée plusieurs semaines à l'avance, par l'intermédiaire d'un centre de recherche vietnamien. La demande doit inclure un calendrier détaillant les personnes à rencontrer (précisément identifiées, ainsi que leur contact), ainsi que les questions envisagées pour chaque entretien demandé. Le comité populaire de la localité se charge alors de contacter les personnes identifiées et renvoie le calendrier, éventuellement modifié si des personnes ne sont pas disponibles (les questions peuvent également être modifiées). L'enquête de terrain peut alors commencer. Dans ces conditions, il est parfois difficile d'organiser « sur le terrain » un entretien non prévu par le calendrier, ou de poser une question non mentionnée dans l'autorisation. Nous avons à plusieurs reprises été accompagnés sur le terrain par des fonctionnaires chargés de veiller au bon déroulement de notre enquête. Notre « guide » avait

Comme nous l'avons mentionné, nous n'avons pas réalisé d'enquête de consommation. Le modèle IG que nous utilisons intègre les consommateurs dans le sens où ils participent à la constitution de la rente, au travers de leur consentement à payer. Nous sommes convaincus du rôle grandissant de l'aval dans les dynamiques de différenciation des produits en Indonésie et au Vietnam et de l'intérêt d'étudier cette question. Cependant, les contraintes de temps et de budget ne nous permettaient pas de la traiter avec l'attention qu'elle mérite. Pour le Vietnam, nous disposons d'un travail sur les consommateurs urbains et les produits de terroir (Tran et al., 2012), mais l'étude ne traite pas spécifiquement des IG. Pour l'Indonésie, aucun travail de recherche de ce type n'existe à notre connaissance à ce jour. Nous avons en revanche pu accéder aux résultats d'une enquête de consommation d'envergure portant sur les produits de terroir, réalisée par Carrefour en Indonésie¹¹⁵. Nous avons également collecté dans les deux pays certaines données relatives aux consommateurs au travers d'entretiens avec les distributeurs (grandes surfaces, détaillants, boutiques spécialisées). Enfin, nous avons réalisé de manière aléatoire quelques entretiens ouverts individuels et collectifs auprès de consommateurs indonésiens, vietnamiens ou étrangers. Ces données ne seront pas directement présentées dans la thèse du fait de leur inconsistance et de nombreux biais identifiés non contrôlés (lieu de l'enquête, échantillon, motif de la visite pour les consommateurs étrangers...), mais elles nous permettent de mieux interpréter certains résultats.

3.2. L'entretien semi-directif comme outil principal de recherche qualitative

Afin de comprendre les liens entre le processus de qualification territoriale des produits et les dynamiques d'indications géographiques, nous avons construit un matériel et un protocole d'enquête en vue de collecter des données qualitatives au moyen d'entretiens semi-directifs.

Types d'entretiens

Les entretiens semi-directifs ont été conduits à l'aide de guides d'entretiens par type d'acteurs. Pour les entretiens sur les systèmes nationaux des IG, ces guides ont parfois été ajustés en fonction de la qualité de la personne rencontrée, notamment lorsque la personne a été enquêtée plusieurs fois.

préalablement imprimé notre feuille de route ainsi que les questions prévues. Ces accompagnateurs nous étaient assignés à notre arrivée dans la province, au moment du passage au bureau de l'immigration qui nous délivrait le document officiel d'autorisation de travail. Dans certains cas, les accompagnateurs connaissaient la zone d'enquête, ce qui facilitait le travail. Parfois, ils découvraient la région pour la première fois.

¹¹⁵ Carrefour est *leader* en Indonésie pour les grandes surfaces. Cette enquête confidentielle ne peut être citée en intégralité, nous en avons extrait quelques éléments (pour lesquels nous avons obtenu l'autorisation de diffusion) auxquels nous ferons référence au chapitre 5.

Les entretiens étaient en majorité des entretiens individuels. Lorsque l'entretien se déroulait dans un bureau (service agricole d'une province, association d'exportateur, salle d'achat d'une grande surface...), il était fréquent que plusieurs personnes se trouvent dans la salle où se déroulait l'entretien et participent à l'entretien. Les services publics, au niveau national ou local, sont fréquemment constitués de bureaux collectifs. Ainsi, des entretiens collectifs ont parfois été réalisés. Dans ces cas là, nous avons veillé à relever systématiquement, tout au long de l'entretien, les acteurs qui s'exprimaient et à relier les réponses aux personnes correspondantes.

Lieu et durée des d'entretiens

En ce qui concerne les acteurs privés (producteurs, acheteurs, exportateurs, distributeurs, détaillants), les entretiens ont eu lieu sur le lieu de travail de la personne, ce qui permettait de faire une visite de la ferme, de l'entreprise, de l'entrepôt, de la boutique... Ceci permettait également de demander à la personne de nous « montrer » une pratique particulière, difficile à décrire (une manière de déterminer l'humidité des grains de poivre avec la main par exemple, ou encore une façon de vérifier la pureté du miel). Quelques entretiens (auprès d'acteurs publics et privés) ont également été faits en dehors des lieux de travail (cafés, restaurants), à la demande des personnes enquêtées, soit du fait de contraintes d'horaires, soit dans le but de s'assurer d'un entretien individuel lorsque les bureaux étaient collectifs. Il était aussi fréquent que le premier entretien se passe sur le lieu de travail et que la seconde rencontre se passe dans un lieu public.

La durée des entretiens était très variable. Certains entretiens ont duré 30 minutes (rarement), d'autres ont duré 3 heures. Dans les régions, les rencontres comprenaient généralement un entretien et une phase d'observation (visite des champs, extraction de miel, observation d'une transaction chez un collecteur de riz...). La durée totale avec une personne variait entre 2 et 3 heures.

Types d'acteurs

L'identification des acteurs à enquêter a été faite au niveau national et au niveau local. Les institutions et acteurs ont été identifiés avant le départ sur le terrain sur la base des documents disponibles. Cette liste a été actualisée à l'arrivée à Jakarta et Hanoi grâce à des discussions avec des chercheurs ainsi que les autorités compétentes sur les IG. Les types d'acteurs que nous souhaitons enquêter sont présentés dans le tableau 14.

Tableau 14 : Liste des types d'acteurs devant être enquêtés

Systèmes nationaux des IG	Expériences locales d'IG
Offices de propriété intellectuelle (DG IPR en Indonésie, NOIP au Vietnam)	Gouvernements locaux : <i>pemerintah daerah</i> en Indonésie et Comités populaires au Vietnam
	Départements des Sciences et Techniques (au Vietnam)
Experts sur IG (TAIG en Indonésie - commission d'experts IG - chercheurs...)	Services agricoles (<i>Dinas Pertanian, Perkebunan</i> en Indonésie et Départements de l'Agriculture et du Développement Rural au Vietnam)
Exportateurs, acheteurs à l'échelle nationale	Producteurs
Grandes surfaces	Collecteurs (villages, districts, provinces)
	Association locale de l'IG (si elle existe)
	« Acteurs du territoire » (autres activités, tourisme, patrimoine, musées...)

Les producteurs et acheteurs de premier niveau (collecteurs au niveau des villages et des districts) étaient les plus nombreux. Pour identifier quels producteurs ou collecteurs nous allions enquêter, nous avons suivi les conseils des services agricoles qui nous décrivaient les « types » de producteurs présents dans la zone (divers systèmes d'exploitation), les types de collecteurs (bassin de collecte, type de marchés...) et qui nous orientaient vers les acteurs participant à la dynamique de l'IG. Nous avons veillé à enquêter également des personnes non impliquées dans l'IG.

Combien d'acteurs enquêter par type d'acteurs identifiés ?

Nous n'avons pas fixé de nombre d'entretiens à réaliser par type d'acteurs et avons utilisé le critère de saturation théorique (Glaser et Strauss, 1967) qui consiste à poursuivre les entretiens jusqu'à ce que l'enquête n'apporte plus d'informations suffisamment nouvelles. Au fil de la progression de l'enquête, certaines questions des guides d'entretien ne sont plus posées et les entretiens prennent fin « d'eux-mêmes » lorsque plusieurs acteurs, de types différents, nous fournissent les mêmes informations et qu'elles ne sont pas infirmées par des observations. Il n'existe pas de règles dans la littérature concernant le nombre minimum ou maximum d'entretiens à réaliser pour une recherche qualitative. Notons que Creswell (1998), avance un chiffre de 20 à 30 entrevues pour une théorie ancrée. Appliqué à notre étude, nous pouvons estimer que 20 à 30 entretiens pour chaque « tranche » de données serait un seuil satisfaisant, ces « tranches » étant le système national des IG en Indonésie, le système national des IG au Vietnam et chacune des expériences locales d'IG étudiées. Nous présentons plus loin le décompte des entretiens réalisés, ce « seuil » de 20 à 30 entretiens par tranches de données a été atteint.

Objectif et déroulement des entretiens

Les objectifs des entretiens étaient multiples. Nous cherchions à comprendre les pratiques des acteurs en liens avec le produit et leurs perceptions sur le processus de qualification territoriale du produit. Nous voulions comprendre les liens qu'entretenaient les acteurs entre eux, en lien ou non avec l'IG, ainsi que leurs projets. Enfin, nous souhaitions relever la connaissance des acteurs sur la dynamique d'IG, leurs participations éventuelles, leurs perceptions sur cette dynamique et sur les liens qu'ils pouvaient possiblement faire entre l'IG et le PQT.

L'IG n'était donc pas mentionnée au début de l'entretien. En général, l'IG était mentionnée en premier lieu par la personne enquêtée et nous reprenions les termes exacts employés par la personne. Il était possible qu'elle désigne l'IG par les mots « marque » ou « label IG » ou encore « certification de l'IG ». Nous laissons les termes émerger dans l'échange, puis nous faisons si nécessaire un point sur les termes employés en cours d'entretien afin d'éviter les contre-sens.

Les pratiques étaient relevées sur la base du déclaratif et de l'observation directe à la suite de l'entretien. Les opinions générales étaient recueillies en fin d'entretien, grâce à des questions ouvertes. Cette étape de l'entretien n'a pas pu être atteinte dans tous les entretiens du fait d'un discours officiel parfois très présent au moment de ces questions (de la part de certains producteurs qui « récitaient » le cahier des charges, de la part de certains représentants du gouvernement qui lisaient sous nos yeux une décision ou une circulaire relative à l'IG en guise de réponse).

La fin des entretiens pouvait déboucher sur un nouveau rendez-vous pour approfondir l'enquête, une visite ou activité, l'échange d'un contact pour une autre personne à enquêter, la photocopie d'un document auquel la personne avait fait référence pendant l'enquête.

Langues, traduction et transcription

En Indonésie, l'essentiel des entretiens ont été faits en indonésien.¹¹⁶ Quelques rares entretiens dans les régions indonésiennes ont été menés dans une langue locale (balinaise, achenese, javanaise) lorsque la personne enquêtée ne pouvait pas s'exprimer en indonésien. Un traducteur bénévole (souvent un enfant de la famille ou du village) est alors venu aider à la traduction.

¹¹⁶ L'indonésien est une langue relativement facile à apprendre bien que le langage soutenu (écrit en particulier) se révèle rapidement complexe. De longues périodes de travail en Indonésie et au contact d'indonésiens m'ont permis d'apprendre cette langue et de pouvoir travailler sans interprète.

Au Vietnam, l'essentiel des entretiens ont été menés en vietnamien grâce à des interprètes. Nous avons travaillé avec la même interprète tout au long du terrain exploratoire. Le second passage de terrain a démarré avec une autre interprète, pour une durée d'un mois, puis une troisième interprète a été recrutée pour la fin de l'enquête. Un travail préliminaire portant sur les guides d'entretien et l'importance de traduire précisément les réponses, même surprenantes, a été fait au début du travail avec chacune des interprètes. Au-delà de la traduction, les interprètes m'ont aidé à « rythmer » les entretiens, grâce à des observations sur « l'ambiance » des entretiens. En particulier, elles m'ont aidé à identifier lorsque la personne enquêtée n'était pas à l'aise et ne souhaitait pas développer un thème particulier.

En Indonésie comme au Vietnam, nous avons veillé autant que possible à éviter les « illusions terminologiques » (Schultheis, 1989). Un même mot peut désigner deux choses très différentes selon les contextes, ce risque est décuplé lorsque l'on travaille dans des langues différentes. Nous avons fait un travail terminologique minimal consistant à tenir un lexique en trois langues pour les mots et concepts clés de notre recherche afin de limiter cet écueil.

Une dizaine d'entretiens ont été conduits en anglais ou en français, à la demande des acteurs enquêtés. Enfin quelques rares entretiens au Vietnam ont été fait dans une langue locale (H'Mong, Edê, Tay) ce qui a nécessité une double traduction, mêlant le français, le vietnamien et la langue locale (un traducteur bénévole parlant la langue locale a alors été appelé).

Aucun entretien n'a été enregistré. Nous avons commencé à enregistrer quelques entretiens lors du premier passage sur le terrain, mais nous avons remarqué que cette configuration ne facilitait pas l'échange. Nous avons pris en note tous les entretiens effectués. À la fin de l'entretien, nous arrêtons la prise de note pour les questions d'opinion qui se succédaient sans prise de note (ou avec une prise de note minimale, le carnet d'entretiens étant simplement posé sur la table). Quelques entretiens ont été menés sans prises de note (au champ par exemple, ou lorsque la personne était gênée par la prise de note), une fois l'entrevue terminée, nous reprenions en note l'essentiel des réponses données en suivant le guide d'entretien qui avait été utilisé. Les notes prises pendant les entretiens étaient relues le soir même avec les interprètes dans l'objectif de limiter les contre-sens.

Guides d'entretiens et nombre d'entretiens réalisés

Nous avons construit 11 guides d'entretiens pour l'enquête, correspondant aux 11 types d'acteurs présentés précédemment dans le tableau 14. Ces guides d'entretiens sont fournis dans l'annexe A4.7.

Au cours des deux volets d'enquête en Indonésie et au Vietnam, nous avons réalisé un total de 282 entretiens semi-directifs. Parmi ces entretiens, 11 ont été considérés non exploitables¹¹⁷ et ont été retirés des données. Parmi les 271 entretiens exploitables, 31 entretiens portent sur des expériences locales d'IG étudiées lors du terrain exploratoire et qui n'ont pas été retenues pour l'enquête approfondie¹¹⁸. Finalement, ce sont **240 entretiens** qui constituent la base de données recueillies par entretien. Le tableau 15 donne une synthèse de la répartition de ces 240 entretiens en fonction des catégories d'acteurs et répartis selon les expériences locales d'IG étudiées.

Tableau 15 : Décompte et répartition des entretiens réalisés en Indonésie et au Vietnam

Indonésie	Vietnam
<i>Systèmes national des indications géographiques</i>	
Acteurs publics, parapublics et associations : 25 Acteur privés : 18	Acteurs publics, parapublics et associations : 20 Acteurs privés : 11
TOTAL NATIONAL INDONESIE : 43	TOTAL NATIONAL VIETNAM : 31
TOTAL NATIONAL : 74	
<i>Expériences locales d'indication géographique</i>	
Café de Kintamani Bali : 29	Café de Buôn Ma Thuôt : 24
Café de Gayo : 18	Litchi Thieu de Thanh Hà : 20
Poivre Blanc de Muntok : 24 Sel d'Amed : 29	Miel de menthe de Mèo Vac : 22
TOTAL EXPERIENCES LOCALES INDONESIE : 100	TOTAL EXPERIENCES LOCALES VIETNAM : 66
TOTAL LOCAL : 166	
TOTAL DES ENTRETIENS EN INDONESIE : 143	TOTAL DES ENTRETIENS AU VIETNAM : 97
Nombre total d'entretiens : 240	

3.3. Documentation sur les indications géographiques : de multiples sources d'information

En parallèle des entretiens semi-directifs, la collecte de données a également consisté à recueillir de la documentation sur les systèmes nationaux des IG et les expériences locales d'IG étudiées, ainsi que sur la politique agricole de ces deux pays et sur les régions et filières étudiées. Un important travail de traduction a été réalisé sur ces documents par nos interprètes. Pour l'Indonésie, nous avons pu utiliser les documents recueillis en indonésien.

¹¹⁷ Entretien interrompu très tôt, ou fiabilité des données estimée trop faible.

¹¹⁸ Ces entretiens portent sur le poivre noir du Lampung, les deux riz aromatiques du delta du fleuve rouge, le kaki sans pépin de Bac Kan, le café Toraja, les meubles sculptés de Jepara, la noix de cajou de Kubu à Bali, le liseron d'eau de Lombok.

L'information sur les prix a été obtenue grâce à des relevés dans les points de vente et lors des entretiens. Nous avons également collecté, lorsque les données étaient disponibles, des séries de prix auprès des bureaux de statistiques et des services de l'industrie et du commerce¹¹⁹.

Nous avons ainsi collecté un ensemble de documents variés que nous pouvons classer par types. Chaque type de document présente des avantages et des inconvénients d'un point de vue méthodologique comme le montre le tableau 16.

¹¹⁹ Ces séries de prix sont exploitables mais ne différencient généralement pas les prix selon l'origine. Il est possible de connaître les prix du poivre blanc exporté depuis Indonésie entre 1990 et 2000 par exemple, mais l'on ne sait pas les prix du poivre blanc du Muntok sur cette période. Ces données ont donc été considérées avec prudence, notamment car pour plusieurs produits étudiés, les mélanges sont fréquents entre origines, même dans les zones de production.

Tableau 16 : Type des données récoltées par le recueil de documentation et avantages/inconvénients méthodologiques

Type de données	Données à collecter	Avantages	Inconvénients
Textes juridiques sur les IG	Lois, projet de loi et <i>draft</i> , décrets, circulaires, notes ministérielles	Bonne validité générale Fournit un premier ensemble de catégories d'analyse	Nécessité de se familiariser aux termes juridiques Impression de « labyrinthe » juridique et accumulation de textes (révisions successives des décrets) : nécessité d'identifier les textes de références
Politique agricole et IG	Action Plan (sur 5 ans en général) des Ministères de l'Agriculture et Compte-rendu des Congrès du Parti au Vietnam Budget des organes public compétents sur IG Déclarations officielles sur la ruralité, la qualité agroalimentaire, l'origine	Permet de positionner les IG comme outil de développement agricole dans l'ensemble plus vaste de la politique agricole. Éclaire sur certains points de blocage dans le développement des IG (lorsqu'un aspect n'entre pas dans le cadre de la politique agricole générale par exemple, ou s'il n'y a pas de financement pour cette étape...)	Très général, nécessité de cibler progressivement Difficile de distinguer ce qui est, de ce qui va ou de ce qui devrait être. Il convient d'être prudent dans l'utilisation de ces données, notamment chiffrées. Un examen précis révèle que les déclarations sont parfois approximatives (sur le nombre d'IG en cours d'enregistrement, sur le budget prévu pour le soutien aux IG...)
Presse sur les IG	Articles de presse	Information récente	Validité des informations à vérifier Problème des média « officiels » et du discours
Support promotion	Sur l'origine, le patrimoine, la publicité	Permet d'analyser à la fois le contenu et la forme des arguments de promotion	Validité des informations à vérifier
Cahiers des Charges des IG	Le Cahier des Charges de l'IG Les livrets de synthèse des cahiers des charges parfois édités par les services agricoles à destination des producteurs	Fournit une première série de catégories d'analyse Deviens un document de référence localement, support possible en entretien	Difficile de savoir comment le cahier des charges a été construit. Nécessité de rechercher des versions intermédiaires Plusieurs versions de cahiers des charges existent, confusion possible.
Documents officiels sur les IG	Certificats d'enregistrements, décrets d'enregistrements, décrets de création d'association IG, Décisions diverses des gouvernements locaux concernant l'IG...	Bonne validité générale Fournit en début de document des rappels des textes juridiques de références	Impression de « labyrinthe » juridique et accumulation de textes (révisions successives des décrets) : nécessité d'identifier les textes de références
Documents généraux	Rapports d'étude, monographies...	Riche en information, peut constituer des données secondaires	L'information utile à la thèse est souvent diffuse dans les documents. Travail de sélection nécessaire

(région, territoire, produit, filière)	<p>Plaquettes touristiques (musées, agro tourisme, restaurants...) qui mentionnent le produit, sa réputation, le territoire, ses aménités</p> <p>Documentation des autres produits et services du territoire faisant référence au produit</p>	<p>Les visuels permettent de fixer les idées sur les aspects patrimoniaux importants (ex. les éléphants de Dak Lak au Vietnam, le temple de Kintamani à Bali, les litchis plantés directement dans les eaux du delta du fleuve rouge, les buffles d'eau chez les Toraja en Indonésie...)</p>	
Relevé de prix	<p>Relevé direct</p> <p>Entretiens</p> <p>Série de prix (bureaux statistiques)</p>	<p>Le relevé direct est fiable</p> <p>Les séries de prix permettent de saisir les tendances de prix sur 10 ou 20 ans</p>	<p>Données parfois inconsistantes, nécessite de la prudence dans l'utilisation</p>
Emballages/ étiquettes	<p>Les emballages, étiquettes, autre conditionnement (sac de café, bidon pour miel...)</p>	<p>La validité est bonne car les produits sont de fait sur le marché</p> <p>Permet de saisir les arguments de vente, les termes employés et mis en avant, l'utilisation ou non de logo, labels...</p>	<p>Il est préférable de demander à chaque producteur ses emballages. L'intérêt étant de pouvoir discuter avec les producteurs des emballages qu'ils utilisent. Lorsque l'on découvre un produit dans un supermarché, ou une boutique, il est difficile de remonter au producteur pour solliciter un entretien</p>

3.4. Collecte de données complémentaires

Les entretiens et le recueil de documentation ont été les deux outils principaux de notre collecte de données. Certaines données complémentaires ont été recueillies par l'observation (parfois participante), au travers de travaux d'étudiants et grâce à des entretiens menés hors du terrain indonésien et vietnamien.

Observation et observation participante

Nous avons participé à des réunions diverses (DG IPR, associations locales d'IG, commission d'experts des IG...) en général en tant qu'invitée (observation directe).

Quelquefois, nous avons été sollicités pour intervenir lors de ces réunions, ce que nous avons parfois accepté. Il s'agissait de réunions sur le projet d'enregistrement de l'IG sel d'Amed en Indonésie, d'ateliers de sensibilisation auprès de producteurs sur la mise en application de cahiers des charges (café de Kintamani), de réunions internes d'association d'IG –sur les questions de traçabilité notamment (café de Gayo, poivre blanc de Muntok). Nous avons également participé à certaines réunions et visites de terrain dans le cadre de l'évaluation du dispositif prioritaire de recherche MALICA par le Cirad en 2011 (en particulier la visite sur le terrain de deux dynamiques d'IG et d'une marque collective).

Nous avons pris part à des visites de terrain et un séminaire national sur le développement des IG en Indonésie dans le cadre du projet ISIP¹²⁰. Le projet avait pour objectif d'accompagner l'enregistrement de quatre IG indonésiennes : le poisson *milk fish* de Sidoarjo, l'orange de So'E, l'*ikat* de Sikka (l'*ikat* est un tissu et le nom d'une technique de tissage) et le sel d'Amed à Bali.

Encadrement de travaux d'étudiants

En 2011/2012 nous avons co-encadré le travail de deux étudiants de master sur les IG en Indonésie (une étudiante française du CERDI de Clermont-Ferrand et un étudiant indonésien de l'Université du Lampung et Montpellier SupAgro). Leur stage a porté sur deux produits qui venaient d'être enregistrés en IG en 2010, le café de Gayo et le poivre blanc de Muntok. Lors de notre repérage des expériences locales d'IG (terrain exploratoire en 2011), nous avons parfois fait équipe avec ces étudiants pour des entretiens, notamment à leur arrivée sur le terrain. Le résultat de leur travail a

¹²⁰ Le projet ISIP (Indonesian Swiss Intellectual Property) mis en œuvre entre février 2012 et décembre 2015. Pour plus d'information sur ce projet, lire la page internet : <https://www.ige.ch/en/legal-info/international-cooperation/country-specific-projects/indonesia.html>. Nous avons fait lors du séminaire organisé par ISIP et la DG IPR en 2012, une présentation du cas du sel d'Amed, qui était l'un des produits suivi dans le cadre du projet.

ensuite été une source de données importantes pour la thèse, leur enquête de terrain ayant duré environ deux mois sur chacun des deux produits¹²¹.

En 2012-2013, dans le cadre du projet ISIP précédemment cité, nous avons co-encadré les stages de master de deux étudiants français de Montpellier SupAgro en binôme avec deux étudiants indonésiens. Les stages ont porté sur les quatre IG suivies par le projet ISIP¹²².

Entretiens complémentaires avec personnes ressources hors du terrain

Des entretiens complémentaires ont été menés en France, auprès de chercheurs et experts ayant travaillé sur les IG en Indonésie et au Vietnam. Des échanges mails et Skype avec les personnes ressources à Jakarta et Hanoi ont également permis d'actualiser les données après l'enquête.

3.5. Saturer les catégories centrales d'analyse

Le processus de collecte et traitement simultané que nous avons utilisé a permis de distinguer les catégories principales d'analyse :

- le processus de qualification territoriale (à renseigner en utilisant le groupe de variables « filière et territoire » présentées au 1.3.2.) ;
- les dispositifs nationaux et locaux des IG construction, contenu, mise en œuvre et mode de gouvernance (à renseigner en utilisant le groupe de variables « institutionnelles » présentées au 1.3.2.) ;
- les trois pôles de conditions du modèle des IG (cf. chapitre 3).

Une fois stabilisées, une phase de « décodage » consiste à reprendre les données pour renseigner les catégories identifiées et les variables qui leur sont associées. Nos données se présentent sous la forme de texte. L'analyse de données textuelles peut prendre diverses formes (analyses lexicales, linguistiques,

¹²¹ **Bigot, J. (2011)**. The Elaboration of Geographical Indications in Indonesia and their impact on rural development. Two case studies: Gayo Coffee and Muntok White Pepper (Sumatra). Mémoire de Master : Sustainable development in developing and transition countries. Clermont-Ferrand: CERDI, 141 p.

Wagianto (2012). The agronomical aspects in the construction of code of practices of geographical indications in indonesia. Case study in Sumatra (Caffee Gayo Aceh and Muntok White Pepper). Mémoire de Master en agronomie et agroalimentaire. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 81p.

¹²² **Bresson, A. (2013)**. Geographical Indications & territorial development : an analysis of the Code of Practices implications - Two case studies in Indonesia - Sikka tenun ikat and Amed salt. Mémoire de Master pour l'obtention du Diplôme Ingénieur Spécialité Systèmes agricoles et agro-alimentaires durables au Sud (SAADS). Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 142 p.

Jouen, D. (2013). Production systems and supply chains analysis to implement Geographical Indications in Indonesia. Two cases study : The "milkfish of Sidoarjo" and the "mandarin of SoE". Mémoire de Master pour l'obtention du Grade d'Ingénieur des Systèmes agricoles et du secteur agroalimentaire dans les pays du Sud. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 113 p.

thématique...). Le matériel dont nous disposions ne permettait pas de faire une analyse de discours (qui s'appuie généralement sur des enregistrements). Nous avons opté pour une analyse textuelle thématique. Nous avons opéré par étapes, sans logiciel de traitement¹²³. Le travail de traitement des données entamé pendant l'enquête de terrain s'est donc poursuivi après l'enquête. Comme nous l'avons précisé, nous avons fait une succession de tableaux, graphiques et schémas dans le but de renseigner et stabiliser (ou saturer) nos catégories d'analyse. En parallèle, la rédaction de « monographies résumées » par cas et par pays (parfois en vue de communications à colloques ou pour la préparation d'articles), nous a permis de rentrer dans le détail des situations de manière compréhensive.

La saturation des catégories s'est révélée difficile du fait d'observations en Indonésie qui allaient à l'encontre de faits observés au Vietnam et vice-versa. Nous avons à plusieurs reprises revu le contenu des catégories. Nous avons utilisé les recommandations de Bardin (2003) pour vérifier la qualité de nos catégories de codage :

- L'*exclusion mutuelle* : un élément ne peut se trouver dans deux catégories.
- L'*homogénéité* : il n'est pas toujours possible de fonctionner de manière cohérente si l'on cherche à intégrer tous les niveaux d'analyse. L'homogénéité des catégories d'analyse est atteinte dans chacun des niveaux de l'analyse, mais pas forcément lorsque l'analyse croise les niveaux. L'exclusion mutuelle (premier principe) ne fonctionne donc plus totalement au moment du croisement des niveaux d'analyse.
- La *pertinence* : lorsque la catégorie d'analyse est en accord avec le cadre conceptuel de l'étude.
- L'*objectivité* et la *fidélité* : les mêmes données soumises à différentes personnes doivent être codées de la même manière si l'on fournit les catégories d'analyses. Pour cela, il convient de bien définir les catégories d'analyse et les concepts utilisés.
- La *productivité* : une catégorie d'analyse est productive lorsqu'elle apporte des résultats riches (inférences, renouvellement des hypothèses, données valides).

Enfin, concernant l'objet principal de l'étude, les liens entre les IG et les PQT, nous avons mobilisé des apports méthodologiques issus de travaux de gestion sur l'analyse des processus, en particulier le manuel de Thiétart (2007) sur les méthodes de recherche en management. Dans une réédition du manuel en 2014, Grenier et Josserand distinguent les recherches sur le *contenu* et les

¹²³ Le logiciel NVivo aurait pu être utilisé mais nous avons choisi de générer nous-mêmes les liens entre les données et les catégories, dans le but de limiter les erreurs liées aux contextes différents (le fait de ne pas pouvoir dérouler un dispositif d'enquête totalement symétrique dans les deux pays au niveau national notamment pouvait poser des problèmes de codage).

recherche sur le *processus*. Les premières cherchent à éclairer la composition d'un objet, tandis que les secondes visent à comprendre le comportement d'un objet dans le temps. Nous avons approché l'objet « indication géographique » essentiellement dans une démarche de recherche du contenu, en cherchant à mettre en évidence les éléments caractéristiques des IG, sous l'angle économique (mais également juridique et sociopolitique). Les processus de qualification territoriale ont été abordés dans une perspective de recherche sur le processus. Il est alors question de dynamique et de flux, de temps et de changements, en vue de saisir l'évolution d'une situation. Les deux étapes principales d'une démarche de recherche processuelle (tableau 17) telles que décrites par Grenier et Josserand (2014), ont guidé notre approche du PQT.

Tableau 17 : Décomposer et délimiter une variable processuelle

1. Décomposer la variable processuelle	
Identifier	Identifier la variable processus centrale du processus à étudier : faire ressortir les « <i>sensitive concepts</i> » (Glaser et Strauss, 1967) qui donnent du sens aux observations de terrain.
Décomposer	Décomposer la variable en sous-variables (qui sont ces « <i>sensitive concepts</i> »).
Coder et renseigner	Faire un plan de codage basé sur les sous-variables et décrire de manière récurrente ces variables dans le temps.
2. Délimiter la variable processuelle	
Délimiter par rapport au temps	<p>Déterminer quand commence et finit le phénomène étudié. Tenir compte du fait que la manière de déterminer le début et la fin du processus étudié influence son interprétation.</p> <p>Hickson et al. (1986) proposent de situer le début du processus à la « première action délibérée qui entame le mouvement » vers le processus et de mener l'analyse jusqu'à « l'approbation ».</p> <p>Se fier aux perceptions des acteurs pour situer la première action délibérée, revenir en arrière aussi loin que possible car les temporalités du changement sont variables selon les acteurs et leur connaissance du passé.</p>
Délimiter par rapport à l'objet et son contexte	<p>Isoler un processus ou un phénomène d'autres processus et phénomènes concomitants est difficile car ils peuvent s'alimenter mutuellement.</p> <p>Faire des choix quant aux éléments qui entrent dans le champ de l'analyse ou non, et les expliquer.</p>
Ordonner les intervalles temporels	<p>Identifier et analyser les « incidents critiques » pour faire ressortir les intervalles temporels pertinents pour comprendre le processus étudié.</p> <p>Le nombre d'intervalles temporels dépend du niveau de détail souhaité.</p> <p>Articler les intervalles identifiés dans le temps et organiser leur succession. Le déroulement du processus peut être séquentiel, anarchique, itératif, par convergences, par inspiration (Langley et al., 1995)</p>

Sources : Grenier et Josserand (2014), Hickson et al. (1986), Langley et al. (1995), Glaser et Strauss (1967).

L'analyse d'une variable processuelle impliquent donc de travailler sur des faits passés, ce qui comporte des risques de validité et d'actualisation des données. Comme le recommande Van de Ven

(1992), nous avons utilisé des données primaires et secondaires pour limiter les biais et nous avons procédé à des triangulations régulières au cours de l'analyse des données.

La combinaison d'une recherche de contenu sur les IG et d'une recherche sur les processus de qualification territoriale est apparue particulièrement féconde dans l'analyse. Grenier et Josserand (2014), soulignent en effet que les deux types de recherches s'enrichissent mutuellement, « la question centrale est celle de l'importance que prend le temps. Elle se pose indépendamment de l'objet étudié et le chercheur ne peut se positionner valablement qu'en ayant compris que tout objet peut être analysé dans son contenu ou dans son processus. Il doit également être conscient de la nécessaire complémentarité existant entre les deux analyses » (p. 164).

3.6. Rédiger une analyse comparative combinant plusieurs niveaux

Nous présentons dans cette dernière sous-partie de la section III., nos choix concernant la présentation des résultats de la thèse. La dernière étape de construction de notre cadre de comparaison a porté sur la manière de présenter les résultats de l'analyse comparative. Nous donnons ici les lignes directrices de notre démarche comparative *pendant* la rédaction. Ces éléments pourront donc être vus comme un « guide de lecture » de la présentation des résultats que nous faisons dans les prochains chapitres de la thèse. L'analyse au niveau national est présentée sous la forme d'une **mise en regard des systèmes nationaux des IG (3.6.1.)**. Les résultats au niveau local sont présentés grâce à une **lecture croisée des expériences locales d'IG (3.6.2.)**.

3.6.1. Une mise en regard entre l'Indonésie et le Vietnam...

La démarche comparative peut être entendue comme une constante mise en rapport entre ce que l'on connaît d'une « société de prédilection », et ce que l'on découvre dans une autre société (Forest, 2004). Nous avons une expérience du terrain indonésien, qui pourrait être considéré comme le « terrain de prédilection » dans cette recherche. Dans cette idée, le terrain vietnamien nous a permis, du moins lors du premier passage sur le terrain, de relativiser le caractère exceptionnel de certaines observations issues de l'enquête en Indonésie.

Le chapitre 5 de la thèse présente les résultats de l'enquête au niveau national sous la forme d'une mise en regard entre les systèmes nationaux des IG dans les deux pays. Nous entendons ici la « mise en regard » comme une forme de présentation qui permet de restituer la comparaison d'une manière que nous qualifierons de « contrôlée ». Il ne s'agit pas de comparer termes à termes, mais de montrer les analogies de rapports possibles entre les deux systèmes. Ces systèmes nationaux sont ainsi

présentés de manière parallèle, puis les principaux éléments sont croisés pour souligner les similitudes et les différences. La mise en regard des deux systèmes est contextualisée par une présentation des politiques agricoles de ces deux pays, ce qui nous permet d'interpréter les résultats obtenus. La mise en regard nous amène donc (i) à décrire et analyser les deux systèmes IG respectivement, (ii) à dégager des analogies permettant compréhension commune des ces deux systèmes, et (iii) à extraire de ces résultats les différences et similitudes significatives entre ces deux systèmes.

3.6.2. ... grâce à la lecture croisée de plusieurs expériences locales d'indications géographiques

Le nombre d'expériences locales d'IG étudiées a influencé le type de présentation que nous avons choisi. En ayant conduit des enquêtes sur deux (parfois trois) expériences locales d'IG pour chacun des « groupes » identifiés (PQT émergent, intermédiaire et avancé), le nombre de cas étudiés ne nous permettait pas de faire de typologie suffisamment précise.

Nous avons opté pour une lecture croisée de ces différentes expériences concrètes en restituant les résultats d'une manière à la fois fidèle à la réalité du terrain et suffisamment synthétisée pour maintenir le fil de la comparaison. La présentation prend la forme de « micro-histoires » (Bowen et Petersen, 1999). Ces micro-histoires sont donc des descriptions compréhensives de situations réelles et non des idéaux-types. L'intérêt des comparaisons de cas à petite échelle réside dans le fait qu'« en se focalisant sur les processus et les mécanismes [...], beaucoup de la complexité de la vie politique peut être abordée tout en maintenant une capacité à généraliser » (Bowen et Petersen, 1999, p. 11). Les auteurs insistent sur l'importance d'accorder de l'attention aux contextes historiques. Ils estiment que les chercheurs comparatistes se montrent davantage convaincants « quand ils proposent des explications de processus micro-historiques et mettent régulièrement en contraste les processus entre les sociétés, plutôt que des comparaisons statiques de cas » (p. 4.). Pour rendre compte des processus en cours, il est donc conseillé de recourir au contenu micro-historique et de proposer un récit explicatif (« *narrative account* ») retraçant les idées et les actions analysées. Pour Bowen et Petersen, la micro-histoire est enfin un moyen d'« offrir au lecteur une narration plausible de la complexité sociale » (p. 239).

La lecture croisée des expériences locales d'IG que nous souhaitons proposer nous a donc conduits à faire une présentation micro-historique des dynamiques d'IG (chapitre 6 de la thèse). Cette présentation ne réduit pas les cas à des idéaux-types, pour autant, des catégories d'analyse sur lesquelles se basent les présentations de ces micro-histoires facilitent leur lecture croisée.

Conclusion du chapitre 4 – Une recherche qualitative qui articule la comparaison sur plusieurs niveaux

Ce chapitre nous a permis de présenter divers aspects et choix méthodologiques relatifs à ce travail. Notre posture de recherche a été très tôt orientée vers une recherche qualitative et pluridisciplinaire afin d'analyser des processus récents d'émergence des IG en tenant compte de leurs aspects économiques, mais aussi juridiques, socio, etc. La démarche de recherche ancrée a permis de laisser les premiers résultats de terrain orienter la suite de la collecte, grâce à un procédé de comparaison constante. De même les catégories d'analyse et les variables associées ont été identifiées progressivement.

Nous avons précisé dans ce chapitre notre cheminement pour construire le modèle des IG, qui a été élaboré pas à pas. Les deux groupes des variables (« filières et territoires » et « institutionnelles ») permettent de caractériser le contenu du modèle dans ses deux niveaux.

La démarche comparative que nous avons suivie s'articule entre les systèmes nationaux des IG et les expériences locales (analyse des dispositifs institutionnels locaux). Cette articulation nous est apparue nécessaire du fait notamment du caractère émergent de ces systèmes. La comparaison a été un véritable moteur dans la recherche, en stimulant un questionnement permanent des résultats issus d'un terrain par rapport à l'autre.

Nous avons également présenté dans ce chapitre le matériel et la méthode de collecte et traitement des données. Nous avons construit un protocole d'enquête adapté à notre question de recherche et au terrain, centré sur l'entretien semi-directif, et l'avons parfois modifié lorsque cela était nécessaire, introduisant quelques asymétries dans le dispositif d'enquête. Le traitement des données a été thématique, au travers de tableaux, fiches-produits et monographies intermédiaires successives.

Les résultats sont présentés de manière parallèle (micro histoire pour les expériences locales d'IG), puis nous proposons une mise en regard des systèmes nationaux indonésiens et vietnamiens, ainsi qu'une lecture croisée des expériences locales étudiées.

DEUXIEME PARTIE

Émergence des indications géographiques
en Indonésie et au Vietnam

Nous présentons dans cette seconde partie les résultats issus de l'enquête de terrain réalisée en Indonésie et au Vietnam et proposons dans le chapitre 7 une discussion de ces résultats.

Le **chapitre 5** porte sur les systèmes nationaux des IG en Indonésie et au Vietnam. Nous présentons dans un premiers temps le contexte d'évolution des politiques agricoles de ces deux pays depuis 1945. Nous observons comment la reconnaissance et la valorisation récente de la qualité liée à l'origine s'intègre dans un mouvement plus large de prise en compte de la durabilité des systèmes de production et de repositionnement de la ruralité dans les objectifs de politiques agricoles. Nous analysons ensuite les systèmes nationaux des IG qui émergent dans ce contexte en Indonésie et au Vietnam en précisant les rôles joué par les différents acteurs publics (nationaux et locaux), les producteurs et les associations locales d'IG.

Le **chapitre 6** présente les six expériences locales d'IG étudiées dans les deux pays. Nous retraçons, sous la forme de micro-histoires, l'émergence de ces projets ainsi que les attentes des divers acteurs impliqués dans ces démarches. Nous observons les interactions entre les dispositifs institutionnels locaux des IG et les processus de qualification territoriale, naissants ou déjà avancés selon les cas. Nous examinons la volonté et la possibilité des différents producteurs à participer à cette démarche, ainsi que le rôle des gouvernements locaux dans la mise en œuvre et le développement des IG.

Le **chapitre 7** propose une discussion basée sur la mise en regard des systèmes nationaux indonésiens et vietnamiens et la lecture croisée des expériences locales étudiées. Nous observons alors dans quelle mesure les hypothèses de travail présentées en introduction générale peuvent être validées sur la base de nos terrains.

CHAPITRE 5

Les systèmes nationaux indonésien et
vietnamien des indications géographiques

Ce chapitre s'ouvre sur une première section destinée à présenter le cadre des **politiques agricoles de l'Indonésie et du Vietnam depuis 1945 (I.)**. Cette première section nous permet de fixer le cadre général de politiques agricoles dans lequel les systèmes des indications géographiques émergent en Indonésie et au Vietnam.

Les **systèmes nationaux des indications géographiques indonésien (II.)** et **vietnamien (III.)**, sont ensuite présentés successivement. Dans chacune de ces sections, nous revenons sur l'apparition des IG dans l'agenda politique de ces deux pays et retraçons la construction de leurs cadres juridiques. Nous analysons ensuite le dispositif institutionnel national prévu par l'Indonésie et le Vietnam pour l'enregistrement et l'accompagnement des dynamiques d'IG. Nous terminons par une présentation synthétique des premières utilisations de ces systèmes IG, en faisant un balayage des IG enregistrées et en soulignant les modalités de sélection des produits candidats et de mise en œuvre des IG dans les filières et territoires.

I. Évolution des politiques agricoles en Indonésie et au Vietnam et paysage institutionnel

Cette première section présente une analyse de la politique agricole de l'Indonésie et du Vietnam depuis 1945. Elle se décompose en quatre sous-parties, correspondant à quatre périodes de politique agricole, présentées de manière chronologique.

Dans la première période (1945 à 1967 pour l'Indonésie et 1945 à 1976 pour le Vietnam), ces pays ont connu plusieurs bouleversements politiques qui ont mis à mal la situation alimentaire. Nous retraçons brièvement cette période allant **de l'indépendance à l'unité nationale (1.1.)** et donnons les grandes lignes de la politique agricole sur la période.

La seconde période identifiée est celle d'un engagement fort de l'État dans le soutien à l'agriculture. À partir de 1967 en Indonésie, et de 1976 au Vietnam, l'État investit massivement dans le secteur agricole et fonde sa politique de **développement économique sur le développement agricole (1.2.)**.

La troisième période, qui commence dans la décennie 1980 en Indonésie et 1990 au Vietnam, a été marquée par une libéralisation des filières et une évolution du mode d'intervention de l'État dans l'agriculture. Les politiques agricoles de cette période se caractérisent par un important **soutien aux filières d'exportation (1.3.)**.

Enfin, la dernière sous-partie présente les évolutions plus récentes de la politique agricole de ces deux pays. En analysant les **orientations émises par ces États depuis les années 2000 (1.4.)**, nous montrons que la **durabilité** devient une préoccupation politique pour le secteur agricole et tentons de comprendre dans quelle mesure la **ruralité** revient progressivement au cœur des choix politiques. Nous présentons finalement les politiques agricoles ayant trait à la **qualité** alimentaire dans ces deux pays.

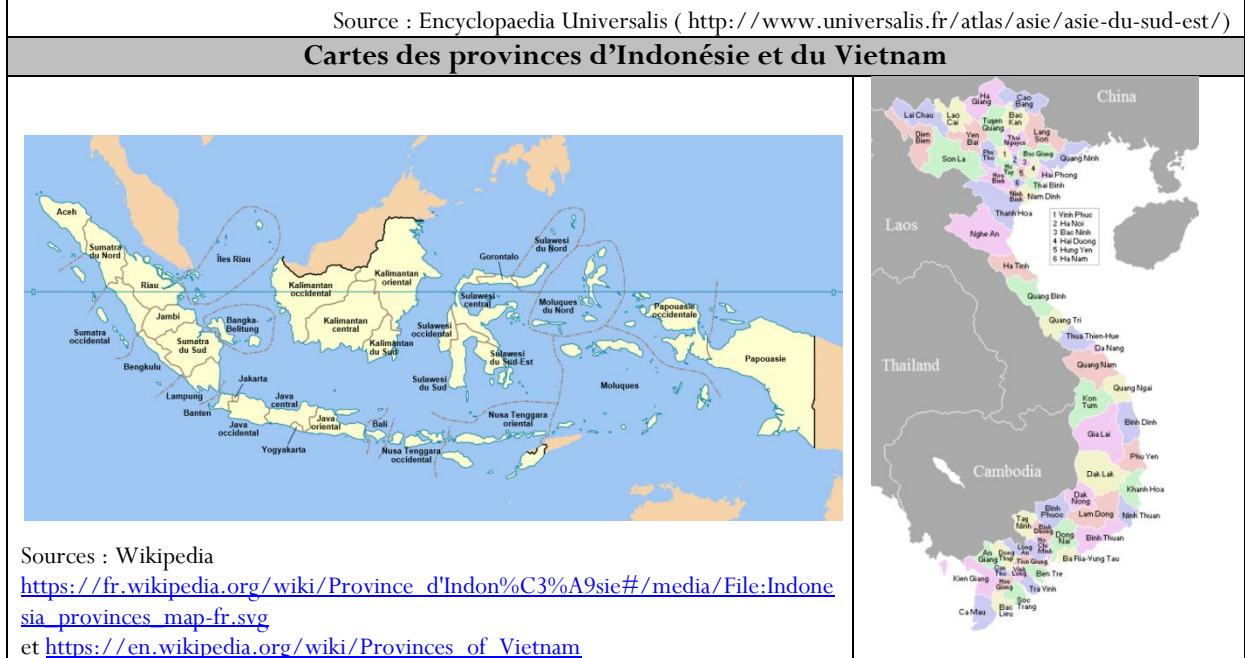
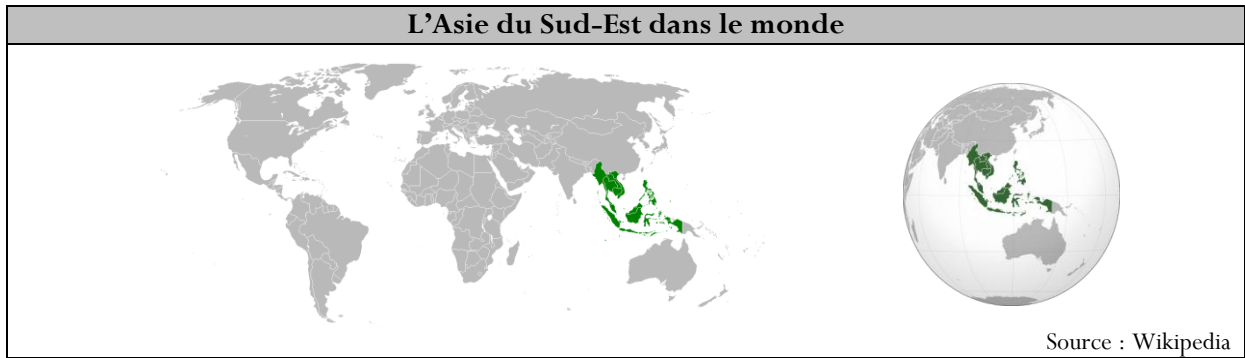


Figure 8 : Localisation de l'Indonésie et du Vietnam en Asie du Sud-Est et découpage administratif

1.1. De l'indépendance à l'unité nationale

Les passés coloniaux de l'Indonésie et du Vietnam s'étalent sur plusieurs siècles. Ces deux pays ont connu, au fil de leur histoire, des périodes d'influences asiatiques (notamment chinoise, japonaise et indienne) et des périodes d'influences européennes (notamment française et hollandaise) puis américaines.

L'actuel territoire vietnamien a été considéré comme une possession chinoise pendant plus d'un millénaire. En 932, le royaume du *Dai Viet* devient indépendant, bien qu'un impôt soit toujours reversé à la Chine. Pendant plusieurs siècles, le pouvoir politique au Vietnam sera disputé entre des dynasties du Nord et du Sud du pays (Cham).

L'archipel indonésien constitue un véritable carrefour maritime et commercial dès le 1^{er} siècle. La majorité des navires commerciaux reliant l'Asie du Sud-Est à l'Afrique et l'Europe empruntent le détroit de Malacca, qui sépare la péninsule indo-malaise de l'île de Sumatra en Indonésie. L'île de Java devient dès l'Antiquité le lieu du pouvoir politique et des principaux échanges commerciaux. Des royaumes indiens, chinois et musulmans s'établissent en Indonésie à partir du XII^{ème} siècle et développent le commerce des épices.

L'influence hollandaise commence en Indonésie dans le courant du XVI^{ème} siècle. La Compagnie néerlandaise des Indes Orientales, créée en 1602, organise les échanges commerciaux entre Java et l'Europe. Elle demeurera active en tant que compagnie de commerce pendant deux siècles (dissolution officielle en 1799 suite à une faillite). Les Pays-Bas installent alors un pouvoir colonial, installé initialement sur l'île de Java et qui s'étendra aux îles voisines de Sumatra et Bali puis au reste de l'archipel ; ce pouvoir demeurera en place jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale¹²⁴.

¹²⁴ Le monopole exercé par la Compagnie néerlandaise des Indes Orientales sur les activités commerciales en Indonésie a progressivement mis en œuvre un système colonial en expulsant les Portugais présents dans l'archipel au début du XVII^{ème} siècle, puis en s'établissant dans les principales villes de l'Indonésie (notamment à Jayakarta, renommée Batavia par les Hollandais en 1619, qui deviendra la capitale Jakarta). Entre 1800 et 1945, la présence hollandaise est maintenue malgré les conflits militaires (en particulier sur l'île de Java) par une administration coloniale gérée localement par des gouverneurs. En 1942, le Japon débarque en Indonésie et occupe partiellement le territoire pendant trois ans. Les troupes indonésiennes parviennent à empêcher une véritable invasion du Japon et proclament leur indépendance le 17 août 1945, bien que le pouvoir colonial hollandais soit toujours en place à cette période. Entre 1945 et 1949, les Pays-Bas tentent de maintenir un contrôle politique, puis militaire, sur l'Indonésie. Les conflits armés s'accompagnent d'un mouvement social appelé « Revolusi » qui rassemble le peuple indonésien pour conserver son indépendance. La Revolusi aboutit en 1950 à une reconnaissance d'indépendance par les Pays-Bas et à une déclaration de retour à l'état unitaire pour la république d'Indonésie.

Au Vietnam, les conflits entre des dynasties du Nord et du Sud du pays prennent de l'ampleur au XVIII^{ème} siècle. Au début du XIX^{ème}, la France intervient en faveur de la famille *Nguyen* (établie dans la partie Sud du Vietnam). Un de ses membres est nommé empereur du Vietnam et tente d'exercer un pouvoir sur l'ensemble du territoire. Cette intervention française au Vietnam marquera le début de près de deux siècles de conflits entre le Vietnam, la France et les États-Unis¹²⁵.

Le maintien de l'unité nationale en Indonésie entre 1945 et 1965

L'indépendance de l'Indonésie est proclamée le 17 août 1945. L'archipel connaît plusieurs conflits internes dès la fin des années 1940. La devise nationale « Unité dans la diversité » prend tout son sens quand on observe les soulèvements populaires et les réactions de l'État indonésien face aux revendications des populations. Maintenir l'unité a souvent signifié dans l'histoire de l'Indonésie intervenir militairement dans une région lorsque des mouvements parfois qualifiés de séparatistes, prenaient de l'ampleur au point de menacer le fédéralisme de la République indonésienne. Le président Sukarno, qui avait proclamé l'indépendance en 1945, appliquera pendant 20 ans une « démocratie dirigée » en tentant de faire coexister le communisme, l'islam, et des mouvements nationalistes. L'agriculture ne fera pas l'objet sur la période d'une véritable politique, la question agricole se résumant, aux yeux du gouvernement, à la riziculture. En effet, en dehors des rizières javanaises,

¹²⁵ Suite à l'établissement de l'empereur Nguyen sur l'ensemble du territoire (Nord et Sud), les relations franco-vietnamiennes se compliquent. Vers 1850, le Vietnam décide d'interrompre ses échanges commerciaux avec plusieurs pays étrangers, notamment européens. Le conflit diplomatique et commercial s'envenime, la France lance une offensive militaire et annexe la région de Cochinchine (au Sud) en 1858, qu'elle transforme rapidement en colonie. Au début des années 1880, la Chine envahit une partie du territoire vietnamien et la France déclenche plusieurs expéditions visant à sécuriser la colonie au Sud et annexer de nouveaux territoires dans le Nord autour de Hanoi et du delta du fleuve Rouge (les expéditions au Tonkin au Nord déboucheront sur une guerre franco-chinoise entre 1881 et 1885). La France parvient à s'établir au Tonkin et organise sa présence dans le delta du fleuve Rouge, ce qui lui permet de contrôler indirectement certains des échanges chinois (le fleuve Rouge prend sa source dans le Yunnan en Chine, puis traverse le Vietnam pour se jeter dans la mer de Chine méridionale). En 1887, la France déclare la création de l'Indochine française qui rassemble, à cette époque, la colonie de Cochinchine et deux protectorats (Tonkin au Nord et Annam au Centre du Vietnam). L'Indochine française perdurera jusqu'en 1954, malgré plusieurs tentatives visant à renverser le pouvoir français. Dans les années 1930, le parti communiste vietnamien est fondé et tente de fédérer une partie des insurgés. En 1940, le Japon envahit une partie de l'Indochine française. Dans l'année 1945, en quelques mois, les combats en Indochine entre la France et le Japon entraînent un démantèlement du pouvoir colonial français. Le parti communiste vietnamien mené par Ho Chi Minh prend alors le pouvoir mais la France reprendra finalement le contrôle de l'Indochine. Une année de négociation entre la France et le Vietnam n'ont pas permis d'éviter la guerre qui éclate en décembre 1946. Sept ans de guerre d'Indochine s'achèveront à la défaite française à Diên Biên Phu. Les Accords de Genève de 1954 établissent l'indépendance du Vietnam. Depuis le début du conflit en Indochine, le Vietnam a été partagé entre le Nord (sous influence du parti communiste) et le Sud (sous influence française et étrangère). Deux États seront institués suite aux Accords de Genève, et ils s'affronteront pendant la guerre froide. Dès 1960, les États-Unis apportent un soutien aux forces du Sud et débarquent des troupes au sol en 1965. La guerre du Vietnam est remportée par les forces communistes du Nord, et les Accords de Paix de Paris amorcent un départ des troupes américaines en 1973.

connues et familières du pouvoir politique, le monde rural est plutôt considéré comme une zone « tampon » entre l'Indonésie politique raccordée aux villes, et les grandes zones de forêts et ressources minières.

Pendant le gouvernement de Sukarno, les conflits ont été particulièrement importants en Papouasie, une région couvrant plus de 20 % du territoire indonésien et très peu peuplée, et qui n'a jamais véritablement connu de situation politiquement stable depuis 1945. La Papouasie, qui détient d'importants gisements d'or et autres ressources, n'est pas intégrée à l'Indonésie en 1945 et reste sous domination hollandaise. Pendant 20 ans, les Pays-Bas et l'Indonésie s'opposent en Papouasie qui sera finalement intégrée à l'Indonésie en 1962. La question papoue a été la première toile de fond de la construction d'une nation indonésienne, par une alternance entre un positionnement de la République indonésienne en faveur de la région et contre les Pays-Bas, et une intervention militaire indonésienne contre les organisations papoues revendiquant une indépendance. Plusieurs autres régions ont connu des périodes de troubles similaires, comme à Aceh (nous y reviendrons lors de la partie sur le café de Gayo, à Aceh) ou aux Célèbes.

Sukarno concentre sa politique agricole sur l'objectif d'autosuffisance en riz. Plusieurs programmes vont se succéder entre 1950 et 1965¹²⁶. Malgré une augmentation de la production de riz, plus d'un million de tonnes de riz seront importées chaque année entre 1960 et 1964, et la consommation de riz par personne baissera de 15 kg/an (Mears, 1984).

L'expansion des surfaces agricoles est impossible à Java qui compte plus de 60 millions d'habitants au début des années 1960. Sukarno fait voter une Loi Agraire (en 1960) qui limite les surfaces à 5 hectares par famille. Sa portée sur Java est limitée (du fait de la densité déjà importante), il s'agit davantage de limiter les surfaces sur les autres îles, et pousser ainsi à une intensification de la production.

Si l'expansion n'est pas possible sur Java, la plupart des îles voisines sont encore peu densément peuplées. Le pouvoir hollandais avait organisé des mouvements de populations vers certaines îles, selon

¹²⁶ En 1951, le Plan « Kasimo » vise l'autosuffisance en riz pour 1956. La production augmentera mais pas suffisamment pour atteindre cet objectif. Le Plan Quinquennal de 1956-1960 sera préparé par le gouvernement indonésien, avec participation de plusieurs agences internationales, avec le même objectif d'autosuffisance. Il faudra 5 ans pour faire approuver ce Plan par le Parlement, il ne sera donc mis en œuvre qu'à partir de 1960, pour une durée prévue de 8 ans. Des travaux d'irrigation et les variétés sélectionnées étaient des éléments importants de ce Plan. Le Padi Centra Program (Programme Central sur le Riz), commence dès 1959 et s'applique uniquement à Java. Il vise l'établissement et le renforcement de coopératives, afin de faciliter une révolution verte en riziculture.

un programme renommé après 1945 « *Kolonisatie* » (colonisation). Sukarno choisit de reproduire ce programme, qu'il appelle cette fois « *Transmigrasi* » (transmigration), en organisant des vagues de migrations de familles javanaises vers d'autres îles. La *transmigrasi* sous Sukarno entraînera le déplacement d'environ 15 000 familles javanaises par an (ce programme sera amplifié après la chute de Sukarno, nous y reviendrons). Si l'impossibilité de soutenir une expansion agricole sur Java a expliqué, en partie¹²⁷, la transmigration, l'intensification de la production dans les zones déjà dédiées à l'agriculture est en revanche possible. Sukarno soutient une révolution verte pour la riziculture à Java, qui donne des résultats contrastés selon les régions. Le Programme BIMAS (de *Bimbingan Massal*, ou « guidage » de masse) est développé à partir de 1963 avec pour objectif de développer un réseau d'extension agricole afin de transférer aux producteurs des techniques agricoles visant l'intensification de la production.

Du point de vue alimentaire, la situation se dégrade du fait d'une démographie dynamique qui augmente plus vite que les gains de productivité. Sur la période, la sécurité alimentaire¹²⁸ diminue considérablement. Le rapport du nombre de kg de riz produit/nombre d'habitant chute, passant de 127 en 1940 à 103 en 1955 puis 97 en 1965 (Maurer, 1993).

La volonté de construire une identité nationale ainsi qu'un projet politique unifié (parfois teinté de valeurs révolutionnaires) ont finalement accentué l'instabilité politique et continué de détériorer la situation agricole et alimentaire de l'Indonésie, déjà fragile en 1945. Selon Maurer (1993) la situation rurale et agricole de 1945 n'a pratiquement pas évolué en 20 ans. Une agriculture vivrière basée sur le riz est pratiquée par 75 % de la population en 1961 (Booth et McCawley, 1981). Dans la première moitié des années 1960, l'Indonésie devient le plus gros importateur de riz mondial (Maurer, 1985).

La volonté d'une indépendance vietnamienne de 1945 à 1975

Les références sur les politiques agricoles vietnamiennes dans la période 1945 – 1975 sont relativement faibles en comparaison avec les périodes suivantes. Plusieurs réformes foncières ont été

¹²⁷ D'autres objectifs sont fréquemment attribués à la transmigration indonésienne. Certains auteurs estiment que la transmigration a été un moyen d'étendre l'islam à l'extérieur de Java, d'établir des ancrages de diffusion du pouvoir central dans les périphéries, d'organiser l'avancée des fronts pionniers sur les forêts primaires. Voir sur la transmigration l'excellent ouvrage de P. Levang (1997).

¹²⁸ Nous retiendrons comme définition de la sécurité alimentaire celle qui a été adoptée lors du Sommet Mondial de l'Alimentation qui s'est tenu à Rome en 1996, selon laquelle « la sécurité alimentaire existe lorsque tous les êtres humains ont, à tout moment, un accès physique et économique à une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins énergétiques et leurs préférences alimentaires pour mener une vie saine et active » (Comité de la Sécurité Alimentaire Mondiale, 2012), en page 6 du rapport.

menées, traduisant l'importance d'instaurer une forme de pouvoir sur le territoire du Vietnam. Pendant la guerre d'Indochine, les mouvements communistes (Viet Minh) ont attribué aux agriculteurs de moyenne importance des parcelles administrées par le pouvoir colonial français. Cette politique a eu des effets au Nord, où des propriétaires ont de fait cédé leurs terres, mais les effets furent relativement moindres au Sud (Ravallion et Van de Walle, 2008).

La production nationale de riz va doubler entre 1939 et 1959 (Hung et Nguyen, 2002). Cependant, au moment de l'indépendance en 1957, elle est encore trop faible pour nourrir convenablement la population du Vietnam. De nouvelles redistributions foncières ont lieu afin d'équilibrer les surfaces entre agriculteurs. Au début des années 1960, une collectivisation des fermes est introduite au Nord, sur la base du modèle chinois, afin de prévenir les inégalités pouvant découler de la situation foncière au moment du départ des Français (Wiegersma, 1988). Des « brigades » de 50 à 100 ouvriers agricoles travaillent dans les fermes et reçoivent un salaire en unités de riz, en fonction de la contribution de chacun. Au Sud, la collectivisation se résumera en général à des « coopératives » d'outils agricoles, la majorité des agriculteurs cultivant individuellement une parcelle qui leur a été assignée temporairement. Les résistances villageoises au système des coopératives agricoles apparaissent très tôt dans les années 1970, et les rendements diminuent (les importations de denrées alimentaires vont quintupler entre 1966 et 1974, selon Hung et Nguyen, 2002).

Les guerres d'Indochine et du Vietnam ont polarisé les objectifs politiques vers la sphère militaire, au détriment de la question agricole. Ces conflits ont en outre profondément marqué le paysage et les ressources du Vietnam¹²⁹.

1967 et 1975 : années du basculement en Indonésie et au Vietnam

En 1965 en Indonésie et 1973 au Vietnam, la situation alimentaire devient plus qu'inquiétante. Après une génération de guerre sur le territoire vietnamien, les accords de paix de Paris signés en 1973 prévoient le départ des troupes militaires américaines et un processus de réconciliation entre le Nord et le Sud du Vietnam. Mais les affrontements reprennent immédiatement après la signature des accords. En 1975, le Nord du Vietnam déploie une dernière attaque contre le Sud, les affrontements se termineront dans Saïgon. Le pays est réunifié en 1976 et la République socialiste du Vietnam est instaurée.

¹²⁹ L'agent orange, défoliant épandu sur les forêts du Vietnam durant la décennie 1960 contient de la dioxine, une substance persistante dans les sols et pouvant contaminer les élevages. Plusieurs années après la fin de la guerre, les taux de dioxine sont encore anormalement élevés dans certaines graisses animales et sont la cause de plusieurs maladies. L'UNESCO a estimé qu'un cinquième des forêts du Vietnam a reçu des épandages d'agent orange pendant la guerre du Vietnam.

En Indonésie, les conflits politiques internes continuent, mêlés à l'insécurité alimentaire, et prennent une dimension nationale en 1965. En quelques mois, sur fond de guerre froide en Asie, se déclenche une « chasse aux sorcières » entraînant un véritable massacre de plus de 600 000 communistes présumés (Bertrand, 2000). C'est l'armée indonésienne, sous les ordres à l'époque du général Soeharto, qui organise les exécutions. Dans la plupart des provinces, s'installe un système de délation/exécution, basé sur le recrutement (souvent forcé) de journalistes et informateurs (devant publier les noms des familles communistes) et d'hommes de main chargés des exécutions. L'ampleur et la violence des exécutions sont encore aujourd'hui passées sous silence (Margolin, 2001)¹³⁰. Dans cette période de troubles, le président Sukarno est chassé du pouvoir par le coup d'Etat du général Soeharto en 1967.

Les années 1965/1966 en Indonésie et 1975/1976 au Vietnam apparaissent comme des années charnières dans la politique de ses pays. Les gouvernements qui accèdent au pouvoir vont décider d'importants changements dans la politique agricole et économique. La sécurité alimentaire, plus concrètement, l'autosuffisance en riz, deviendra le premier objectif de la politique de développement de ces deux pays.

1.2. Le développement agricole au centre des priorités

Nourrir la population et restructurer le monde rural devient la priorité des gouvernements indonésien et vietnamien. Des politiques publiques agricoles d'envergure nationales vont être menées afin d'atteindre l'autosuffisance en riz.

Un « nouvel ordre » agricole en Indonésie ?

À partir de 1967 en Indonésie, Soeharto instaure l'*Orde baru* (Ordre Nouveau) et annonce un projet politique supposé renouer progressivement avec l'Occident en vue d'un développement économique et mettre l'agriculture au cœur des problématiques de développement.

¹³⁰ Cette période historique est aujourd'hui encore particulièrement sensible. Ceci peut en partie être expliqué par le fait que les « gagnants » de cette période (plusieurs groupes devenus mouvements politiques à la fin des années 1960) sont aujourd'hui au pouvoir dans la majorité des villes et régions d'Indonésie. Le discours politique dominant continue de nier le statut criminel des actes commis. L'impunité est telle que reconnaître publiquement avoir participé au système délation/exécution est relativement courant, même parmi les dirigeants politiques actuels, mais aussi entre voisins, entre collègues... Les documentaires de Joshua Oppenheimer, censurés en Indonésie depuis 2012, illustrent les configurations sociopolitiques compliquées que vivent aujourd'hui les descendants des victimes et des bourreaux, contraints de vivre ensemble et parfois de célébrer, lors de rassemblements politiques, les actes commis en 1966.

Le premier quinquennal (*Repelita I*, 1969-1974) a pour objectif officiel d'atteindre l'autosuffisance en riz. D'importants moyens humains et financiers sont engagés en vue d'une révolution verte¹³¹. Des hausses de rendements en riz et une amélioration du niveau de vie sont observées dès les années 1970. En 1969, le gouvernement indonésien crée le BULOG, *Badan Urusan Logistik* (Agence Nationale de Logistique), qui achète du riz, gère les stocks et oriente la stabilisation des prix du riz. Le BULOG est considéré comme l'une des agences sur l'alimentation parmi les plus puissantes d'Asie¹³².

La diversification vers d'autres cultures est également encouragée dans les régions moins adaptées à la riziculture. Le BULOG est étendu à d'autres productions (arachide, volailles, ail, soja, sucre...). Les choix de modernisation agricole tiennent compte du contexte national indonésien : une faible mécanisation est choisie afin d'orienter vers des systèmes nécessitant plus de main d'œuvre (et/ou un recours aux intrants chimiques), les variétés sélectionnées sont les plus productives, mais également les plus demandeuses en main d'œuvre.

Soeharto maintiendra l'autosuffisance en riz et la modernisation de l'agriculture comme objectifs de sa politique pendant ses trois premiers quinquennaux (*Repelita I*, *Repelita II* de 1974-1978 et *Repelita III* de 1978-1983). L'autosuffisance en riz (évaluée à environ 140 kg/personne/an) est atteinte en 1984 grâce à des rendements rizicoles doublés entre 1965 et le début des années 1980.

Une des raisons du succès de la politique agricole de Soeharto réside, selon les termes de Maurer (1993), dans le fait que « l'État et les paysans se côtoient depuis des siècles à Java », et que le modèle rural javanais a inspiré les méthodes d'accompagnement de l'agriculture¹³³. Levang (1997) estime en revanche que les méthodes d'accompagnement prévues par la politique agricole de Soeharto n'étaient pas suffisamment adaptées aux contextes des différentes régions agricoles indonésiennes, et qu'il était plutôt question d'adapter l'environnement à la politique agricole que l'inverse. Pour Levang, cette logique d'intervention dans l'agriculture est aussi un facteur explicatif de l'échec des programmes

¹³¹ Citons les programmes d'intensification agricoles : BIMAS (Mass Guidance) qui est maintenu, Insus (Special Intensification), Supra Insus (Super Special Intensification), mis en œuvre entre 1965 et 1985. Ces programmes visaient le développement de la fertilisation et des pesticides, l'utilisation de variétés sélectionnées, le crédit rural, la formation, l'organisation des agriculteurs en coopératives rurales.

¹³² Le BULOG fonctionne toujours en Indonésie, et achète un quota de riz par an à faible prix, deux entreprises d'État affiliées sont chargées de distribuer des semences et des intrants aux producteurs, le BULOG subventionne le crédit rural et organise la revente de riz pour les plus pauvres à prix subventionnés. En 2003, le BULOG changera de statut et devient une entreprise publique, ce qui lui permet d'étendre ses activités commerciales, tout en conservant des obligations de service public.

¹³³ Les succès de la politique agricole de Soeharto s'expliquent également par les prix élevés du pétrole, dont l'Indonésie est exportateur dans les années 1970, qui ont permis au pays de financer la politique de modernisation de l'agriculture.

de transmigrations réactivés par Soeharto. Il apparaît que l'essentiel des déplacements de populations dans le cadre de la transmigration indonésienne se sont produits entre 1965 et 1990. Les chiffres officiels estiment que 1 750 000 familles javanaises¹³⁴ ont transmigré vers Sumatra, Bali, les Célèbes et la Papouasie entre 1905 et 1993 (Levang, 1997). Et l'on observe que les $\frac{3}{4}$ des mouvements ont eu lieu sous le gouvernement de Soeharto.

Ces migrations ont certes permis de réduire la pression foncière sur Java, mais l'effet en termes de développement est discutable. Certains auteurs évaluent clairement l'échec de ces programmes dans le sens où « la transmigration ne fait que déplacer la pauvreté » (Otten, 1986, p. 71). Il nous semble cependant que les transmigrations indonésiennes sont trop complexes pour faire l'objet d'un tel verdict. En accord avec les interprétations de Levang (1997), il nous semble, en revanche, que la transmigration assortie des méthodes d'accompagnement agricole de l'époque, a essentiellement consisté en une refonte des pratiques agricoles et des paysages dans les régions accueillant les transmigrants, plutôt qu'en une véritable politique de développement rural. Dans les « îles extérieures », des villages javanais se sont implantés, parfois sans parvenir à construire les passerelles socioculturelles avec les villages préexistants. La province du Lampung¹³⁵ offre des paysages qui font écho à ceux de Java, avec de superbes rizières en fond de vallées et une stupéfiante maîtrise de l'irrigation. La plupart de ces rizières ont été installées au cours du XX^{ème} siècle, par les familles transmigrantes, détenant des savoirs solides en riziculture. Si le riz ne manque pas dans ces vallées, les conditions d'accès à l'eau ont été modifiées, et les populations occupant ces régions à la fin du XIX^{ème} siècle ont été contraintes de s'adapter rapidement. Le riz a remplacé le manioc dans les assiettes, et les systèmes extensifs d'abatis-brûlis mis en œuvre depuis des générations ont quasiment disparu. Les habitants du Lampung, originaires ou transmigrants, se sont adaptés, sans toujours parvenir à développer les réseaux sociotechniques et les relations sociales permettant de gérer convenablement les ressources locales.

¹³⁴ La banque mondiale évalue ce nombre à 3,6 millions de personnes (Banque Mondiale, 1994). Les écarts peuvent s'expliquer par le fait que de nombreuses familles ont transmigré spontanément, sans entrer dans le cadre du programme (et donc sans bénéficier des conditions d'accueil prévues de 5 hectares/famille, notamment). Enfin, il faut souligner que la transmigration a été en partie financée dans les années 1980 par la Banque Mondiale et d'autres institutions internationales, dans le cadre de plusieurs projets d'aide au développement en Indonésie, ce qui peut aussi influencer les estimations. Reste que les migrations de populations javanaises vers les autres îles indonésiennes, dans le cadre ou hors du cadre des programmes de transmigrations, représentent un des plus importants mouvements migratoires de l'histoire contemporaine. La culture javanaise et ses structures sociales, économiques, linguistiques... influencent aujourd'hui toutes les îles de l'archipel indonésien.

¹³⁵ Le Lampung est une province située au Sud de Sumatra, précisément « en face » de la pointe Ouest de Java. Plus de la moitié des habitants de cette province sont des transmigrants (soit environ 4 millions de personnes en 2012) arrivés par vagues successives depuis 1900. Nous y avons travaillé entre 2008 et 2010, puis au cours de la thèse lors de notre recherche sur le poivre noir du Lampung.

L'Ordre Nouveau de Soeharto a donc permis un maintien relatif de l'unité nationale, mais il a également introduit les conditions d'un « désordre rural » que les familles des provinces indonésiennes ont parfois encore des difficultés à contenir.

De la collectivisation au Renouveau vietnamien

Le parti communiste vietnamien accède au pouvoir sur l'ensemble du territoire à partir de 1976. Le choix de politique agricole sera d'encadrer la production agricole de manière forte, afin d'améliorer la sécurité alimentaire, de fournir du travail aux populations rurales et de poursuivre le projet révolutionnaire du parti communiste en le développant dans le secteur agricole. Le système des coopératives agricoles est maintenu et étendu dans les régions du Sud. Les coopératives qui détiennent les moyens de production, sont également destinées à gérer divers aspects de la vie rurale (crèches, bons pour l'achat de produits alimentaires...). Pour Van Arkadie et Mallon (2004), ce système a fonctionné dans le Nord du Vietnam (bien que les activités à « titre personnel », considérées illégales, se soient développées), mais son extension au Sud du pays a posé plusieurs difficultés, en particulier dans le delta du Mékong¹³⁶. La période de collectivisation sera maintenue jusqu'en 1985 et marquera en profondeur les structures agricoles et rurales vietnamiennes, ainsi que le rapport entre les paysans et l'État.

En 1986, le VI^{ème} Congrès du parti communiste instaure le *Dôï Moi* (Renouveau) qui prévoit de grandes réformes économiques (instauration du socialisme de marché) et agricoles. Le Renouveau vise un détachement progressif de l'économie planifiée, un développement économique rapide, toujours fondé sur le secteur agricole, mais inscrit dans une perspective « d'agriculture industrialisante ». Les Décisions du VI^{ème} Congrès établissent la famille comme l'unité de base de l'économie rurale et agricole¹³⁷. La Résolution No. 10 du Parti, décidée en 1988, met un terme à la période de collectivisation. Les moyens de production sont alors progressivement restitués aux paysans et l'autorité légale des coopératives agricoles est diminuée (Van Arkadie et Mallon, 2004). Cette Résolution apparaît comme une décision politique clé dans les réformes agricoles et même dans le processus général du *Doi Moi*, compte tenu de l'importance du secteur agricole au Vietnam à la fin des années 1980.

¹³⁶ Certains auteurs estiment qu'en 1988, moins de 10% des agriculteurs du Sud du Vietnam sont organisés en coopératives agricoles alors qu'en théorie, 100% des surfaces du Nord et du Centre sont collectivisées (Pingali et Xuan, 1992 ; Ngo, 1993).

¹³⁷ Décision n° 169, 170 et 171 sur Conseil des Ministres du 14 novembre 1986 sur la Rénovation de la gestion des Fermes d'État, sur Les Directives de Politique sur l'Economie Privée et les Entreprises Privées dans le secteur Agricole, les Forêts et la Pêche, et sur la Réorganisation et la Rénovation de la Gestion des Coopératives Agricoles.

Il est admis que les rendements agricoles augmentent considérablement en quelques années, suite à cette Résolution. La majorité des auteurs estiment que le dynamisme économique du secteur agricole entre 1988 et 1996, l'augmentation de la productivité et des revenus des agriculteurs sont consécutifs au processus de décollectivisation enclenché par l'État (Bergeret, 1999 ; Hung et Nguyen, 2002 ; Van Arkadie et Mallon, 2004 ; Ravallion et Van de Walle, 2008). Fforde (1990) nuance cette interprétation en soulignant que « *Implementation of Decree 10 was limited in scope, (...). The fact that Decree No. 10 was so rapidly implemented itself shows the power exercised over local cadres by the level superior to them, and that the reasons for the limited implementation of Decree No. 10 - its lack of effectiveness outside the rather restricted micro area of cooperative management - are at root to do with the slow response of state organizations* » (p. 12 et 13).

En 1993, de nouvelles réformes impactent le secteur agricole (loi de sécurisation foncière, lois sur les taxes et prélèvements fiscaux sur l'agriculture, programmes anti-pauvreté, création du Département de Vulgarisation Agricole). Les gains de productivité enregistrés depuis 1985 ont permis au Vietnam d'atteindre rapidement un meilleur niveau de sécurité alimentaire. Dans les années 1990, l'État poursuit une politique de croissance agricole accélérée, en important et distribuant massivement des intrants chimiques (Trân, 1997) et en développant des programmes de crédit rural¹³⁸. Une diversification agricole a été recommandée par l'État dès que les régions adaptées à la riziculture irriguées ont eu atteint des rendements jugés suffisants. Un slogan disant « choisissons la bonne plante pour le bon sol » est diffusé par les services agricoles.

Comme souligné par De Koninck (2004) à propos des pays d'Asie du Sud-Est, l'Indonésie et le Vietnam ont fondé leur développement économique de la seconde moitié du XX^{ème} siècle en misant sur le développement de leur secteur agricole. Ce dernier a été soutenu par une double stratégie d'expansion et d'intensification, conduite de manière simultanée pendant plusieurs décennies. De plus, l'engagement important du secteur public dans l'agriculture est une caractéristique (souvent citée) des pays de la région. Ces éléments constituent, toujours selon De Koninck (2004), les spécificités du modèle de développement en ASE.

Concernant l'engagement des États dans le secteur agricole, parfois qualifié d'interventionniste, de dirigiste ou de volontariste, Timmer (2005) propose une interprétation en analysant les particularités du riz comme céréale de base dans l'alimentation. L'analyse de la sécurité alimentaire dans une

¹³⁸ La levée de l'embargo américain en 1994 va augmenter considérablement les budgets des ces programmes de développement et de crédit, en particulier du fait d'une nette augmentation des activités de la Banque Mondiale au Vietnam.

perspective asiatique fait alors apparaître que « *Rice is different, and the difference has powerfully influenced economics and politics throughout much of Asia* » (Timmer, 2005, p. 14). Un accès suffisant au riz est essentiel pour les populations d'ASE et les densités de populations de la région expliquent que le riz ait été et soit toujours la priorité des politiques agricoles. Ensuite, le riz est très majoritairement cultivé par des agriculteurs familiaux (temps de travail importants pour le repiquage, les récoltes...), et Timmer estime que dans de nombreux pays d'Asie, les producteurs de riz sont le seul véritable « *voting group* » identifiable. Enfin, les échanges mondiaux de riz ont toujours été relativement faibles comparés aux volumes produits et fluctuants, ce qui a poussé les États à intervenir afin de gérer les stocks et réguler les prix. Ainsi, « *These characteristics of rice-based food systems forge a strong link between politics and economics, a link that policymakers, elected or not, see as a public mandate to deliver food security* » (Timmer, 2005, p. 14). En revenant en arrière dans l'histoire, De Koninck (2011, dont les propos sont repris par l'AFD) souligne qu'au moment de l'établissement des Républiques, les États ont du faire face à une situation rurale difficile à appréhender, alors que l'urgence alimentaire exigeait des réformes. Devait-on procéder à des réformes techniques ou sociales, faire des réformes agraires ou révolutions vertes ? « Comment enrayer les révolutions paysannes (Philippines, Java, Indochine) dans ces campagnes que les autorités contrôlaient mal ? Les États ont alors mis au point des politiques interventionnistes dans l'agriculture, prenant des mesures qui allaient favoriser une transition agraire pacifique et, progressivement, générer des surplus tout en réduisant la pauvreté dans les campagnes et en accélérant l'intégration des économies nationales au marché mondial » (AFD, 2011, p. 47, propos de De Koninck). L'intervention dans l'agriculture aurait donc également été une conséquence de l'urgence alimentaire des années 1960 et de la méconnaissance des systèmes de production et des structures rurales agricoles.

1.3. Avènement du modèle de développement agricole, soutien aux exportations et désengagement progressif de l'État

Ce modèle fonctionne à plein en Indonésie et au Vietnam à la fin des années 1980 et il convient de souligner qu'il a, en quelques sortes, fait ses preuves du point de vue du macroéconomique¹³⁹. En outre, en ce qui concerne la sécurité alimentaire, les progrès sont incontestables¹⁴⁰.

¹³⁹ Dans le cas du Vietnam, Van Arkadie et Mallon (2004) estiment que le succès macroéconomique observé dans les années 1990 et souvent attribué au Doi Moi est en fait le résultat de la période pré-Doi Moi, pendant laquelle les conditions institutionnelles des réformes ont été installées.

¹⁴⁰ Entre 1990 et 2014, le pourcentage de population sous-alimentée en ASE est passé de 30,7 à 10,3. Dans la période, c'est la région du monde qui a connu le plus net recul de sous-alimentation (FAO et al., 2014).

Dans les années 1990, le soutien aux exportations est adjoind comme nouvel objectif des politiques agricoles de l'Indonésie et du Vietnam. L'État identifie les filières prioritaires pour l'exportation, qui reçoivent un soutien public important. Si la sécurité alimentaire reste un objectif pour les régions les plus pauvres, les filières les plus productives sont soutenues et encadrées nationalement, dans l'optique d'exporter ces productions. Les services agricoles des régions les moins favorisées au regard du modèle agricole voient leur budget et leurs moyens décroître. Au contraire, les régions agricoles présentant un potentiel en matière d'exportation reçoivent un important soutien (programmes d'équipement, formations aux techniques agricoles, crédit rural).

Produire, exporter, industrialiser dans un Vietnam en transition

Depuis 1990, le Vietnam est également entré dans une transition économique en ouvrant progressivement les marchés aux investisseurs internationaux. Cette ouverture a entraîné une réorganisation de la production, en laissant une plus grande marge de manœuvre aux entreprises privées. Une recomposition de filières est observée, passant d'une situation précédemment planifiée et encadrée à une plus grande participation du secteur privé dans le soutien et les régulations de la production. Toutefois, l'État continue de jouer un rôle central dans les dynamiques avant l'exportation (Dung Cao et Tran, 2005), et en matière de services agricoles (crédit rural, vulgarisation agricole, recherches sur les semences et les techniques, de travaux d'hydraulique, amélioration des infrastructures, formations rurales).

Le Vietnam affiche pour la décennie 1990 l'objectif de tripler ses exportations agricoles (en valeur) et de fournir du travail à 8 millions de personnes (Trân, 1997). L'État se concentre alors sur les filières d'exportation les plus importantes : riz, café, thé, poissons, bois. Le Vietnam qui était un des plus gros importateurs de riz dans les années 1980, devient le troisième exportateur dans les années 1990, et a été classé en 2012 second exportateur mondial¹⁴¹ après l'Inde et devant la Thaïlande (qui détenait le 1^{er} rang depuis plusieurs années). Les données sont variables en ce qui concerne les volumes exportés, tout comme la date à laquelle le Vietnam a atteint l'autosuffisance en riz¹⁴². En outre, entre 1990 et 1995, les industries agroalimentaires vietnamiennes ont augmenté leur production de 60 % (Bergeret, 1999).

¹⁴¹ FAO Statistical Yearbook 2012: <http://www.fao.org/economic/ess/ess-publications/ess-yearbook/yearbook2012/en/> (page consultée le 02/10/15).

¹⁴² Les importations de riz n'ont jamais cessé, mais semblent se réduire considérablement depuis 2010. Cependant, il faut aussi souligner que cette baisse est peut-être indirectement compensée par les importations en hausse d'autres céréales dont le blé.

Pour Tran (1999), l'insertion internationale relativement tardive du Vietnam lui impose des choix difficiles. Quelques quotas sont mis en place dans un souci de préserver la consommation intérieure (riz, café, pétrole), mais le tarif douanier est le seul véritable instrument de politique commerciale. Tran compare en 1999 la situation de l'Indonésie et du Vietnam et souligne que les tarifs douaniers vietnamiens concernent 2 782 lignes tarifaires, contre 9 222 en Indonésie qui protège plus fortement son marché intérieur. Du fait d'une insertion internationale décalée dans le temps par rapport aux pays voisins d'ASE, le secteur privé vietnamien se trouve exposé dès son entrée sur le marché à la concurrence de produits étrangers. Les réformes libérales exigées par les institutions internationales ne permettent pas au Vietnam d'instaurer les conditions de protection des industries naissantes. Cette situation expliquerait, toujours selon Tran, la contribution croissante des entreprises d'État au PIB. En effet, dans les secteurs les plus stratégiques, les entreprises d'État¹⁴³ se développent et prennent une position de *leader* (l'auteur estime que cette configuration caractérise le Vietnam comme un cas atypique dans les expériences de transition).

Dans le courant des années 1990, le secteur agricole ne constitue plus la priorité pour la politique économique du Vietnam, qui s'oriente clairement vers le renforcement des industries¹⁴⁴. Bergeret (1999) y trouve une forme de cohérence en avançant que construire une économie de marché à tendance socialiste et installer une forme de capitalisme, ne se joue pas dans les campagnes. Nous allons voir maintenant avec le cas de l'Indonésie que le capitalisme agraire est pourtant une forme réelle et concrète de capitalisme qui se joue dans les campagnes.

Produire, exporter, consommer dans l'Indonésie libérale

L'État indonésien amorce un désengagement dans le secteur agricole au début des années 1990. L'industrialisation est soutenue (notamment dans le secteur textile), pour le secteur agricole, seules quelques filières d'exportations reçoivent des soutiens publics importants. Selon Tran (1999), l'Indonésie enregistre la performance la plus remarquable de l'ASE sur le plan du développement industriel, « insignifiantes en 1980, les exportations manufacturées représentent la moitié des

¹⁴³ Nous pouvons citer à titre d'exemple quelques unes des « corporations d'État » rassemblant chacune plusieurs dizaines d'entreprises publiques, créées à la fin des années 1990 : la corporation d'électricité du Vietnam, la corporation PETROVIETNAM, la corporation vietnamienne du caoutchouc, la corporation vietnamienne du café, la corporation vietnamienne du tabac, la corporation vietnamienne du papier, la corporation vietnamienne du textile, les corporations agroindustrielles VINAFOOD 1 et VINAFOOD 2, etc.

¹⁴⁴ « D'ici l'an 2020 [il convient de] déployer tous nos efforts pour transformer le Vietnam en un pays industrialisé pour l'essentiel », citation extraite du rapport du VIII^{ème} Congrès national du Parti communiste du Vietnam (1996).

exportations totales en l'espace d'une décennie ». L'Indonésie pratique dès les années 1980 une politique commerciale largement tournée vers son marché intérieur¹⁴⁵. Le pays est le quatrième le plus peuplé au monde (après la Chine, l'Inde et les États-Unis) et la consommation nationale a été considérée comme un élément central dans la politique économique. L'État a choisi de protéger dans un premier temps ses industries avant de libéraliser plus fortement l'économie.

Cette libéralisation intervient au tournant des années 1990 et sera maintenue par la suite, jusqu'à être étendue au secteur agricole. L'essor du capitalisme agraire en Indonésie, comme l'a montré Barral (2012) dans le cas des plantations de palmier à huile en Indonésie, influence profondément les systèmes techniques et économiques mais également les configurations sociales des groupes impliqués dans ces filières hautement capitalistiques.

Crise financière asiatique de 1998

En moins de 20 ans, l'Indonésie et le Vietnam, qui ont choisi de soutenir leurs filières d'exportations, vont atteindre les premiers rangs mondiaux pour l'exportation de plusieurs produits agricoles. Les succès macroéconomiques du modèle de développement, couplés à une stabilité politique, ont permis de classer ces deux pays parmi les tigres asiatiques comme nous l'avons vu en introduction.

La transition économique du Vietnam et la poursuite des réformes libérales en Indonésie ont probablement facilité l'insertion de certaines productions agricoles de ces pays sur les marchés internationaux. L'augmentation des volumes d'exportation et les investissements étrangers importants, ont dynamisé les économies mais les ont également rendues plus fragiles aux crises économiques sur le plan international. En 1998, la crise financière en Asie touche fortement l'Indonésie et, dans une moindre mesure, le Vietnam¹⁴⁶. Cette crise entraînera la fin du régime de Soeharto, qui gouvernait l'Indonésie depuis plus de trente ans, et ouvre l'époque dite de *Reformasi* (Réforme), orientée vers une plus grande transparence politique, moins de corruption et plus de démocratie en Indonésie.

La crise financière de 1998 se transformera en une crise politique, au-delà du cas de l'Indonésie. L'ASEAN sera questionnée en tant que tuteur politique de la région du fait de son incapacité à gérer les effets de la crise. Dans les années suivantes, une « évolution erratique des systèmes étatiques d'Asie du

¹⁴⁵ En comparant les moyennes pondérées des taux tarifaires dans la décennie 1990, celles de la Malaisie et de la Thaïlande baissent respectivement de 3 à 10 %, alors celle de l'Indonésie augmente de 16 % (Tran, 1999).

¹⁴⁶ L'Indonésie est le pays le plus touché par la crise de 1998. Son taux de croissance, qui était d'environ 7%/an entre 1986 et 1997, chute à près de -15% en 1998. Dans la même période, le taux de croissance du Vietnam ne chutera que de 2% et restera au dessus de 5% (source : Banque Mondiale, 2002, World Development Indicators).

Sud-Est » est constatée (Boisseau du Rocher, 2001). Les gouvernements se trouvent pris en tenailles par les exigences d'une société civile et une mondialisation qui apparaît nécessaire pour sortir de la crise. « Les pays de l'ASEAN sont donc placés devant un dilemme : refuser de prolonger l'ouverture et se refermer en prenant des risques considérables sur les équilibres internes ou accepter ce qui accompagne cette ouverture, à savoir les règles du marché telles qu'elles ont été définies par le capitalisme libéral, ce qui revient à renoncer en partie aux fondements du "modèle asiatique" » (Boisseau du Rocher, 2001, p. 401). Cette interprétation semble plus juste pour le cas indonésien que vietnamien. D'une part, la crise a été nettement moins ressentie au Vietnam, du fait de son insertion récente sur les marchés internationaux, en outre, les revendications sociales y sont moins marquées qu'en Indonésie. Enfin, le Vietnam est considéré comme le pays qui illustre le mieux la tendance des pays d'ASE à ne pas suivre nécessairement les prescriptions des institutions internationales¹⁴⁷ (Alary et Lafaye de Micheaux, 2013). Les taux de croissance annuels de l'Indonésie et du Vietnam retrouvent leur niveau d'avant la crise dès 2000. Ceci ne doit pas masquer les effets importants de l'année 1998 sur l'ensemble des économies de l'ASE et des structures politiques de la région.

Depuis 1998, le Vietnam poursuit son programme de transition économique. Son entrée à l'OMC en 2006 est le signe d'une nouvelle étape dans l'ouverture de l'économie vietnamienne, qui reste cependant orientée par le socialisme de marché. En Indonésie, la libéralisation de l'économie continue, malgré des revendications croissantes dans la société civile et une augmentation des inégalités¹⁴⁸. Le tableau 18 fournit quelques indices macroéconomiques pour les deux pays.

Tableau 18: Indices macroéconomiques de l'Indonésie et du Vietnam

	Indonésie	Vietnam
Indice de Développement Humain (source : UNDP, données 2012/2013)	0.684 108 ^{ème} pays	0.638 121 ^{ème} pays
Indice de Gini Revenu Mesure des inégalités de revenus, de 0 à 100 (Source : Banque Mondiale, 2012)	38.1	35.6
Indice de Gini Richesse Mesure des inégalités de richesse, de 0 à 100 (Source : Banque Mondiale, 2012)	76	68
Contribution de l'agriculture au PIB (source : Banque Mondiale, 2014)	13.7 %	18.1 %

¹⁴⁷ L'article de Cling et al. (2013) analyse le positionnement du Vietnam envers les institutions internationales et estiment que le gouvernement ne suit les recommandation que lorsqu'elles l'intéresse. « *Another proof of this limited influence of the World Bank in policy decisions lies in the fact that on several occasions over the last two decades, the Vietnamese government refused to go ahead with reforms that the World Bank (and more generally the BWIs) tried to impose. At the end of the 1990s, Vietnam refused to launch a structural adjustment programme, in spite of the significant and badly needed funding offered by the World Bank and the IMF* » (Cling et al., 2013, § 20).

¹⁴⁸ En 2014, un rapport de la FAO, IFAD et WFP indiquait que 20% des plus riches en Indonésie détenaient 80% de la richesse du pays et que 43% de la population vivait en dessous du seuil de pauvreté fixé à 2 US\$ par jour (FAO et al., 2014).

Un rapport de 2009 de l'*Economic and Social Commission for Asia and the Pacific* (ESCAP) des Nations Unies, classait les 37 pays d'Asie en deux catégories : importateur et exportateur nets de produits alimentaires. L'Indonésie et la Vietnam figurent parmi les 12 pays asiatiques exportateurs nets de produits alimentaires¹⁴⁹.

L'Université d'été régionale en sciences sociales, organisée par l'AFD et l'École française d'Extrême Orient en juillet 2010, et intitulée « Les Journées de Tam Đảo » (Viêt Nam), avait invité Rodolphe De Koninck sur le thème de la transition agraire. Son intervention souligne à nouveau la capacité des agricultures d'ASE à nourrir de mieux en mieux leur population et à exporter de plus en plus, grâce à une expansion et une intensification menées de front par les États depuis les années 1950 (sauf en Thaïlande). « C'est d'abord dans l'agriculture et par l'agriculture que de nombreux pays, notamment l'Indonésie et le Viêt Nam, sont parvenus à réduire le problème de la pauvreté, grâce à l'application de politiques agricoles très interventionnistes. Cependant, depuis au moins une décennie, l'expansion agricole résulte de plus en plus de la volonté d'entreprises privées, de grandes plantations notamment, dans un contexte où les écosystèmes terrestres, tout d'abord forestiers, mais aussi et de plus en plus les écosystèmes marins, subissent une détérioration et une régression rapides » (AFD, 2011, p. 49, reprenant les propos de De Koninck).

Nous allons voir dans la dernière sous-partie (1.4.) de cette section comment les thèmes de durabilité, de qualité et de ruralité apparaissent ou reviennent progressivement dans la politique agricole de l'Indonésie et du Vietnam depuis les années 2000.

1.4. Comment renforcer la durabilité et la qualité dans les systèmes alimentaires ?

Le modèle agroalimentaire de l'Indonésie et au Vietnam a permis d'augmenter la sécurité alimentaire et de développer des filières d'exportations. Sa mise en œuvre connaît également des dérives qui mettent en lumière **les limites et les fragilités du modèle (1.4.4.)**. En lien avec ces limites et fragilités, et du fait de la prise en compte des évolutions de la demande nationale et internationale en produits agroalimentaires, l'Indonésie et le Vietnam intègrent depuis les années 2000 une préoccupation de **durabilité dans les politiques agricoles (1.4.2.)**. **L'alimentation et la notion de qualité alimentaire (1.4.3.)**, assorties de diverses normes, standards et labels, sont des thèmes qui prennent de

¹⁴⁹ Les autres pays exportateurs nets sont : la Papouasie Nouvelle Guinée, la Chine, l'Inde, le Sri Lanka, la Thaïlande, Fiji, la Malaisie, la Turquie, l'Australie et la Nouvelle Zélande (ESCAP, 2009).

l'importance dans ces politiques. Enfin, nous verrons que les politiques agricoles et les évolutions dans le secteur depuis cinquante ans ont fait évoluer le **statut et les moyens accordés à l'agriculture** (1.4.4.).

1.4.1. Limites du modèle agroalimentaire « dominant »

Le modèle de développement agricole (expansion, intensification, exportation), propre aux pays du Sud-Est asiatique, présente plusieurs limites qui s'expriment au travers de tensions écologiques et sociales.

Dès la fin des années 1980, ces limites sont soulignées : « *Indonesia serves as a useful illustration, as the country's pursuit of both self-sufficiency and export crop promotion strategies has encountered many problems of environmental and resource degradation* » (Barbier, 1989, p. 879). Également soulignées par Rigg (1997) pour le cas de la Thaïlande, les critiques du modèle « expansion/ intensification/exportation » viennent nuancer le miracle du Sud-Est asiatique. Rigg insistait sur le fait que la croissance économique très rapide des pays de la région risquait de se traduire en coûts environnementaux très élevés. L'amélioration des conditions de vie était observée mais une augmentation des inégalités laissaient entendre l'apparition de nouveaux défis pour ces États. En 1999, Bergeret parlait de processus de développement « non durables » au Vietnam en analysant la dégradation accélérée des ressources naturelles, la « marginalisation croissante de pans entiers de la population, surtout au sein des minorités ethniques », et les logiques productives de court terme non régulées et de plus en plus soumises aux chocs économiques mondiaux.

De Koninck (2004) identifie deux types de tensions dans le monde rural (qu'il qualifie de « marge » ou de « périphérie », par rapport au « centre des révolutions »). D'une part, des tensions sociales (séparatismes, colonies, question des minorités...) qui persistent et par endroits se renforcent. D'autre part, des tensions environnementales grandissantes sous l'effet des dérives du modèle de développement agricole (pollutions, déforestations...). Afrizal (2013) décrit les protestations locales naissant de la confrontations entre logiques de plantations de palmiers à huile et droit foncier coutumier en Indonésie. Potter (2001) parle d'« intensification forcée » générant des résistances.

Depuis les années 2000, les pressions internationales pour une adaptation de l'Indonésie et du Vietnam aux exigences de protections des ressources et de droits de l'homme augmentent. Certains cas médiatisés (comme les *orangs-outans* de Bornéo en Indonésie menacés par les cultures de palmiers à huile, ou la liberté de la presse au Vietnam), cristallisent les tensions et l'opinion publique. Dans les pays, les revendications concernant les catastrophes écologiques en Indonésie ou encore les crises

sanitaires dans le secteur agroalimentaire au Vietnam émergent peu à peu, malgré une censure encore forte.

1.4.2. Une agriculture « *sustainable* » et un monde rural remis au centre des politiques publiques

Les plans de développement agricole de ces dernières années, à l'image des déclarations des représentants de l'État pour l'agriculture, s'articulent désormais autour de la durabilité des systèmes. Cette prise en compte rapide du critère de durabilité est également observée dans de nombreux pays en développement (Raynolds et al., 2007a ; Sherr et McNeely, 2008 ; Edwards et Laurance, 2012).

En Indonésie, le Plan de Développement de l'Agriculture 2005-2009 (Ministry of Agriculture of Indonesia, 2006) conserve la « revitalisation de l'agriculture » comme objectif central. Concrètement, cela implique une reprise des surfaces en friche pour augmenter la production. Mais cette revitalisation doit être « durable ». La prise en compte de la durabilité est traduite en objectifs et méthodes d'accompagnement : l'amélioration des infrastructures agricoles, la promotion de l'agriculture intégrée et des ressources renouvelables, l'amélioration des méthodes d'intervention, la réduction de la conversion en foncier non agricoles et l'amélioration des coordinations entre les institutions agricoles (Hendriadi et Alihamsyah, 2007). D'un point de vue opérationnel, plusieurs orientations sont données pour améliorer la durabilité des systèmes de production dont la gestion intégrée des adventices et l'application des démarches « Good Agricultural Practices » (GAP). Plus généralement, le Plan à Long Terme (2005-2025) du développement agricole vise comme objectif principal de « *realizing competitive, fair and sustainable industrial agriculture system to guarantee food security and community welfare* » (Plan de Développement de l'Agriculture 2005-2009, p. 29). Le gouvernement indonésien s'est également engagé à réduire de 26 % les émissions de gaz à effet de serre et a établi l'Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) afin d'orienter la production d'huile de palme vers plus de durabilité. Pour autant, 1,4 milliards US\$ seront alloués en 2013 pour les subventions aux intrants, soit 37 % du budget annuel du développement agricole (Sudaryanto, 2014).

Après des années de politique agricole orientée vers le soutien spécifique aux filières d'export, la ruralité revient dans la politique agricole indonésienne. Le Plan de Développement de l'Agriculture 2005-2009 (Ministère de l'Agriculture de l'Indonésie) indique que le développement agricole nécessite une bonne gouvernance. La gouvernance sera améliorée par un changement d'approche auparavant *top-down* et qui doit désormais être *bottom-up*. Le Plan fait notamment référence au processus de décentralisation à l'œuvre en Indonésie depuis 2000 (Loi No. 22/1999 sur la Décentralisation,

No. 32/2004 sur les gouvernements régionaux, No. 33/2004 sur l'équilibre budgétaire entre gouvernement central et régional), qui permettra une meilleure participation des acteurs locaux. Plusieurs lois en faveur de la ruralité ont vu le jour depuis 2010, citons par exemple la Loi de Protection des Agriculteurs (No. 19/2013), et la récente Loi des Villages (2015) qui renforce l'autonomie locale au niveau des communes.

Différents projets pour le développement rural sont mis en œuvre, par exemple, le *Sustainable Management of Agricultural Research and Technology Dissemination Project* a été lancé pour faciliter le transfert de technologies durables afin d'augmenter la productivité agricole et les revenus (notamment celui des agricultrices). Le *Farmer Empowerment through Agricultural Technology and Information Project* vise le développement des divers services aux agricultures (bonnes pratiques agricoles, système d'information sur les prix). Une certaine forme de prise en compte de la ruralité est également visible dans les projets tels que « *One Village One Product* », construits sur le modèle des projets développés au Japon ou en Corée, qui sont développés dans plusieurs régions indonésiennes.

La ruralité est également devenue un thème central dans la politique agricole du Vietnam depuis la Résolution No. 26/NQ-TW de 2008, appelée *Tam Nong*. La Résolution 26 vise au développement agricole au travers de trois axes : l'agriculture, les pays et le milieu rural¹⁵⁰. Il s'agit d'un retour important de la ruralité dans les politiques, et vise à remettre les villages au cœur des préoccupations de développement. Le *Tam Nong* sera mis en œuvre de 2011 à 2020 et comporte cinq objectifs principaux : développer une agriculture moderne (croissance fixée à 3,5 % par an), améliorer la formation en milieu rural et augmenter les revenus, fournir des infrastructures rurales comparables à celles en milieu urbain, améliorer la capacité des populations à faire face au changement climatique.

En 2012, le Décision No. 124/QD-TTg approuve le plan de production agricole à l'horizon 2020 et vision 2030 avec pour objectif de « construire un développement agricole compréhensif et moderne, durable, avec des productions de large échelle, sur la base de la promotion des avantages comparatifs, en appliquant les sciences et technologies afin d'augmenter la productivité, la qualité, l'efficacité et la compétitivité, et d'assurer la sécurité alimentaire sur le court et long terme, (...) et améliorer l'utilisation des sols et des ressources en eau, de la main d'œuvre et du capital pour la production agricole (Tran, 2014b, p. 7). En, 2013, le Décision No. 899/QD-TTg, dans le cadre du *Tam Nong*, approuve le plan de « restructuration du secteur agricole vers plus de valeur ajoutée et un

¹⁵⁰ *Tam* signifie « trois » et *Nong* est un mot utilisé en référence à l'agriculture. Le nom du Programme *Tam Nong* est une référence aux trois axes de la stratégie envisagée : *nong nhgiep* (agriculture), *nong dan* (paysans), *nong thon* (milieu rural).

développement durable ». Des centaines de décrets et décisions ont été prises dans le cadre du *Tam Nong*, depuis 2008, Tran (2014b) fournit une synthèse de ces décisions par type de soutien à l'agriculture. La mise en œuvre passe par des communes pilotes¹⁵¹ qui reçoivent des investissements et accueillent des visites. Le Ministère de l'Agriculture annonçait en 2012 que 20 % des communes du Vietnam répondraient aux « standards des Nouvelles Campagnes ».

En 2010 et 2012, des lois et décrets sur les coopératives et associations agricoles ont reprécisé le statut de ces organisations. Pour autant, des aspects restent à éclaircir pour permettre un meilleur fonctionnement de ces organisations, en particulier leur capacité à développer des activités économiques (Tran, 2014b).

Nous soulignons que l'apparition du critère de durabilité, tout comme le retour de la ruralité dans les politiques agricoles de l'Indonésie et du Vietnam ne font pas disparaître les objectifs des politiques agricoles précédentes. Les États poursuivent leur objectif général d'augmentation de la productivité grâce à une modernisation de l'agriculture. Le soutien aux filières d'exportation demeure également un des axes fondamentaux. Les services agricoles des régions continuent de recevoir des directives ou des recommandations visant l'augmentation des rendements et des surfaces, et l'accompagnement des agriculteurs dans l'insertion de leurs produits sur les marchés internationaux.

1.4.3. Alimentation et « *quality turn* » en Asie ?

Avec la durabilité et la ruralité, un autre thème apparaît dans les politiques agricoles de l'Indonésie et du Vietnam depuis les années 2000, celui de l'alimentation. Bien que la sécurité alimentaire en termes de volume reste une priorité dans ces deux pays - certaines régions faisant toujours face à des périodes de relatives pénuries-, la sécurité sanitaire des aliments (normes d'hygiène, tests bactériologiques, etc.) ainsi que la qualité alimentaire (réduction de l'usage d'instantanés chimiques, mise en valeur de produits locaux ou « traditionnels ») deviennent des objectifs importants dont l'explosion des normes, standards et certifications témoignent.

La question alimentaire toujours orientée vers la sécurité alimentaire

En Indonésie, le Conseil et de l'Agence pour la Sécurité Alimentaire ont été créés pour gérer les questions de nutrition dans le pays. En 2012, la Loi No. 18, connue sous le nom de *Food Law*,

¹⁵¹ Comme par exemple, la commune de Quang Ninh, (voir l'article de presse sur <http://www.talkvietnam.com/2014/03/quang-ninh-promotes-new-rural-area-building-model/>, page consultée le 26/11/14).

institutionnalise le droit fondamental à l'alimentation et définit l'obligation de l'État à assurer la disponibilité d'une nourriture suffisante, accessible, saine et équilibrée à tous. La loi prévoit que l'État indonésien gère les réponses à la sécurité alimentaire nationale de manière indépendante, en vertu de la souveraineté alimentaire. Les décrets d'application de cette loi sont espérés pour la fin de 2015. Pour Rafini (2014b), cette loi permet de repositionner l'État et d'affirmer l'indépendance de ses choix politiques dans un contexte où la sécurité alimentaire est variable selon les régions et où l'autosuffisance en riz s'érode progressivement du fait de la pression démographique dans certaines régions. Rafini précise que la conception de la sécurité alimentaire dans la *Food Law* indonésienne diffère de la définition donnée par la FAO car elle « s'approprie certains aspects individuels » (selon les termes de l'auteur) propres au contexte indonésien en intégrant des « croyances religieuses et la culture » dans la notion de sécurité alimentaire (dont en particulier, la qualité *halal* des aliments qui est mentionnée dans la loi).

Dans la même démarche de s'assurer d'une production et d'un accès à l'alimentation suffisant pour tous, la loi No. 41 de 2009 sur la Protection des Terrains Cultivés Durablement, voit les décrets d'application arriver en 2013. Il est en particulier question de sécuriser les terrains agricoles afin d'éviter leur conversion en terrains non agricoles. Cette conversion est évaluée à en moyenne 100 000 hectares par an en Indonésie (Rafini, 2014a). Les gouvernements locaux peuvent désormais déterminer des zones « protégées » dédiées à l'« agriculture pour l'alimentation ». En lien avec ces politiques sur l'alimentation, le Ministre de l'Agriculture indonésien a déclaré en 2012 que les importations de produits alimentaires ne pourraient se faire que lorsque la production domestique ne pouvait pas répondre à la demande¹⁵² (il est question d'imposer des contrôles dans les grands groupes de distribution en Indonésie, dont le principal, Carrefour). Enfin, la Stratégie de Développement Agricole 2010-2014 (Minsitry of Agriculture of Indonesia, 2010) présente quatre objectifs : l'autosuffisance alimentaire sur cinq produits (riz, maïs, soja, sucre et bœuf), la diversification alimentaire, l'augmentation de la valeur ajoutée et de la compétitivité pour les filières d'exportation, et l'amélioration des conditions de vie des agriculteurs.

Au Vietnam, la sécurité alimentaire est maintenue comme objectif de la politique agricole. Ce choix est interprété comme un moyen de justifier la promotion de l'agro-industrie et du commerce international par les pouvoirs publics (Tran, 2011). Pour l'auteur, soutenir l'agro-industrie pour la sécurité alimentaire est un véritable choix de politique agricole, ce qui permet de nuancer le soutien de

¹⁵² Cette mesure est étonnante car elle entre en contradiction avec les termes des accords de l'OMC que l'Indonésie a signés. Pourtant, nos enquêtes auprès de Carrefour nous confirment que cette décision devait entrer en application à compter de 2014.

la ruralité au Vietnam prévu par le *Tam Nong*. En effet, cette orientation vers l'agro-industrie traduit un désengagement du soutien pour la paysannerie vers l'accumulation de capital par les autres classes. Nous pouvons par exemple citer le Décret No. 150/2005/QĐ-TTg du 20 juin 2005 par lequel le Premier Ministre souhaite accélérer l'accumulation foncière pour les structures de grande échelle à vocation commerciale, au détriment des petites exploitations agricoles (un trop grand nombre de petites exploitations étant considéré comme un obstacle pour atteindre les objectifs fixés de production). La Résolution No. 63/NQ-CP du 23 décembre 2009 sur la Sécurité Alimentaire Nationale place celle-ci comme un élément de la stratégie générale de développement socioéconomique du pays et l'associe à d'autres objectifs nationaux d'industrialisation et de modernisation. La Résolution No. 63 maintient le riz comme « tâche principale » et vise le « développement d'autres filières agroalimentaires dans les régions de production à haute efficacité et compétitivité ».

Le riz reste donc évidemment au centre des politiques agricoles du Vietnam. Le Décret No. 42/2012/ND-CP du 11 mai 2012, sur la gestion et l'usage des surfaces rizicoles, mentionne que « les surfaces en riz sont des ressources « non remplaçables, non reproductibles et non extensibles », aussi, il est important pour la sécurité alimentaire nationale de « stabiliser ces surfaces » et de les « protéger ». Tout changement de culture sur ces zones « doit être examiné par les agences gouvernementales et ne peut se faire que dans le cadre de Défense Nationale, de sécurité, d'intérêts nationaux et publics » (Tran, 2014a). Comme le souligne la Résolution No. 63 de 2009, à l'horizon 2030, le Vietnam devrait disposer d'au moins 3,8 millions d'hectares en rizières, ce qui lui permettra de satisfaire la demande nationale et d'exporter massivement du riz (sur les 3,8 millions d'hectares en rizières, 3,2 seront cultivées avec au moins deux cycles de riz par an et disposeront d'un système d'irrigation optimal). Tran (2014a) estime que la diversification devrait être encouragée pour permettre aux agriculteurs de retirer des revenus agricoles plus élevés. Le riz est une production « politique et diplomatique » : plus les riziculteurs disposeront de marge de manœuvre et de pouvoir, plus ils seront en mesure de « faire pression » sur les gouvernements, comme c'est le cas en Thaïlande ou en Indonésie, toujours selon Tran (2014b).

Il semble que le Vietnam ait choisi de maintenir la sécurité alimentaire comme un objectif et que l'accompagnement de l'agriculture s'oriente vers deux axes : (1) une riziculture relativement encadrée et qui reste centrale, dans l'optique de nourrir la population et d'exporter massivement du riz vers le reste de l'Asie, (2) des filières agroindustrielles destinées à la consommation nationale et à l'export fortement soutenues et gérées par des régulations publiques et privées.

Nouvelles préoccupations des consommateurs : entre changements alimentaires, crises alimentaires et qualité sanitaire des aliments

Reardon et Timmer (2014) identifient cinq facteurs interdépendants influençant les transformations des économies agroalimentaires asiatiques : l'urbanisation, les changements alimentaires, la transformation des systèmes agroalimentaires, la transformation des marchés ruraux, et l'intensification technologique des exploitations agricoles. Ces cinq facteurs interagissant et influencent des transformations structurelles du monde rural et agroalimentaires en Asie. Pour les changements des pratiques alimentaires, l'augmentation des revenus est identifiée comme une des raisons du changement des préférences alimentaires pour un régime plus diversifié. Une « occidentalisation » des préférences alimentaires (Pingali, 2007) est également observée au travers de l'augmentation de la demande pour les produits laitiers, le blé, les fruits et légumes des régions tempérées et les matières grasses.

Le développement des grandes surfaces¹⁵³ et des restaurants de type *fast food* est également analysé comme un changement des pratiques et une convergence vers les styles alimentaires occidentaux. La *Food Law* indonésienne, au travers des articles sur la souveraineté alimentaire et le choix de n'importer que lorsque la production nationale ne suffit pas, pourrait être vue comme une volonté politique de contenir certains changements de pratiques ou préférences alimentaires, afin de maintenir la demande pour les productions agroalimentaires nationales. Dans la même idée, la Résolution No. 63 de 2009 au Vietnam qui « encourage les paysans à continuer à produire du riz » (art. (4a)) et les gouvernements locaux à délimiter les zones rizicoles dans leurs régions, peut être vue comme une volonté de freiner la substitution du riz par d'autres aliments dans les styles alimentaires au Vietnam.

La qualité sanitaire des aliments est apparue dans les années 2000 comme une préoccupation majeure chez les consommateurs. Les « peurs alimentaires » se construisent à la fois sur les cas médiatiques nationaux¹⁵⁴ et internationaux (comme en Chine notamment, qui exporte massivement dans la région) et sur la réalité du secteur agroalimentaire indonésien et vietnamien. Au Vietnam, la qualité

¹⁵³ Au Vietnam, il n'existait pas de supermarchés avant 1993 (c'est-à-dire de magasin de plus de 40 m²). Les premiers supermarchés se sont installés dans les grandes villes à partir de cette date, et en 2001 le Vietnam comptait 70 supermarchés dont 32 à Hanoi et 38 à Ho Chi Minh Ville. Bien que l'efficacité économique ne soit pas générale (14 supermarchés étaient en déficit en 2001), il était prévu d'augmenter leur nombre et leur superficie dans les années à venir (Moustier et al., 2003).

¹⁵⁴ Voir Moustier et al. (2003), page 44, pour une explication de la « crise du pho » à Hanoi. Le pho est une des spécialités culinaires les plus connues du Vietnam et particulièrement appréciées à Hanoi. En 1999, des contrôles ont montré que 7 échantillons de nouilles destinées au pho sur 10 contenaient du formol. Le formol serait utilisé afin d'améliorer la consistance des nouilles et prolonger la durée de conservation de la soupe pho. Dans les jours qui ont suivi cette déclaration dans la presse, la consommation de pho aurait chuté de près de 80%, avant que les habitudes alimentaires ne reprennent.

bactériologique de certains aliments transformés (*nem chua*, *nem bao*, tripes de porcs...) est décrite comme catastrophique (Nguyen et Argenti, 1999). En Indonésie, une véritable phobie alimentaire se développe depuis les années 2010 autour des *krupuk* (chips de riz ou de manioc, généralement aromatisées aux crevettes, et consommées quotidiennement), qui contiendraient du plastique. Les *krupuk* sont fabriquées et distribuées chaque jour aux restaurateurs, par un système proche de celui du laitier : les boîtes à *krupuk* vides sont déposées devant les restaurants le soir et elles sont remplacées par les livreurs des industries de fabrication des chips, à la levée du jour, par des boîtes pleines. Des centaines d'articles de presse, de vidéos et de films dénoncent une pratique des industriels qui consisterait à mélanger de petits morceaux de plastique noir dans la préparation afin de rendre les *krupuk* plus aérés et croustillants.

Les gouvernements indonésiens et vietnamiens ont choisi de traiter le problème de la qualité sanitaire des aliments avec un fort engagement public dans l'établissement de normes sanitaires et divers instruments de contrôle et sensibilisation en la matière. Le Système National Indonésien (SNI), déclinaison du système ISO, valide la qualité des produits, dont la qualité sanitaire des produits agroalimentaires. Depuis 1998 au Vietnam, un mois d'action sur la qualité, l'hygiène et la sécurité alimentaire (15 avril au 15 mai) permet de mettre en œuvre des campagnes de sensibilisation d'envergure nationale, des colloques, des foires, et de développer des contrôles renforcés sur les marchés et points de vente (Moustier et al., 2003). En 1999, la Directive No. 08/1999/CT/TTg renforce les activités de sûreté alimentaire et a donné lieu à la création du Bureau de l'hygiène (sous tutelle du Ministère de la Santé).

Malgré ces avancées, les contrôles restent complexes et la situation n'évolue que très lentement pour les consommateurs du Vietnam. En 2002, une enquête montrait qu'à Hanoi, plus d'un enquêté sur deux estimait que la qualité des produits alimentaires avait régressé au cours des dix dernières années. Plus généralement, 65 % des consommateurs déclaraient que les produits alimentaires présentaient un danger pour leur santé (Moustier et al., 2003). D'autres mesures sont prises par les gouvernements en faveur de la qualité des aliments et du respect de certaines conditions de productions. Par exemple, l'agriculture biologique est particulièrement soutenue au Vietnam au travers de projets de mises en place de filières de produits agricoles « propres » (légumes, volailles...). L'agriculture biologique est également développée en Indonésie. Le consentement à payer des consommateurs vietnamiens pour du

riz cultivé sans pesticides chimiques est évalué à 6 200 VND¹⁵⁵/kg, soit un premium de + 62 % par rapport au riz cultivé avec pesticides chimiques (Huynh Viet et Mitsuyasu, 2015).

En parallèle des normes sanitaires publiques mises en place par les États, on assiste au Vietnam et en Indonésie à un développement rapide de standards durables. Le standard international Global GAP (Good Agricultural Practices) est notamment mis en œuvre pour plusieurs filières destinées à l'export ou à la consommation nationale (voir par exemple la version vietnamienne, VIET GAP, mise en œuvre par les services agricoles depuis les années 2010).

Les nouvelles attentes et préférences de certains consommateurs indonésiens et vietnamiens participent à l'émergence de nouveaux modes de consommation et de production. Par exemple, nous pouvons citer les paniers de type AMAP pour la ville d'Hanoi, ou la filière de produits « locaux et de qualité » mise en place par Carrefour en Indonésie, équivalente à la marque de distributeurs « Reflets de France » en France.

Lien à l'origine et perception des consommateurs indonésiens et vietnamiens

La qualité liée à l'origine des produits agroalimentaires ne fait pas l'objet d'une politique publique spécifique définie en Indonésie ou au Vietnam. Le soutien, ou le développement, des produits d'origine, n'est pas un axe important de la politique agricole de ces deux pays, bien que les IG soient de plus en plus fréquemment mentionnées en tant qu'outils de promotion du lien à l'origine. Pour autant, l'intérêt relativement secondaire accordé par les pouvoirs publics à ce type de productions jusqu'à présent ne doit pas être entendu comme le signe d'un faible potentiel pour les IG dans ces deux pays. Au contraire, l'Indonésie et le Vietnam présentent un potentiel élevé en matière d'indications géographiques, que l'on considère les productions spécifiques différenciées existantes ou le potentiel de différenciation de plusieurs productions.

L'archipel indonésien est formé de milliers d'îles et présente une diversité de conditions agropédoclimatiques et de savoir-faire agricoles. Cet environnement naturel et humain fait que l'Indonésie présente un grand potentiel de productions typiques (Mawardi, 2005 ; Sudarmanto, 2005 ; Kurniawati, 2008). Certains de ces produits ont déjà acquis une réputation de qualité sur les marchés internationaux, comme le café de Toraja, le poivre blanc de Muntok ou les tissus en *batik* de Java

¹⁵⁵ VND signifie Vietnam Dong, le taux de change en décembre 2015 est : 1 euro = 24 200 VND (site www.xe.com/fr/, convertisseur de devises en ligne).

(Fournier et al., 2006). Le Vietnam présente également un fort potentiel pour les indications géographiques, Tran (2005) identifie 265 produits de terroirs connus des consommateurs vietnamiens.

Le sens donné par les consommateurs à l'idée de terroir a été relevé et analysé au Vietnam pour les consommateurs urbains de Hanoi et Ho Chi Minh Ville. Le concept de produit de terroir apparaît comme familier au consommateur vietnamien, les produits de terroir sont valorisés pour leur qualité sanitaire et leur signification culturelle et historique (Tran et al., 2012). Par rapport à des produits porteurs d'un label (par exemple indiquant un faible recours aux intrants chimiques), ou aux marques, la qualité des produits de terroir est associée « essentiellement à la rusticité des modes de production en lien avec les conditions socio-économiques et naturelles du milieu » (Tran et al., 2012, p. 5). En outre, une « crise de confiance » est relevée chez de nombreux consommateurs qui craignent une utilisation frauduleuse des mentions d'origine géographiques¹⁵⁶. La mention de l'origine géographique pour différencier des produits agricoles, ainsi que la qualité liée à l'origine a été également observée en Indonésie (Durand, 2009 ; Bigot, 2011).

Comme nous l'avons précisé, nous n'avons pas mis en œuvre d'enquête de consommation pour cette thèse. Toutefois, nous avons pu observer, dans chacun des pays, l'importance de la mention géographique pour les produits alimentaires, en particulier pour les préparations et recettes de spécialités régionales. Les « *Dac San* »¹⁵⁷ au Vietnam et les « *makanan khas* »¹⁵⁸ en Indonésie occupent une place à part dans le patrimoine culinaire. Il s'agit en général de produits transformés voire cuisinés, spécifiques à chaque région, qui représentent la cuisine locale et les produits régionaux. Ces produits sont fréquemment rapportés lors de voyage et les boutiques de « spécialités » sont nombreuses sur les axes routiers. Certaines régions d'Indonésie ou du Vietnam ont influencé fortement la façon de cuisiner un plat ou sont particulièrement réputées pour leur cuisine ou pour une de leurs spécialités. Par exemple, le *pho* (soupe vietnamienne au bœuf), dont on peut goûter d'innombrables versions au Vietnam, le *pho* de Hanoi étant réputé être le meilleur du pays. En Indonésie la cuisine *Padang* (nom d'une région de Sumatra) est réputée dans tout l'archipel pour ses mélanges d'épices ; on trouve des cuisiniers padang installés sur toutes les îles qui proposent de la restauration de rue ou une cuisine plus raffinée servie dans des restaurants.

¹⁵⁶ Les propos de personnes enquêtées sont rapportés : « l'inscription sur la bouteille dit qu'il s'agit de sauce de poisson de Phu Quoc [note : Phu Quoc est une île vietnamienne, l'IG Nuoc Mam de Phu Quoc a été la première IG enregistrée au Vietnam] mais le contenu peut être tout différent », ou encore « le vendeur dit toujours que le litchi qu'il vend vient de Thanh Hà... mais nous ne savons pas s'il vient vraiment de là-bas ».

¹⁵⁷ En vietnamien *Đặc sản* signifie spécialités locales.

¹⁵⁸ En indonésien, *makanan khas* signifie produits alimentaires typiques.

En 2003, Goodman parlait de « *quality turn* » pour illustrer la « prolifération des *Alternative agro-food networks* ». Il décrivait comment la recherche en sciences humaines, notamment en Europe et au États-Unis s'emparait de ce thème et positionnait son analyse sur le local, l'*embeddedness* et la confiance. Goodman décrit le *quality turn* comme un mouvement allant du « monde industriel » (Salais et Storper, 1992), fait de conventions de qualité standardisées, vers un « monde domestique », dans lequel les conventions de qualité se basent sur la confiance, l'encastrement, la tradition et le lieu. Ce que nous observons en Indonésie et au Vietnam, pour les productions sans pesticides, locales ou mettant en avant la qualité liée à l'origine, semble se rapprocher du *quality turn* décrit par Goodman. Toutefois, les aspects d'encastrement et de confiance, qui structurent ces économies, doivent être investigués plus en profondeur, ce que nous ferons pour le cas des indications géographiques.

Pour terminer cette première section, nous souhaitons aborder rapidement le statut et les moyens humains accordés à l'agriculture en Indonésie et au Vietnam. Ceci nous permettra de préciser le contexte institutionnel dans lequel s'opère le soutien à l'agriculture, en vue d'atteindre les objectifs des politiques agricoles actuels. Ce paysage institutionnel est donc également celui dans lequel les IG indonésiennes (section II) et vietnamiennes (section III) ont récemment émergé.

1.4.4. Statut et moyens accordés à l'agriculture

Le Renouveau à l'œuvre depuis 1985, lu au travers de la politique agricole du Vietnam, pourrait apparaître comme une succession de renouveaux, fonciers, techniques, commerciaux... Pendant l'Ordre Nouveau en Indonésie, les politiques agricoles ont également modifié les aspects fonciers, socioéconomiques et techniques du secteur agricole. Depuis les années 1990, le soutien aux filières d'exportation, l'ouverture des marchés et, plus récemment, l'intégration de la durabilité, de la qualité et de la ruralité aux politiques agricoles, ont encore modifié les réalités du secteur et des marchés agricoles. Nous allons voir que les prolongements du Renouveau au Vietnam, tout comme ceux de l'Ordre Nouveau en Indonésie, ont aussi eu pour effet de redéfinir la place de l'agriculture et le rôle des agriculteurs dans les sociétés. Les moyens accordés au développement rural sont décrits de manière succincte, et nous permettent d'illustrer le paysage institutionnel hérité de soixante ans de politique agricole dans ces deux pays.

Quel statut pour l'agriculture ?

Le relatif désengagement de l'État dans l'agriculture dans les années 1990, puis le retour de la ruralité et de l'objectif de développement rural autour de 2005, ont influencé le statut de l'agriculture

dans le développement économique et social de l'Indonésie et du Vietnam. Plus généralement, c'est le regard porté sur le monde rural, qui a évolué depuis trois générations.

Bien qu'une part importante de la population travaille dans le secteur agricole, on assiste de fait à une forme de marginalisation du secteur dans l'opinion publique. Le développement économique est désormais porté par l'industrie, essentiellement installée dans les villes, et les campagnes sont parfois présentées comme des zones de moindre efficacité économique.

Pour autant, les campagnes comptent, comme en témoigne les récents programmes autour de la ruralité. Certains auteurs estiment que le poids politique des agriculteurs est un élément important à considérer dans l'analyse de ces programmes de développement. En Indonésie par exemple, depuis 1998 et la chute de Soeharto sur fond de prix du riz élevés, l'influence politique des agriculteurs a augmenté. Ceci pourrait expliquer le retour de la ruralité dans les politiques agricoles (Fane et Warr, 2008).

La pauvreté en milieu rural entraîne des reconversions hors du secteur agricole mais également des migrations vers les villes. L'installation de familles aux abords des villes et le développement de bidonvilles, font que l'on ne peut plus raisonner la campagne seule. Les volets d'infrastructure dans le programme *Tam Nong* au Vietnam, témoignent de la volonté politique d'améliorer les conditions de vie rurales, indépendamment de la question du développement agricole.

Le modèle de développement agricole est resté et reste basé sur l'agriculture familiale¹⁵⁹. Cependant, en milieu rural, certaines familles paysannes se distinguent par leurs activités qui dépassent la sphère de production agricole stricte et empruntent aux services ou au commerce. Des entrepreneurs ruraux émergent depuis une génération, associant à leur activité de production agricole, la vente d'intrants agricoles divers, la collecte et la commercialisation de la production, des activités de transformation, du crédit rural... Un écart se creuse entre des familles qui poursuivent une activité agricole seule et des familles qui combinent l'agriculture à d'autres activités reliées au secteur agricole.

Pour Bergeret (1999), les relations entre État et paysans au Vietnam sont teintées de méfiance depuis la période de collectivisation. Une transformation radicale de ses relations et une « redéfinition de la place des paysans dans le système économique » sont nécessaires pour éviter que les déséquilibres repérés ne s'amplifient.

¹⁵⁹ Des plantations ou cultures d'États existent en Indonésie et au Vietnam, mais il est difficile d'avoir une estimation fiable du nombre d'hectare correspondant. Certaines évaluations en Indonésie estiment que les surfaces seraient d'environ 15% des surfaces cultivées (Sulaiman et Hall, 2005).

Les moyens publics d'accompagnement du développement agricole

Le réseau actuel des services d'extension agricole en Indonésie et au Vietnam, représenté à chaque échelon administratif, est un des résultats des politiques agricoles de ces dernières décennies. Comme dans d'autres pays d'Asie, ce système public d'accompagnement est, certes, « à rénover en fonction des besoins des agriculteurs » (CAPSA-ESCAP, 2013), il constitue cependant une solide base pour l'action publique dans l'agriculture en Indonésie et au Vietnam. Sulaiman et Hall (2005) soulignent que les Ministères de l'Agriculture des pays d'Asie ont joué un rôle central dans la planification, le financement et la mise en œuvre des stratégies de développement agricole. Ils ajoutent que ceci a généralement été effectué en association avec les niveaux provinciaux et les administrations locales. Ce paysage institutionnel et administratif, dans lequel les gouvernements locaux et leurs services d'extension agricoles mettent en œuvre les politiques décidées au niveau central, reste en place aujourd'hui, bien que la participation du secteur privé dans l'agriculture ait augmenté progressivement depuis 20 ans dans l'ensemble des pays de la région.

Les acteurs du secteur privé (acheteurs et fournisseurs d'intrants en particulier) proposent, par exemple, des formations aux techniques agricoles, à l'utilisation des intrants, du conseil ou du crédit rural facilité. Tout comme le système public d'extension, les acteurs du secteur privé placent dans les provinces des agents d'extension chargés d'animer les réseaux de producteurs partenaires. Si les moyens financiers sont relativement plus importants, le nombre d'agents dépendant du secteur privé en poste dans les provinces reste nettement plus faible que les agents fonctionnaires relevant du système public (CAPSA-ESCAP, 2013). Les Organisations Non-Gouvernementales agissent également dans le développement agricole, au travers de formations agricoles, de renforcement des capacités ou d'équipement.

Dans les 33 provinces d'Indonésie, des Bureaux, dépendant du gouvernement provincial et sous tutelle des ministères correspondants, sont chargés de mettre en œuvre les programmes décidés au niveau national. Ainsi, chaque province dispose d'un *Dinas Pertanian* (Bureau des cultures annuelles), d'un *Dinas Perkebunan* (Bureau des cultures pérennes), d'un *Dinas Perindustrian* (Bureau de l'Industrie), etc. Les fonctionnaires travaillant dans ces Bureaux organisent la mise en œuvre des programmes, compilent des données statistiques, pilotent l'attribution de subventions et font remonter des demandes issues des acteurs de terrain. Ces *Dinas* reçoivent un budget de leur Ministère de tutelle et du gouvernement local, qui peut également ordonner des activités au niveau provincial. Pour les Bureaux travaillant sur le secteur agricole, les antennes s'étendent aux niveaux inférieurs (districts, villages...). Dans les échelons les plus inférieurs, les fonctionnaires sont placés par secteur et réalisent un travail de

terrain, auprès des groupements de producteurs. Ainsi, près de 50 000 « *extensionists* » indonésiens sont en poste dans les provinces.

Les groupements de producteurs, appelés *kelompok tani*, rassemblent par village entre 15 et 50 agriculteurs autour d'une culture ou d'une activité précise (groupement des caféiculteurs, groupement des producteurs de noix de cajou, groupement de semences...). Ces groupements se forment en général lorsque le gouvernement central décide d'un programme de développement d'envergure nationale sur une filière. Ils servent d'interface entre les fonctionnaires des services d'extension et les producteurs. Lorsque le programme prend fin, les groupements perdent peu à peu en activité et dynamisme, mais ne sont jamais totalement dissouts. Lorsqu'un nouveau programme de soutien à une culture est décidé (par exemple, le programme national de « revitalisation » du poivre dans les années 2010), les services agricoles « réactivent » ces groupements de producteurs afin de faciliter la mise en œuvre du programme. Les groupements villageois de producteurs les plus dynamiques sont rassemblés en groupements de groupements, *gapoktan*, à l'échelle d'un district ou de plusieurs districts. Les *gapoktan* bénéficient en général d'un accompagnement pour du crédit rural afin de développer une activité commerciale (achat d'intrant en commun, ou vente d'une partie de la production).

Depuis quelques années, l'IAARD (Indonesian Agency for Agricultural Research and Development), créé en 1974, a été profondément rénové. Il regroupe désormais 11 Centres de Recherche et Développement et devient l'institution en charge de la recherche agricole pour le développement en Indonésie. Le IAARD a développé des antennes provinciales dans l'ensemble du pays, appelées *Assesment Institute for Agricultural Technology*.

Pour le cas du Vietnam, Sulaiman et Hall (2005) soulignent que les services d'extension agricoles sont relativement récents et sont en activité depuis 1993. Avant la période du *Doi Moi* et les réformes foncières, la centralisation et les régimes de propriété étaient tels que les auteurs ne considèrent pas les activités comme relevant de services d'extension. Aussi, les services d'extension agricole du Vietnam se développent progressivement et cherchent encore à mieux définir leurs formes d'accompagnement.

Tout comme en Indonésie, on trouve au Vietnam des Bureaux de l'Agriculture, des Bureaux de l'Élevage, etc., dans chaque province ou district. Ces bureaux dépendent des Comités populaires (gouvernements locaux) de chaque province et district. Les Comités populaires, au travers de leurs services agricoles, disposent d'une certaine marge de manœuvre pour accompagner les dynamiques agricoles locales, mais restent globalement sous l'autorité de Hanoi.

Les ministères possèdent des antennes en provinces (appelées « Départements » provinciaux), qui participent à la vie politique et économique locale et sont chargés de faire remonter les demandes au niveau central. Ainsi, les questions agricoles sont gérées par un système dit « horizontal », piloté par le gouvernement populaire de la localité, et par un système « vertical » constitué des antennes directes des ministères en provinces.

Enfin, il nous semble intéressant de souligner la place et le rôle des associations dans le paysage institutionnel du Vietnam. Les « associations de masse » ou « associations volontaires » sont des associations instituées, officielles, très nombreuses au Vietnam. Selon les données officielles, le Vietnam est le pays au monde où l'on trouve le plus de personnes enregistrées dans des associations, environ 76 % de la population (Agence Française de Développement, 2011). En milieu rural, de nombreuses associations rassemblent les agriculteurs autour de thèmes partagés. Mais le nombre élevé d'association et d'adhérents ne reflète pas toujours un dynamisme associatif et ne garantit pas systématiquement la concertation de la vie sociale et civile des villages. Par exemple, il est fréquent que 100 % des femmes d'un village soient inscrites à l'association des femmes, ce qui est un préalable nécessaire à l'accès au planning familial ; pour autant, peu d'entre elles participent aux réunions et activités de l'association. Plus généralement, les associations de masses que nous avons pu observer en milieu rural sont en réalité peu « agissantes » ; par contre, elles constituent un réseau social important au Vietnam, que les acteurs disent pouvoir et savoir activer lorsque cela apparaît utile.

Processus de décentralisation en Indonésie et au Vietnam

Un processus de décentralisation est en œuvre en Indonésie depuis 1995 afin de transformer l'économie planifiée et centralisée en une économie plus décentralisée. Il a été souligné que la décentralisation était un processus nécessaire pour que le pays maintienne son unité nationale après la crise de 1998 (Domeirer-Feire et Maurer, 2002 ; Rasyid, 2004). La loi No. 22/1999 sur l'autonomie des localités décrit les responsabilités des divers échelons administratifs. Après 25 ans de Plan de Développement Agricole centralisé, les districts émergent depuis 1999 comme l'échelon pertinent et directement responsable pour la planification et la mise en œuvre des activités d'extension agricole. Les Plans de Développement Agricole des années 2000 mettent en avant une approche de l'accompagnement agricole renouvelée. L'accompagnement doit être « sélectif » en choisissant les technologies à transférer en fonction des conditions locales, « progressive », en ajustant graduellement le niveau de technologie transférée, et « participatif » en recherchant une participation active des acteurs de la « société de l'agrobusiness » (Hendriadi et Alihamsyah, 2007).

Une décentralisation est également en cours au Vietnam. Elle a été estimée nécessaire pour la mise en œuvre des réformes économiques des années 1990 (Fforde, 2003 ; Fritzen, 2006). Les Comités populaires locaux demeurent cependant sous une autorité directe du gouvernement central.

Les processus de décentralisation en Indonésie et au Vietnam restent partiels et les administrations centrales conservent l'essentiel du pouvoir politique (Domeirer-Feire et Maurer, 2002 ; Fritzen, 2006 ; Ramesh, 2013). Ghuman et Singh (2013) parlent d'un « *truncated model of decentralization* » en Asie. Ribot et al. (2006) identifient des stratégies mises en œuvre par les gouvernements centraux de six pays en développement (dont l'Indonésie), pour maintenir un contrôle politique étendu malgré un processus de décentralisation en cours. Le caractère incomplet de la décentralisation affecte la gouvernance en générant des « configurations socio-légales particulièrement volatiles » (McCarthy, 2004), et peut conduire à des compétitions politiques entre les niveaux nationaux et provinciaux (Faguet, 2014).

Nous retiendrons que les objectifs de politiques agricoles de ces deux pays ont été successivement adaptés et reformulés avec l'évolution de leurs projets politiques, tout en tenant compte des contraintes du contexte national. Le sentiment général qui se dégage de leur analyse est que les nouveaux objectifs se sont généralement additionnés aux objectifs préexistants. Une accumulation d'objectifs dans le temps s'est produite, si bien que les orientations ne sont pas toujours simples à décoder : il est ainsi recommandé aux producteurs d'augmenter les quantités produites, de veiller à la qualité sanitaire des aliments, de mettre en œuvre les conseils techniques des services agricoles, mais également les conseils techniques des acheteurs (qui sont parfois différents de ceux des services agricoles), de contribuer à la sécurité alimentaire et d'exporter, de développer la labellisation en s'engageant dans des démarches parfois coûteuses sans garantie d'augmentation des prix. Les contradictions qui apparaissent parfois entre ces différents objectifs et recommandations ne doivent pas masquer le fait que les orientations nationales des politiques agricoles traduisent la volonté des États de soutenir leur agriculture, du moins certaines filières, et d'accompagner le développement rural de manière générale. Pour comprendre l'émergence des IG, il convient alors d'analyser de quelle manière ces orientations nationales sont traduites dans des programmes spécifiques au travers de politiques publiques particulières. De la même manière, il est important d'analyser la mise en œuvre de ces politiques ou directives dans les régions, afin de comprendre la marge de manœuvre laissées aux gouvernements locaux et aux services agricoles provinciaux, ainsi que l'adaptation de ces politiques publiques aux conditions variables des provinces, districts, etc. C'est ce que nous verrons dans les sections II. et III. qui traitent des systèmes d'IG en Indonésie et au Vietnam.

II. Le système national des indications géographiques en Indonésie

Les indications géographiques sont reconnues et protégées officiellement en Indonésie depuis 2007. Nous présentons dans cette section l'émergence des IG en Indonésie en analysant le dispositif institutionnel national qui leur est dédié. Nous commençons par retracer les **étapes de la construction du dispositif (2.1.)**, puis nous détaillerons les **aspects juridiques, administratifs et opérationnels de ce dispositif (2.2.)**. Enfin, nous présentons un premier bilan de **l'utilisation du dispositif en Indonésie (2.3.)** grâce à un tour d'horizon des premières IG indonésiennes enregistrées depuis 2007.

2.1. Etapes de la construction du dispositif national des indications géographiques

Les IG sont arrivées progressivement dans l'agenda politique de l'Indonésie. Entre 1994 (signature de l'ADPIC) et 2007 (décret d'application des IG), treize années se sont écoulées, pendant lesquelles les dénominations géographiques indonésiennes n'étaient ni reconnues, ni protégées juridiquement. Nous expliquons comment les **IG sont devenues un point de l'agenda (2.1.1.)** et quels acteurs y ont contribué. Nous retraçons ensuite la **construction du cadre juridique de protection (2.1.2.)** et soulignons les principaux points de débats.

2.1.1. Les indications géographiques mises à l'agenda

La question de la protection juridique des dénominations géographiques pour des produits agricoles apparaît en Indonésie, de manière relativement informelle, dans le courant des années 1990. Un exportateur indonésien de café Toraja (du nom d'une région de production d'un café réputé, située au centre des îles Sulawesi) s'adresse à Surip Mawardi, chercheur sur le café à l'Indonesian Coffee and Cocoa Research Institute (ICCRI), en lui présentant un problème juridique portant sur l'utilisation du nom « Toraja ». En effet, la dénomination avait été enregistrée comme marque privée au Japon, ce qui pouvait contraindre l'usage de ce nom par l'exportateur de café indonésien sur le marché japonais¹⁶⁰. Surip Mawardi se passionne pour le thème et entame un travail en collaboration avec des chercheurs français du Cirad spécialistes du café et des experts juridiques de l'INAO. Un premier séminaire intitulé

¹⁶⁰ Pour une analyse du cas du café Toraja, voir l'article de S. Mawardi (2005) « Geographical Indication Application in Indonesia : Opportunities and Challenges ».

« Café et Origine » est organisé à Jakarta en 1999, c'est le début d'une coopération sur les IG entre l'Indonésie et la France.

Entre 2000 et 2007, plusieurs séminaires, colloques et ateliers¹⁶¹ sont organisés en Indonésie dans le but de recueillir les avis et l'expertise de chercheurs et consultants internationaux travaillant sur les IG et les moyens juridiques de protection des dénominations géographiques. Des missions d'une délégation d'experts indonésiens ont également eu lieu (notamment en France en juin 2004 et en Australie en 2006).

Du côté indonésien, les acteurs impliqués dans l'établissement du cadre juridique rassemblent une communauté de chercheurs en propriété intellectuelle (notamment issus de la faculté de droit de l'Université de Padjadjaran à Bandung), de chercheurs spécialistes du café, de représentants des ministères concernés, c'est-à-dire, en premier lieu, le ministère de la Justice et des Droits de l'Homme (dont dépendent les droits de propriété intellectuelle) et le ministère de l'Agriculture. Du côté des experts internationaux, la France et l'Europe sont bien représentées avec plusieurs experts du Cirad, de l'INAO, de l'Union Européenne, ainsi que la participation de l'Ambassade de France en Indonésie (au travers de la mission économique de l'Ambassade). Les pays en faveur du système de protection par le régime des marques sont également représentés par la présence d'experts américains et australiens.

L'Indonésie ayant signé l'Accord sur les ADPIC dès 1994 (loi de la République d'Indonésie No. 7/1994 sur la Ratification de l'Accord), elle est tenue de mettre en œuvre un moyen juridique de protection des IG, selon un calendrier prévoyant des délais en fonction des stades de développement des pays membres. En dehors des cas repérés d'utilisation de noms géographiques indonésiens (comme le cas cité de Toraja pour du café), et à l'instar de la plupart des pays en développement et d'Asie (Wang, 2006), c'est sous l'impulsion de l'ADPIC que l'Indonésie entame au début des années 2000 l'établissement d'un cadre juridique national de protection des dénominations géographiques (Risang Ayu, 2009).

¹⁶¹ Nous pouvons citer le « Séminaire de Renforcement du droit de Propriété Intellectuelle en Indonésie » (Jakarta, 19-20 septembre 2001, organisé par l'Ambassade de France et le Ministère de la Justice indonésien), le Workshop « Indications Géographiques en Indonésie, un pas en avant » Cirad/Ambassade de France/ DJ IPR à Jakarta du 24-25 février, le « Séminaire sur la Protection des IG en Indonésie » à Bandung les 9-10 décembre 2004 (mêmes participants, ainsi que l'OMPI et l'Université de Padjadjaran de Bandung).

2.1.2. Elaboration progressive du cadre juridique

Avant le démarrage de la construction du cadre juridique des IG, les dénominations géographiques apparaissent dans le droit indonésien dans la loi de protection des consommateurs mais aucun décret d'application ne prévoit de protéger juridiquement ces dénominations¹⁶².

Les IG sont véritablement définies pour la première fois par la loi sur les Marques (ou *Trademarks Act*) No. 14 de 1997¹⁶³ qui sera révisée en 2001 pour aboutir au cadre légal général dans lequel s'insère la protection juridique des IG. Nous présentons ici la loi sur les Marques No. 15-2001 ainsi que le décret d'application relatif aux IG de 2007.

La loi sur les Marques No. 15-2001 : cadre général de la protection des IG en Indonésie

En 2001, l'Indonésie révisé son cadre juridique des marques en établissant la loi No. 15-2001 sur les Marques (République d'Indonésie, 2001). Cette loi consacre trois articles spécifiques aux IG (articles 56 à 58).

L'article 56(1) établit que « les IG doivent être protégées comme des signes indiquant l'origine de biens, pour lesquels l'environnement géographique, pouvant être des facteurs naturels, humains ou une combinaison des deux, confère aux biens des caractéristiques et une qualité spécifiques ». Cette définition apparaît proche de celle donnée par les Accords de Lisbonne de 1958, non signés par l'Indonésie. En effet, aucune référence n'est faite à la réputation (qui est mentionnée dans l'ADPIC) comme argument d'enregistrement ; un lien plus direct entre les facteurs de production du terroir et les caractéristiques du produit doit être démontré.

Selon l'article 56(2) de la loi No. 15-2001, la protection juridique des IG découle d'un enregistrement officiel¹⁶⁴ faisant suite à une demande formelle portée par (1) une institution représentant la société dans la zone de production (acheteurs, producteurs, artisans, commerçants), (2)

¹⁶² Selon la loi n°8 de 1999 sur la protection des consommateurs de la République d'Indonésie, article 9(1), « il est interdit pour un producteur d'offrir, promouvoir ou communiquer sur certains produits de manière malhonnête, et/ou prétendre à tort que certains biens proviennent de certains lieux d'origine ».

¹⁶³ La loi n° 14 – 1997 sur les Marques comporte le chapitre IXA sur Indications Géographiques et Indications de Provenance, qui définit les IG comme « un signe qui indique le lieu d'origine des marchandises dues à l'environnement géographique, y compris les facteurs naturels, les facteurs humains, ou une combinaison de ces deux facteurs qui confère des caractéristiques spécifiques et une qualité aux produits fabriqués » (art. 79A).

¹⁶⁴ La demande peut être refusée (a) si le signe est contraire à la morale religieuse, à l'ordre public ou s'il est capable de décevoir et tromper les consommateurs sur les caractéristiques telles que la qualité, l'origine, le procédé de production ou l'usage ; (b) s'il ne satisfait pas à la définition des IG (art. 56(4)).

une institution ayant reçu une autorité pour enregistrer l'IG, ou (3) un groupe de consommateurs du produit.

La loi sur les Marques No. 15-2001 distingue ensuite IG et Indications de Provenance (articles 59 et 60), ces dernières étant des « IG non enregistrées » officiellement auprès des services de propriété intellectuelle. De ce fait, les Indications de Provenance ne sont pas protégées juridiquement.

En 2001, aucun dispositif opérationnel de protection des IG n'est encore associé à cette loi. Les IG sont donc définies mais aucun document ne précise encore les conditions d'enregistrement et la procédure à suivre par le demandeur. L'article 56(9) stipule que cette procédure devra être réglée ultérieurement par décret d'application. Dans l'attente de ce décret, le cadre juridique indonésien ne permet donc pas une réelle protection des dénominations géographiques et aucune IG ne fut enregistrée entre 2001 et 2007 (Kurniawati, 2008).

Élaboration du décret d'application No. 51-2007 sur les Indications Géographiques

Comme nous l'avons mentionné au 2.1.1., des juristes indonésiens et des experts internationaux travaillent sur le décret d'application des IG à partir de 2001. En avril 2001, l'office national de propriété intellectuelle (la DG IPR, sous tutelle du Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme) organise un séminaire national sur les IG, en partenariat avec le Cirad, l'INAO et l'Ambassade de France. La principale question concerne le régime de protection (régime des marques ou système *sui generis*). La DG IPR indique sa position sans équivoque « *nous avons suivi le modèle français. Aux USA et en Australie seuls les vins peuvent être reconnus comme des IG, mais nous avons en Indonésie de nombreux produits locaux à protéger qui ne sont pas des vins. L'approche française nous convenait mieux. Nous avons aussi choisi les IG car les marques protègent seulement pour quelques années alors qu'avec les IG, il n'y a pas de limites de durée* » (entretien à la DG IPR).

Les différents séminaires et ateliers nationaux sur les IG ainsi que les missions d'experts ont donné lieu à plusieurs versions intermédiaires du décret d'application. Nous avons pu collecter quatre versions provisoires établies progressivement entre 2001 et 2007 ainsi que les minutes de certaines des séances de travail de ces séminaires. Nous remarquons que le décret a été particulièrement remodelé en 2004, suite aux deux séminaires organisés à Jakarta en février 2004 et en décembre de la même année à Bandung. Nous donnons ici un résumé des principaux points débattus lors de ces séances de travail.

➤ Point de débat 1 : Intensité du lien à l'origine et manière de la démontrer

Plusieurs acteurs indonésiens pensaient que l'exigence de prouver systématiquement le lien à l'origine pourrait décourager les producteurs de s'engager dans des démarches d'IG. Ils souhaitaient que la réputation du nom géographique, attestée par une enquête de consommateurs et des principaux acheteurs, puisse suffire pour l'enregistrement. Les experts australiens ont appuyé cette volonté indonésienne mais les experts européens ont insisté sur le fait qu'un lien à l'origine trop faible pourrait compromettre la reconnaissance des IG indonésiennes en Europe. L'Indonésie a finalement choisi de se réserver la possibilité de faire reconnaître ses IG en Europe. Ainsi, le lien à l'origine (qualités spécifiques, influence des facteurs naturels et humains de production) doit être systématiquement argumenté dans chacune des demandes.

➤ Point de débat 2 : Le rôle des gouvernements locaux

Le niveau d'implication et les compétences des gouvernements locaux ont été discuté. Un rôle important des gouvernements locaux était décrit dans une première version du décret de février 2004 (identification des produits, participation à la rédaction du cahier des charges, supervision des montages de projets d'enregistrement). Ce rôle est relativement réduit dans la version du décret de décembre 2004 (Risang Ayu, 2009) et il se résume à une « lettre de recommandation » faite par les gouvernements locaux et adjoint à toute demande d'enregistrement. Cette « lettre de recommandation » doit attester que la zone géographique de l'aire de production identifiée pour l'IG est pertinente. Ainsi, le décret ne contraint aucunement les gouvernements locaux à participer activement au montage du dossier d'enregistrement.

➤ Point de débat 3 : Ressources naturelles, savoir-faire traditionnels et artisanat

Les experts se sont interrogés sur la possibilité d'étendre le champ d'application des IG aux ressources naturelles, à la biodiversité, aux savoir-faire traditionnels et à l'artisanat. Selon M. Risang Ayu, chercheuse en droit à l'Université de Padjadjaran et participante aux séminaires sur les IG, ceci traduit la volonté des acteurs indonésiens d'utiliser la relative « plasticité » des IG pour combler un vide juridique sur la protection des ressources naturelles et des savoir-faire traditionnels en Indonésie. Les discussions ont abouti sur le compromis selon lequel les IG ne pourront pas protéger les ressources naturelles, les savoir-faire (agricoles) seront protégés indirectement au travers des IG (facteurs humains de production) en particulier dans le cas de produits d'artisanat qui entreront dans le champ d'application.

➤ Point de débat 4 : Conflit Marque/IG

L'Indonésie enregistre plusieurs milliers de marques commerciales chaque année. La question s'est posée de savoir comment faire si une marque privée déjà enregistrée utilise une dénomination géographique. Le choix a été fait d'accorder un délai de deux ans au détenteur d'une telle marque pour l'annuler. En outre, il est décidé que la « priorité » est donnée aux IG en cas de conflits. Toute demande d'enregistrement d'une marque comportant une mention géographique sera transférée de la division des marques à la sous-division des IG au sein de la DG IPR.

Le décret d'application No. 51-2007 permettant l'enregistrement et la protection des IG en Indonésie est signé par le Président de la République le 4 septembre 2007. Nous soulignons que le cadre juridique des IG reste dépendant de la loi sur les Marques No. 15-2001, bien que les dénominations géographiques ne soient pas protégées par des marques de nature collective (la marque de certification n'existe d'ailleurs pas en Indonésie) mais bien par des IG. Il est parfois difficile de qualifier formellement ce cadre juridique de *sui generis*, car il n'existe pas de loi spécifique aux IG ; pour autant, le décret d'application No. 51-2007 offre un cadre juridique bien spécifique aux IG que l'on pourrait entendre comme un système *sui generis*. Ce décret constitue aujourd'hui le texte juridique de référence pour les IG en Indonésie (une traduction du décret en anglais est fournie dans l'annexe A5.1).

2.2. Le dispositif actuel de protection des indications géographiques

Nous présentons ici les points essentiels du système national des IG en Indonésie c'est-à-dire principalement le contenu du décret No. 51-2007 ainsi que le dispositif général de mise en œuvre de ce décret. **Les organes publics compétents** sont d'abord présentés (2.2.1.), puis nous expliquons de manière synthétique les **conditions, la procédure et les effets de l'enregistrement d'une IG** (2.2.2.). Les **modalités de mise en œuvre du dispositif** (2.2.3.) sont ensuite présentées.

2.2.1. Les organes publics compétents sur les indications géographiques

L'Office national de la propriété intellectuelle

Les IG, comme tous les DPI indonésiens, sont gérées officiellement par la DG IPR. Une section des IG a été créée en 2007 dans l'organigramme de la DG IPR ; il s'agit d'une sous-direction au sein de la Direction des Marques. Cette section IG comptait dix employés en 2013. Selon l'article 7(1) du décret, cette section est officiellement chargée de l'examen *administratif* des demandes d'enregistrement d'IG.

La DG IPR, au travers de la section des IG, a la compétence d'organiser des séminaires et de colloques nationaux et internationaux sur les IG et de réaliser des activités des sensibilisation sur les IG auprès de différents acteurs publics, en particulier les gouvernements locaux des provinces et les organes publics provinciaux de la propriété intellectuelle, et auprès des acteurs privés (exportateurs notamment).

Selon l'article 15 du décret, les utilisateurs d'IG (acheteurs, commerçants, etc.) doivent faire la demande auprès de la DG IPR qui tient un registre des utilisateurs des IG.

La Commission d'Experts des indications géographiques (TAIG)

Pour épauler la section des IG dans l'examen des demandes d'enregistrements, le décret prévoit la création d'une commission d'experts des IG (art. 14 du décret). Cette commission a été constituée en 2008, elle est nommée TAIG (*Tim Akhli Indikiasi Geografis*, c'est à dire « équipe d'experts en indications géographiques ») et compte depuis sa création sept membres.

Comme le précise l'article 14, la TAIG est un « organe non structurel » c'est-à-dire qu'elle mobilise des personnes travaillant pour différents ministères ainsi que des experts affiliés à des structures non ministérielles (recherche, consultants...) ¹⁶⁵.

La TAIG est chargée de deux missions majeures : (1) effectuer l'examen *substantif* des demandes, c'est-à-dire vérifier le fond du dossier par des visites de terrain (art. (8)) et (2) assurer le contrôle de l'usage des IG sur le territoire indonésien (art.19). Une équipe de « *Technical Controlling* » rassemblant des agences publiques et des institutions privées devrait être créée pour assister la TAIG dans cette mission de contrôle. Elle participe également aux missions de sensibilisation des provinces sur les IG.

La TAIG se réunit en moyenne une fois par mois en session plénière. Pour chaque dossier d'enregistrement en cours d'examen, un ou deux membres sont désignés comme référents et organisent

¹⁶⁵ La TAIG comprend deux personnes du Ministère de l'Agriculture, deux personnes du Ministère de l'Industrie, une personne du Ministère de la Pêche, une personne du Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme, ainsi que Surip Mawardi que nous avons mentionné précédemment (chercheur café à l'ICCRI) qui reçoit la responsabilité de diriger la TAIG. Les sept membres de la TAIG ne travaillent pas à temps plein sur les IG, chacun conserve son poste initial. Ces personnes ont été sélectionnées car elles avaient une connaissance sur les IG et afin de représenter les différents ministères et instituts jugés stratégiques pour le développement des IG en Indonésie. Il est décidé de manière informelle que la commission est formée pour cinq ans.

en interne des réunions de travail plus spécifiques sur le dossier. Des déplacements dans les localités sont fréquents afin de consolider le dossier de demande en collaboration avec les acteurs locaux impliqués dans la démarche (visites et expertises sur le terrain, échanger avec les producteurs, ateliers sur les pratiques de production et la délimitation de l'aire géographique, choix du logo, etc.).

La TAIG reçoit de la DG IPR un budget annuel d'un milliard d'IDR par an¹⁶⁶, soit environ 66 850 euros, pour assurer l'assistance technique dans le montage des projets, la socialisation en provinces, ainsi que des missions de contrôle post-enregistrement. L'ensemble des membres de la TAIG estiment que ce budget est trop faible et qu'il devrait être réévalué pour faciliter le développement des IG indonésiennes compte tenu du nombre grandissant de demandes d'enregistrement.

Le Ministère de l'Agriculture au travers du P2HP

Le ministère de l'Agriculture est représenté à la TAIG par deux membres. Depuis 2012, son implication a été renforcée par une intégration des IG aux activités du P2HP (Direction Générale de la Transformation et Mise en Marché des Produits Agricoles - *Pengolahan dan Permasaran Hasil Pertanian* – au sein du Ministère de l'Agriculture). Le P2HP a la possibilité de soutenir financièrement les projets d'enregistrement d'IG¹⁶⁷ à hauteur de 100 millions d'IDR par projet (soit 6 514 euros). Ce budget est transféré du P2HP aux gouvernements locaux des provinces qui peuvent l'utiliser pour organiser les ateliers de préparation du cahier des charges, pour renforcer l'association locale de l'IG, pour rémunérer l'expertise nécessaire pour le dossier ou pour inviter si besoin un membre de la TAIG (Ministère de l'Agriculture, 2012, p. 67).

Les gouvernements locaux et organes publics des provinces

Comme nous l'avons précisé au 2.1.2, les gouvernements locaux fournissent une lettre de recommandation attestant de la validité de la zone de production. Ils participent également avec des degrés d'implication variables à la constitution du CdC (nous y reviendrons).

En contre partie du budget alloué par le P2HP, les gouvernements locaux financent généralement une partie des activités menées sur le terrain pendant le montage du dossier.

¹⁶⁶ IDR signifie Indonesian Rupiah ; le taux de change en décembre 2015 est : 1 euro = 15 403 IDR (site www.xe.com/fr/, convertisseur de devises en ligne).

¹⁶⁷ Ce soutien financier ne peut être envisagé que pour les produits relevant du Ministère de l'Agriculture. Les produits de la mer (Ministère de la Pêche) et d'artisanat (Ministère de l'Industrie), ne peuvent pas prétendre à ce soutien.

Les services provinciaux d'extension agricole sont sollicités pendant la rédaction du cahier des charges. Ils fournissent des statistiques sur la production (volumes, prix, surfaces) et facilitent les rencontres avec les groupements de production, ainsi que l'animation de ateliers de construction du CdC avec l'association de l'IG. Ces services agricoles jouent également un rôle important après l'enregistrement de l'IG comme nous le verrons ultérieurement.

Divers agences publiques locales ou acteurs publics sont sollicitées en fonction des ressources humaines présentes dans les régions (par exemple des universités, des laboratoires publics d'analyses des produits, des centres de recherches décentralisés).

2.2.2. Conditions, procédure et effets de l'enregistrement d'une indication géographique

Conditions sur le produit

Comme précisé dans le décret No. 51-2007, « les IG sont des signes indiquant l'origine de biens, pour lesquels l'environnement géographique, pouvant être des facteurs naturels, humains ou une combinaison des deux, confère aux biens des caractéristiques et une qualité spécifiques » (art. 1(1)). L'article 1(9) mentionne l'existence nécessaire pour toute demande d'enregistrement d'un cahier des charges contenant « les informations sur la description concernant les qualités et les caractéristiques spécifiques du produit permettant de le différencier des autres produit de sa catégorie ». L'article 6(3) détaille le contenu exigé dans le CdC :

- a) Nom de l'IG ;
- b) Le nom des produits protégés par cette IG ;
- c) Description des caractéristiques spécifiques et des qualités distinctives du produit par rapport aux autres de sa catégorie, ainsi que la description du lien à l'origine ;
- d) Description de l'environnement géographique et des facteurs naturels, humains inhérents, qui, ensemble, ont un effet sur la qualité ou les caractéristiques du produit ;
- e) Description des limites de la région et/ou une carte de la zone couverte par l'IG ;
- f) Description de l'histoire et des traditions liées à l'utilisation de cette IG pour désigner le produit dans sa région ainsi qu'une description de sa reconnaissance par la un public pertinent ;
- g) Description du processus de production, de transformation permettant à tout producteur de la région de produit ce bien ;
- h) Description des méthodes de contrôle de la qualité des produits ;
- i) Label apposé sur les produits respectant les conditions d'obtention de l'IG

Nous remarquons donc que la preuve du lien à l'origine par les facteurs naturels et humains de production est exigée. Il n'est pas fait mention de la réputation.

Conditions sur le déposant

Dans la ligne de la loi sur les Marques de 2001, selon l'article 5 du décret de 2007, le demandeur d'un enregistrement en IG peut être : (a) une institution qui représente la société dans la zone dans laquelle sont produits les biens - personnes qui exercent une activité commerciale sur des produits naturels ou des ressources naturelles, des producteurs de produits agricoles ; des personnes faisant de l'artisanat ou des produits industriels, des commerçants vendant de tels produits ; (b) une institution considérée compétente par les autorités indonésiennes ; (c) un groupe de consommateurs des produits concernés.

On remarque que le décret ne précise pas clairement la création d'une association d'IG, bien que « une institution représentant la société dans la zone » (a) y fasse référence. Comme nous le verrons au 2.2.3., deux guides de mises en œuvre des IG ont été édités entre 2012 et 2014. Ils font tous les deux références au « groupement local demandeur de l'IG » (*GI managing group*) qui est désigné comme le demandeur de l'enregistrement et l'institution principale de la gestion de l'IG après enregistrement. Le cadre juridique semble encore à préciser sur ce point fondamental des dynamiques d'IG. Selon nos entretiens auprès de la DG IPR, ces associations locales d'IG peuvent avoir plusieurs statuts¹⁶⁸.

En pratique, aucun dépôt de demande d'enregistrement n'a été fait par un groupe de consommateurs. Comme nous le verrons à la fin du 2.3., une révision du cadre juridique propose de modifier cette partie du cadre juridique pour retirer la possibilité des consommateurs à demander un enregistrement (Risang Ayu, 2009 ; Thévenod-Mottet, 2013).

Procédure d'enregistrement

Le décret précise les étapes de la procédure d'enregistrement (art. 7, 8, 9 et 10). Le dépôt de la demande (formulaire, CdC) est suivi d'un examen administratif réalisé par la DGIPR (le coût de cet examen est de 500 000 IRD soit 32 euros). Une fois validé administrativement, la DG IPR transmet le dossier à la TAIG pour un examen substantif qui implique des visites de terrain visant à vérifier la conformité du contenu avec les conditions locales de production (le demandeur doit à nouveau payer 500 000 IDR pour déclencher l'examen substantif). Lorsque la TAIG valide le dossier, l'enregistrement

¹⁶⁸ *Persekutuan Perdata* (partenariat civil) ou *koperasi* (coopérative de producteurs) qui relèvent du Ministère de la Justice, *Organisasi masyarakat* (organisation du peuple) qui relève du Ministère de l'Intérieur. Dans chacun des cas, les associations d'IG déposent officiellement des statuts auprès du *bupati* (chef de district) et éventuellement du gouvernement provincial (selon la zone de production). Ce type d'organisation ne peut réaliser aucun profit ; des activités commerciales peuvent être réalisées mais l'ensemble des bénéfices doit être restitués aux membres.

de l'IG est publié dans la Gazette Officielle des IG et l'enregistrement officiel au Registre Général des IG a lieu (délivrance d'un certificat d'enregistrement au demandeur). La figure 9 présente les étapes de cette procédure ainsi que les délais de ces différentes étapes.

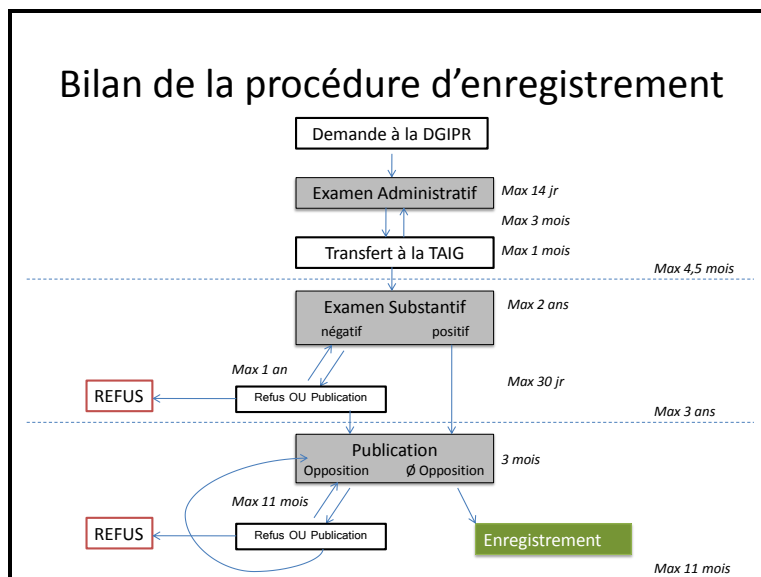


Figure 9 : Étapes de la procédure d'enregistrement d'une IG en Indonésie et délais

Effets de l'enregistrement

La durée de protection d'une IG enregistrée est illimitée dans le temps « tant que les caractéristiques spécifiques et la qualité du produit pour lesquelles la protection a été accordée, existent » (art. 4.). L'enregistrement de l'IG entraîne une protection juridique contre (art. 25):

- L'usage commercial de l'IG (direct ou indirect) pour un produit ne correspondant pas au CdC ;
- L'usage commercial de l'IG pouvant tromper le consommateur sur la réelle origine d'un produit, un usage tentant d'utiliser à tort la réputation ;
- L'usage illégal de l'IG même si la provenance réelle du produit est mentionnée ;
- L'usage frauduleux de l'IG pour des informations concernant la provenance, la nature, les qualités d'un bien, apparaissant sur l'emballage, dans la publicité ou autres documents ;

Cet article 25 du décret sera précisé dans la Note Explicative Relative au Décret No. 51-2007 (République d'Indonésie, 2008) qui stipule à la page 9 que tromper le consommateur sur l'origine réelle peut procéder de l'utilisation de mentions telles que « style, ayant la même apparence que, semblable,

fait à la manière de, à la façon de, genre, similaire, comme »¹⁶⁹ ainsi que la traduction de dénominations. Le degré de protection des IG indonésienne, qui s'applique donc à tous les produits, est élevé au regard des dispositions de l'ADPIC.

2.2.3. Modalités générales de mise en œuvre du dispositif

Cadre général de mise en œuvre : le Memorandum of Understanding sur les IG

Un Memorandum of Understanding (MoU) entre trois Ministères (Justice et Droits de l'Homme / Intérieur / Agriculture¹⁷⁰) a été signé le 26 Avril 2011 (République d'Indonésie, 2011a). Ce document est intitulé « *note sur le développement du potentiel des produits IG pour les denrées agro alimentaires* ». Ce document est le premier pas d'une politique publique pour le développement des IG.

L'introduction rappelle l'importance des IG et de leur protection, ainsi que le rôle fort des provinces/districts dans leur développement qui doit s'exercer de manière transversale, *via* les antennes locales de ces trois ministères. Les articles 1 et 2 du MoU énoncent une série d'objectifs généraux : élaborer et augmenter le potentiel des produits IG pour développer l'économie nationale, augmenter la créativité de la société pour utiliser et bénéficier des DPI, augmenter la collaboration et la coordination entre les ministères pour mettre en place un système de protection des DPI, faire un inventaire du potentiel des IG pour les produits agro alimentaires (avec la coopération des trois ministères au niveau des districts), développer les capacités des ressources humaines sur IG, apporter une assistance technique pour l'enregistrement des IG, développer et renforcer les IG déjà enregistrées.

La responsabilité des trois ministères est répartie dans l'article 4. Le Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme doit « éduquer la société sur protection des IG (*sosialisasi*) », faire de la formation et supervision sur les IG et faire des évaluations régulières de la protection des IG. Le Ministère de l'Intérieur est chargé de la coordination de la protection entre les niveaux national/district et de coordonner et préparer les ressources humaines au niveau districts sur la question des IG. Le Ministère de l'Agriculture est chargé de faciliter le développement des IG pour les produits agroalimentaires, de développer les aspects de transformation et de mise en marché des produits IG,

¹⁶⁹ Les termes indonésiens sont « *ala, bentuknya sama dengan, serupa, dibuat dengan cara yang sama, sama sifatnya, mirip, seperti* ».

¹⁷⁰ Nous remarquons que le Ministère de l'Industrie n'est pas mentionné, plusieurs acteurs questionnés sur ce point estiment que l'industrie n'apparaît pas car l'artisanat n'est pas concerné par ce document. Ceci confirme le débat sur la place des produits d'artisanat dans le champ de protection des IG en Indonésie.

faciliter les moyens de gestion (management) des produits IG (c'est-à-dire d'accompagner les associations locales d'IG dans la gouvernance des DIL associés aux IG).

Le financement de ces activités sera assuré respectivement par les trois ministères concernés (aucun montant n'est précisé par le MoU). La durée de ce MoU est de 4 ans. Selon les acteurs enquêtés, ce document constitue un début de répartition des rôles et d'identification des axes de développement des IG en Indonésie. Nous comprenons que l'axe technique (montage des dossiers, évaluation, suivi...) est clairement confié à l'Agriculture.

Même si l'application de ce MoU n'est pas immédiate, ni systématique dans toutes les localités, les acteurs enquêtés soulignent qu'il permet de « *formaliser les activités de la TAIG* », surtout pour ce qui est des sensibilisations dans les localités. « *Cela nous légitimise pour faire des réunions dans chaque province. Maintenant, nous allons les voir directement, sans devoir attendre une demande de réunion de leur part* » (entretien section des IG à la DG IPR).

Guides de mises en œuvre des indications géographiques en Indonésie

En 2012, le P2HP a édité un guide de 35 pages à destinations des gouvernements locaux et associations locales d'IG, « Orientations techniques pour la mise en œuvre des Indications Géographiques, année 2012 » (Ministère de l'Agriculture, 2012b). Ce guide reprend les principaux éléments du cadre juridique, détaille le contenu attendu des CdC et la procédure d'enregistrement, souligne les effets positifs des IG (en distinguant économique, écologique, social et juridique) et insiste sur l'importance des IG dans l'autonomisation des gouvernements locaux et la nécessité de créer des associations locales d'IG pour fédérer les producteurs dans une démarche collective locale.

Un « GI Applicant's Guide » est publié en octobre 2014 dans le cadre du projet EU-Indonesia Trade Cooperation Facility¹⁷¹. Ce guide reprend les conditions et procédures d'enregistrement, fournit plusieurs exemples issus de cas d'IG enregistrées en Indonésie et détaille les droits/devoirs (légaux) mais aussi les responsabilités qui incombent à l'association de l'IG. Ainsi, en page 22, la gestion de l'IG (gérer, favoriser et évaluer l'utilisation de l'IG) revient au groupe de producteurs ayant fait la demande et qui est constitué « d'agriculteurs rassemblés sous la direction du gouvernement local ». Ce groupe est décrit comme à l'interface avec les autorités publiques, il est en charge de la promotion de l'IG, il veille au respect du CdC, il assure la défense (juridique) de l'IG.

¹⁷¹ Le guide est disponible en anglais à l'adresse : <http://ebook.dgip.go.id/media-hki/filemedia/lainnya/b-inggris/#p=1> (page consultée le 21/11/15).

Création de l'Association Indonésienne des Indications Géographiques

En 2015, plusieurs sessions de travail sur les IG ont lieu dans le cadre du projet EU-Indonesia Trade Cooperation Facility et du projet de coopération Suisse-Indonésie sur les DPI (ISIP). En septembre 2014, les responsables des associations d'IG enregistrées se sont réunis à Yogyakarta avec la DG IPR, la TAIG ainsi que les représentants de plusieurs ministères indonésiens. La création de l'Association Indonésienne des Indications Géographiques a été décidée afin d'établir un cadre national d'échanges entre les expériences des diverses IG enregistrées en Indonésie et travailler au renforcement des capacités des associations locales d'IG. Un logo national des produits IG a été choisi (figure 10). L'Association Indonésienne des Indications Géographiques prévoit d'entamer des actions de promotion autour de ce logo dès 2016.



Figure 10 : Logo national des indications géographiques en Indonésie

Sensibilisation des acteurs publics et des provinces

Des séminaires sur les IG sont régulièrement organisés en Indonésie depuis la signature du décret d'application de 2007¹⁷² à l'occasion desquels des experts nationaux et internationaux analysent les avancées de la protection des IG en Indonésie et les enjeux actuels (des représentants des Ministères sont invités à chacun de ces séminaires).

La sensibilisation dans les provinces est réalisée par des ateliers rassemblant les gouvernements locaux, les services agricoles provinciaux, quelques groupements de producteurs ainsi que des acheteurs

¹⁷² Nous pouvons citer le Séminaire International du 27 avril 2011 organisé par la DG IPR à Jakarta sur « *Les IG en Indonésie et ses enjeux en tant qu'outil de marché* », le Séminaire National sur les « *IG café indonésiennes* » organisé par le Ministère de l'Agriculture et l'association de cafés de spécialité d'Indonésie à Bogor le 18 avril 2013, le Workshop organisé par le TCCF-UE-Indonésie « *Geographical Indication : A key tool for rural development of local products towards national and international markets* » du 11 décembre 2014, le Workshop « *Exploring the way forward for Geographical Indications in Indonesia* », Jakarta, les 25 et 26 Février 2015.

identifiés par les services agricoles¹⁷³. Les membres de la DG IPR et de la TAIG se déplacent directement dans les régions pour assurer ces sensibilisations qui ont commencé en 2010. L'objectif était de réaliser au moins trois sensibilisations en province par an (entretien TAIG). Selon les membres de la TAIG, les réactions des gouvernements locaux en provinces sont positives, le concept d'IG pour protéger le lien à l'origine fait sens et les acteurs publics locaux participent lors de ces ateliers à l'identification de produits potentiels issus de leur région. En 2014 un vingtaine de provinces sur 33 ont accueilli cette réunion de sensibilisation.

Initiation des démarches d'enregistrement

Concrètement, les projets d'enregistrement peuvent naître selon trois voies : (1) une initiative d'un membre de la TAIG connaissant un produit qu'il souhaite soutenir (2) une volonté forte d'un gouvernement local d'enregistrer une spécialité de sa région ou de soutenir une filière particulièrement dynamique et qui contacte la DG IPR, (3) une initiative locale sans interaction avec la DG IPR ou la TAIG¹⁷⁴.

Quelles que soient les conditions d'émergence des initiatives IG, le montage de chaque dossier est suivi étroitement par un des membres de la TAIG, selon les spécialités de chacun. La TAIG ne cache pas qu'elle se fixe l'objectif d'enregistrer quatre IG par an. Un autre objectif, à moyen terme, est d'enregistrer une IG par province à l'horizon 2020 (entretien DG IPR).

La coopération entre les gouvernements locaux et Jakarta (DG IPR et TAIG) est cruciale pour l'avancée de ces projets d'enregistrements. La DG IPR parle de localités plus ou moins « coopératives » et souligne « *nous voulons faire des projets d'IG qui fonctionnent. Si le Pemda [gouvernement local] ne coopère pas, on s'éloigne. Il faut que le projet soit faisable et que l'enregistrement puisse être fait dans un délai de deux ans* ». Les membres de la TAIG et de la DG IPR reconnaissent la dimension personnelle et relationnelle de ces projets, « *nous faisons des projets d'IG aussi parce qu'on connaît quelqu'un dans le gouvernement local et que l'on*

¹⁷³ Pour une illustration de ces sensibilisations aux IG auprès des gouvernements locaux, plusieurs articles de presse des gouvernements locaux et services agricoles : à Toraja Nord en janvier 2013 (<http://www.dishutbuntorut.info/berita-dan-rilis/item/63-sosialisasi-ig.html>, article du Bureau de la Forêt et de l'Agriculture) ; à Sumatra Ouest en août 2014 (<http://www.sumbarprov.go.id/details/news/3008>, article de presse du gouvernement local) ; à Java Est en mars 2015 (<http://portal.banyuwangikab.go.id/news/detail/4678/sosialisasi-indikasi-geografis-ig-durian-merah-dan-manggis-banyuwangi.html>, article du gouvernement local) ; à Java Centre le 27 juin 2015 : http://pertanian.magelangkab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=31:sosialisasi-produk-indikasi-geografis-kabupaten-magelang&catid=271:kategori-1, article des services agricoles locaux).

¹⁷⁴ Ces cas, au nombre de 4 (poivre noir du Lampung, Chèvre de Kaligesing, poisson Blenyek de Jepara, chips de poisson de Jepara), ont créé la surprise à Jakarta et ont été refusé, dans l'attente d'améliorations à apporter au CdC.

sait que cela va marcher. Ou parce qu'on connaît des acheteurs qui seront d'accord pour participer. En fait c'est un peu comme si on avait des « ambassadeurs » ou des « correspondants » dans les régions ! Par exemple à Florès sur le café, je connais le professeur de la faculté qui rédige le cahier de charges, à Bali, on connaît des acheteurs, comme à Gayo. Pour le poivre blanc de Muntok, quelqu'un de la TAIG est en relation avec le gouvernement local pour des raisons personnelles » (source : entretien DG IPR).

Le guide de mise en œuvre des IG édité en 2012 par le P2HP identifie trois « instances » pour piloter les démarches locales. La première est le « groupe exécutif local » constitué essentiellement du gouvernement local et de services agricoles, la deuxième est la TAIG qui assure le suivi et l'examen substantif, la troisième est le « groupement demandeur de l'enregistrement » qui est constitué d'agriculteurs, de groupements d'agriculteurs (coopératives), de commerçants et exportateurs, des dirigeants communautaires et autorités locales. Les missions de ce groupe demandeur sont de développer l'adhésion de nouveaux membres, de définir les droits et obligations des membres (règlement intérieur) et de mettre en place un programme de travail autour de l'IG.

La DG IPR souhaite mettre en place un système de financement systématique des projets d'IG. Actuellement, le financement se fait au cas par cas, en général par la combinaison de plusieurs sources de financements : les produits relevant du Ministère de l'Agriculture peuvent solliciter l'aide du P2HP, les gouvernements locaux peuvent apporter des contreparties, des projets et institutions internationales (PNUD, USAID, Coopération Suisse, UE, etc.) soutiennent certaines démarches (entretien TAIG/DGIPR).

Suivi post-enregistrement

Les membres de la TAIG réalisent des missions de suivi après l'enregistrement (au moins une mission dans les deux années consécutives à l'enregistrement). Il s'agit d'évaluer l'avancée de la mise en œuvre du CdC, le fonctionnement de l'association locale, les éventuelles difficultés.

Un rapport d'évaluation est remis aux services agricoles et au gouvernement local afin de faciliter la suite de l'accompagnement.

2.3. Utilisation du dispositif des indications géographiques en Indonésie depuis 2007

Nous présentons dans cette sous-partie une vision d'ensemble synthétique des premières utilisations du dispositif institutionnel du système national des IG en Indonésie depuis 2007. Nous

commençons par souligner l'importance des IG pour les **terroirs de café indonésiens (2.3.1.)**, puis nous dressons un **tour d'horizon des 28 IG enregistrées (2.3.1.)**. Nous terminons en soulignant les **évolutions attendues de ce dispositif (2.3.3.)**.

2.3.1. Un travail autour des terroirs de café indonésiens

Selon les membres de la TAIG déjà présents au moment de l'élaboration du cadre juridique, l'intérêt de travailler sur les cafés indonésiens est apparu très tôt, du fait d'une signification du lien à l'origine particulièrement importante dans les représentations des consommateurs indonésiens et du potentiel des cafés d'origine en Indonésie (Sommeng, 2008 ; Mawardi, 2009).

En parallèle de la construction du décret d'application, un projet d'enregistrement d'une IG « pilote » sur un café indonésien commence en 2002. Ce projet a été largement stimulé par l'engagement de Surip Mawardi¹⁷⁵, qui a porté le projet auprès des Ministères et lors de séminaires d'acheteurs de café, jusqu'à l'obtention d'un financement par l'Ambassade de France. Trois terroirs de café avaient été présélectionnés (Toraja, Papua et Kintamani Bali). Nous présentons dans l'annexe A5.2 une synthèse des missions effectuées à Bali sur le café de Kintamani qui sera retenu.

Le projet d'enregistrement de la première IG indonésienne démarre en 2002, il est mené en collaboration par le Cirad, l'INAO, l'ICCRI ainsi que les services agricoles de la province de Bali. Nous entrerons dans le détail de ce cas dans le chapitre 6. La demande d'enregistrement de l'IG sera envoyée à la DG IPR dès la promulgation du décret sur les IG en 2007. Le café de Kintamani Bali sera enregistré comme IG en 2008 et deviendra la première IG indonésienne.

Depuis ce premier enregistrement près d'une vingtaine de terroirs de café indonésiens ont fait l'objet de recherche afin d'évaluer leur potentiel pour un enregistrement en IG. Le dynamisme des chercheurs de l'ICCRI a permis d'avancer rapidement sur les aspects techniques de ces demandes, les questions institutionnelles et organisationnelles se sont avérées plus compliquées.

Selon l'AEKI (Association des Exportateurs de Café d'Indonésie), plus de 75 % du café indonésien exporté est du café robusta pour lequel la qualité importe moins que pour le café arabica. En 2011, cette association ne connaissait pas les IG et estimait que le signe n'avait que peu d'intérêt pour les importateurs principaux du café indonésien (marché émergents, Chine, Inde, Russie). L'AEKI souligne

¹⁷⁵ Surip Mawardi reconnaît lui-même avoir réalisé plusieurs missions sur financements propres en préparation du projet d'enregistrement de l'IG Kintamani, afin d'évaluer le potentiel de ce produit pour l'enregistrement dès les années 1990.

que les marchés d'exportation de café sont caractérisés par une pratique courante de mélange par les exportateurs/importateurs de café de diverses origines afin d'équilibrer les qualités aromatique des cafés après torréfaction. De ce fait, la majorité des exportateurs ne mentionnent que l'origine « Indonésie » à l'export, sans distinguer les origines plus précises des cafés. L'AEKI estime que les exportateurs ne pourront investir dans le système IG et que c'est à l'État de financer la certification et de faire de la sensibilisation. L'AEKI précise que les IG pour les cafés indonésiens ne pourront être efficaces que si elles sont reconnues dans les pays importateurs, l'exemple du café Toraja (devenue IG en 2013) et enregistrée comme une marque privée au Japon est cité pour illustrer le problème de continuité de la protection.

Si l'AEKI se montre plutôt réticente aux IG, plusieurs exportateurs de cafés typiques ainsi que l'Association des Cafés de Spécialité d'Indonésie (SCAI) sont en revanche plus intéressés par le signe. Depuis 2008, la SCAI rassemble des exportateurs de cafés arabica indonésiens qui développent une stratégie de qualité (récolte de cerises rouges, en trois fois, traitement par voie humide, limitation de l'usage d'intrant chimiques) et une communication sur les cafés d'origine. Les IG sont un des outils sur lesquels la SCAI communique auprès des acheteurs (en particulier au Japon) pour souligner la qualité liée à l'origine de café arabica d'Indonésie. L'exportateur de café arabica Maharaja Coffee, membre de la SCAI, mentionne l'origine du café pour l'ensemble de ses produits¹⁷⁶. Il estime que l'origine des cafés est importante et que les prix s'établissent en fonction de ces origines (et des qualités du café pour l'année en cours). Depuis 2011, il utilise le logo de l'IG Kintamani Bali sur ses emballages (figure 11).

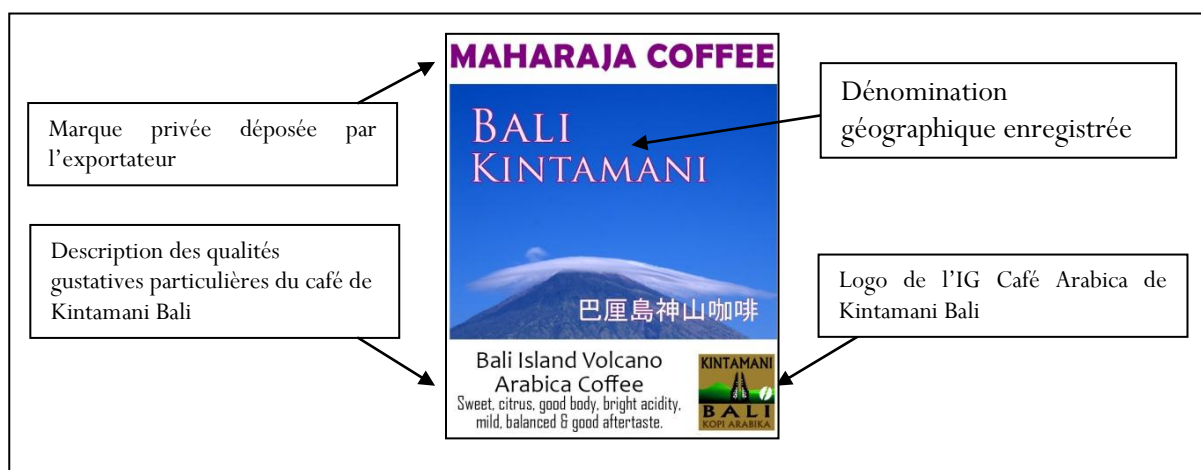


Figure 11 : Étiquette apposée sur les paquets de café de Kintamani vendus par Maharaja Coffee

¹⁷⁶ Organica Aceh Gayo, Organica Flores Bajawa, Bali Kintamani, Natural Papua Wanena, Sumatra Mandheling, Tana Toraja.

L'ensemble des torréfacteurs et *coffee shops* enquêtés connaissent les IG et soulignent l'importance de l'origine des cafés indonésiens. Au moins six origines géographiques différentes sont mentionnées sur leurs produits (Gayo, Mandheling, Papua, Toraja, Kintamani, Java) et des prix différents sont pratiqués selon ces origines et la qualité du café de chaque terroir dans l'année concernée. Les logos d'IG ne sont pas utilisés et certains torréfacteurs expriment un manque d'information sur les possibilités d'utilisation de ces logos (ils ne sont pas certains d'être autorisés à les utiliser).

2.3.2. Tour d'horizon des indications géographiques indonésiennes

Identification des produits potentiellement candidats à l'IG

Nous avons collecté plusieurs documents recensant les produits potentiellement candidats à l'enregistrement en IG en Indonésie. Mawardi (2005) identifie 27 produits potentiels qu'il classe en cinq catégories – agriculture, textile, artisanat, boissons et produits artistiques. La DG IPR édite en 2011 un livret qui présente 39 produits IG potentiels classés province par province (Ministère de la Justice, 2011). Dans le cadre du projet de coopération Suisse-Indonésie ISIP, Fournier et al. (2012) établissent une liste de 69 produits potentiels¹⁷⁷. Des inventaires sont également dressés dans les diverses provinces, par exemple en mars 2015, la province Nusa Tenggara Timur (petites îles de la Sonde situées à l'Est de Bali) recensait dans sa région 18 produits potentiels pour l'enregistrement en IG¹⁷⁸.

La diversité des produits figurant dans ces listes est importante : café, cacao et thé ; épices (poivres, cannelle, vanille, sel, clous de girofles) ; divers fruits et légumes ; du vin de Bali et *arak* (alcool traditionnel balinaise); des produits issus d'animaux (viande séchée de bœuf de Dendeng, fruits de mer) ; du riz ; de l'artisanat (couteau *Kris* de Java Centre, bijoux en argent de Bali, *batik* de Java Ouest, tissages, poteries de Yogyakarta)...

Indications géographiques enregistrées, demandeurs et refus

En 2015 (actualisation en mars 2015), l'Indonésie avait enregistré 28 IG (et trois IG étrangères). Une liste des ces IG, des demandeurs et dates d'enregistrement et des logos est fournie dans l'annexe A5.3. On peut noter l'importance des cafés qui représentent dix IG sur 28. Les autres produits sont : trois épices, quatre fruits et légumes, trois tabacs, quatre produits transformés, quatre « autres

¹⁷⁷ 19 « boissons » (dont 12 cafés), 9 *cash crops*, 9 fruits/légumes/riz, 9 produits de la mer, 8 produits transformés et 9 produits d'artisanat.

¹⁷⁸ Voir l'article sur le site internet d'information de la DG IPR : <http://humas.dgip.go.id/indikasi-geografis-ntt-go-international/> (page consultée le 28/11/15).

produits ». Selon nos entretiens, une dizaine de dossiers sont actuellement en cours d'examen à la DG IPR.

Comme nous l'avons mentionné, quelques demandes ont été refusées. Une demande dont le nom était une race de chèvre a été définitivement refusée (il existe un registre indonésien des races d'élevage, une race animale ne peut devenir une IG). Trois refus ont eu lieu du fait de preuves trop faibles sur la typicité (chips de poisson, *krupuk* de Jepara, cacahouètes de Jepara et beignets frits de Sokaraja). Un refus a été motivé par une zone de production jugée inadaptée (poivre noir du Lampung). Tous les refus (sauf celui sur la race de chèvre) ont été accompagnés d'une demande de précisions sur le CdC afin de poursuivre le montage du dossier.

Sur le total des 28 IG enregistrées en 2015, seulement deux l'ont été par des gouvernements locaux (les tabacs noir et *mole* de Sumedang en 2011). Pour les 26 autres IG, le titulaire de l'IG est une association locale rassemblant des producteurs, parfois des acheteurs, et qui a été créée généralement pendant le projet d'enregistrement de l'IG. La participation des gouvernements locaux à l'établissement de ces associations est systématique (reconnaissance officielle des statuts notamment).

Utilisation des IG, contrôle et sensibilisation des consommateurs

Nous avons précisé que selon l'article 15 du décret de 2007, les utilisateurs d'IG (utilisation du logo IG) doivent se faire enregistrer auprès de la DG IPR qui les inscrira au Registre Général des Utilisateurs d'IG. Cette demande doit être accompagnée d'une lettre provenant de chaque association de défense de l'IG des produits concernés. En 2014, 20 utilisateurs (exportateurs) ont été enregistrés pour les meubles sculptés de Jepara. Une dizaine de demandes d'enregistrement ont été faites par des exportateurs ou torréfacteurs de café mais la DG IPR estime que le Registre Général des Utilisateurs d'IG n'est pas encore véritablement actif en Indonésie.

Les groupements de producteurs de café à Kintamani et à Gayo commencent depuis 2012 à utiliser les logos IG sur des paquets de café transformés jusqu'au stade de café moulu et commercialisés localement. À Kintamani, le logo de l'IG est également imprimé sur les sacs de café vert exporté par certaines coopératives de producteurs. Nous avons également repéré en 2015 l'utilisation des logos d'IG

accompagné du logo national des IG indonésiennes pour le miel de Sumbawa (IG en 2011) et le café Flores Bajawa (IG en 2012) (figure 12¹⁷⁹).

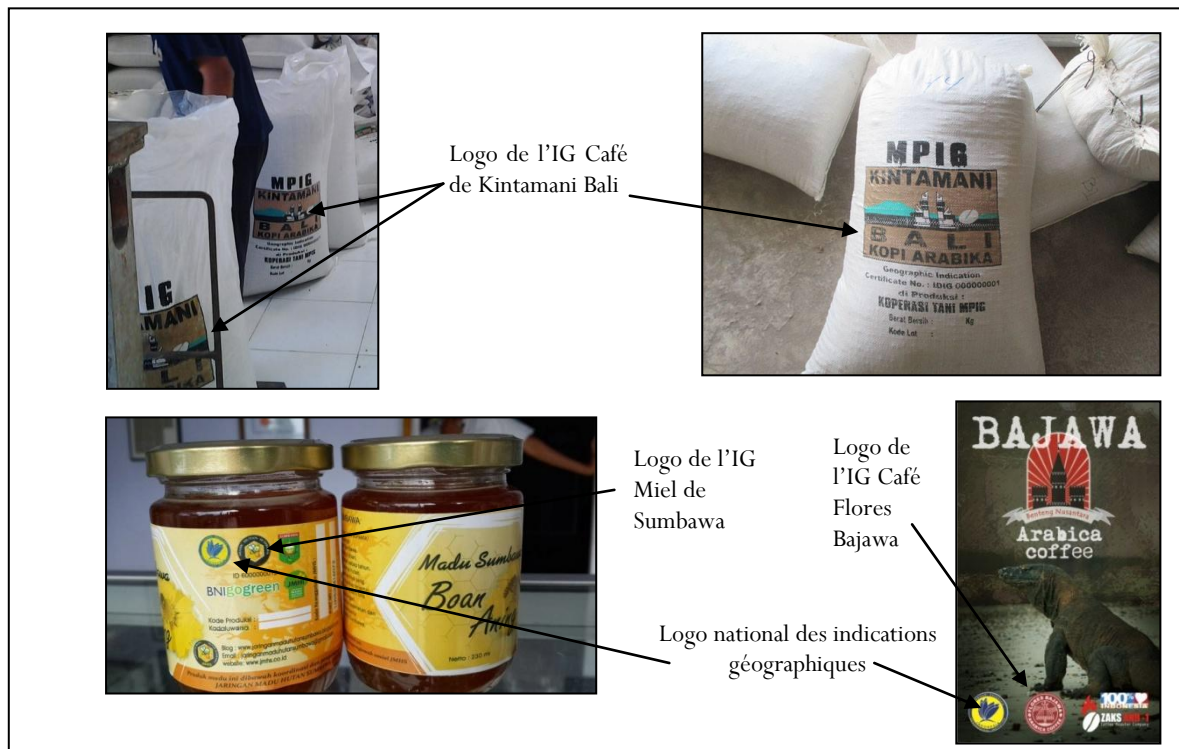


Figure 12 : Exemples d'utilisation de logos d'IG en Indonésie

La TAIG, en charge du contrôle de l'usage des IG sur le territoire indonésien, reconnaît que cette activité est difficile à mettre en pratique compte tenu des moyens dont ils disposent. Jusqu'à présent, aucun rapprochement n'a été opéré entre la DG IPR, la TAIG et le service des fraudes sur la question des IG. Il apparaît difficile pour les acteurs publics de sanctionner certains acteurs économiques pour l'utilisation des dénominations enregistrées alors que la sensibilisation sur les IG est encore en cours et que ce signe n'est pas largement connu sur le plan national. Nous avons pu observer des usurpations des noms géographiques d'IG enregistrées ainsi que des copies de logo d'IG. La position de la DG IPR et de la TAIG sur la question des contrôles est parfois ambiguë. D'une part, ces institutions ont la responsabilité des contrôles mais elles ne disposent pas de moyens efficaces pour y parvenir. D'un autre côté, la volonté de contrôler est souvent discutée car toute utilisation de logos d'IG ou de mentions d'origine sur des produits est perçue comme un moyen de faire connaître le lien à l'origine et

¹⁷⁹ Source photos : café de Kintamani photos personnelles, miel de Sumbawa (<http://jaringanmaduhutansumbawa.blogspot.fr/2014/02/jmhs-pemegang-hak-atas-kekayaan.html>), café Flores Bajawa (<https://zakscoffeeandtealab.files.wordpress.com/2015/06/bajawa.jpg>).

le signe « IG » sur le plan national. Plusieurs acteurs publics enquêtés estiment en outre qu'une copie d'un logo d'IG est un signe de succès de la démarche d'IG et que cela participe au renforcement de la réputation du produit.

Malgré les avancées récentes (création du logo national des IG et de l'association nationale des IG notamment), la sensibilisation des consommateurs indonésiens aux indications géographiques n'est pas encore une activité développée par la DG IPR. Selon cette dernière, cela demanderait un budget important qu'elle ne peut pas encore obtenir compte tenu du nombre encore trop faible d'IG enregistrées. Une enquête de consommation réalisée par Carrefour Indonésie en 2011 et 2012 sur un panel de 150 consommateurs urbains montre l'intérêt porté à l'origine géographique. En effet, 63 % des personnes sont en mesure de relier quatre produits testés à leurs origines géographiques (pomme de Malang, patate douce de Cilembu, ananas de Subang, crevettes du Lampung). Un consentement à payer plus cher de 10 % a été observé chez ces consommateurs pour un produit portant une certification garantissant la qualité et indiquant l'origine des produits¹⁸⁰.

Cependant, des sensibilisations sont faites auprès des acheteurs et exportateurs, notamment de café et d'épices. Ces sensibilisations sont assurées par les membres de la TAIG qui réalisent une présentation des IG et de leur mise en œuvre en Indonésie lors de rencontres d'acheteurs (foires, ventes aux enchères, séminaires, etc.) et au sein des associations nationales d'exportateurs.

Nous observons que l'utilisation, le contrôle des IG et la sensibilisation des consommateurs indonésiens au signe sont encore peu développées, essentiellement du fait de moyens réduits pour des activités de ce type qui demanderaient des opérations d'ampleur nationale.

2.3.3. Évolutions attendues du dispositif

D'un point de vue juridique, la majorité des acteurs nationaux s'accordent sur le fait que le cadre juridique actuel permet une protection efficace des IG dans le territoire indonésien. Ils soulignent que la reconnaissance des IG indonésiennes à l'étranger est encore problématique. Un projet de ratification de l'Accord de Lisbonne est en cours depuis 2011, une équipe nationale de juristes créée par la DG IPR (République d'Indonésie, 2011b) évalue la possibilité pour l'Indonésie de ratifier l'Accord en

¹⁸⁰ Depuis 2013, Carrefour a lancé la ligne « Carrefour Quality Line » pour certains produits indonésiens (Carrefour est le premier distributeur en Indonésie). Ces produits respectent un standard de qualité, l'origine géographique n'est pas un élément contrôlé systématiquement mais elle est toujours mentionnée pour ces produits. Carrefour organise également une « farmer week » chaque année pour les fruits et les produits de la mer afin de mettre en avant les productions plus traditionnelles d'Indonésie.

fonction du droit national de propriété intellectuelle. Cette ratification permettrait à la DG IPR de s'adresser directement à l'OMPI pour faciliter la reconnaissance des IG indonésiennes en Europe.

Un autre point important concerne la volonté de plusieurs acteurs publics et experts nationaux à orienter l'État indonésien vers l'établissement d'une loi spécifique sur les IG¹⁸¹. Actuellement, le décret de 2007 reste sous l'application de la loi des Marques de 2001, l'objectif serait de faire sortir les IG du champ d'application de cette loi (Sasongko, 2013). Ce changement n'aurait, selon les acteurs interrogés, que peu d'incidence sur le contenu de la protection et sur les procédures d'enregistrement, mais le statut de loi ferait monter la section des IG au sein de la DG IPR de « sous-direction » à « Direction » (c'est-à-dire que même niveau que les marques), ce qui augmenterait les effectifs de personnels ainsi que le montant des budgets alloués aux IG.

Du point de vue de la mise en œuvre, nos entretiens indiquent que les voies de financements des projets d'IG se stabilisent, notamment au travers du Ministère de l'Agriculture (P2HP). En 2012, onze provinces ont reçu un soutien financier pour le montage de projets d'enregistrement¹⁸². Le budget total s'est élevé à près de 2 milliards d'IRD, soit 97 000 euros (8 800 euros par produit).

La multiplication des certifications et standards sur le café notamment est soulignée par plusieurs experts et chercheurs comme une potentielle difficulté du développement des IG. Huit certifications sur le café sont identifiées en Indonésie (« organic », 4C, Fairtrade, UTZ, Starbucks, Rainforest, Global GAP, IG) et les critères de certifications ne sont pas nécessairement compatibles. Il ressort que les groupements et coopératives de producteurs « font ce que le marché demande » (source : entretien chercheur centre R&D du Ministère de l'Agriculture) et sont prêts à modifier leur pratiques selon les critères de la certification demandée par l'acteur.

¹⁸¹ Pour plus de détail sur le projet de révision du cadre juridique actuel des IG en Indonésie et sur le travail d'établissement d'une loi spécifique aux IG, se reporter au rapport d'expertise de Thévenod-Mottet (2013) faisant suite aux activités de coopération entre la Suisse et l'Indonésie sur la propriété intellectuelle.

¹⁸² Sumatra Nord (café), Sumatra Ouest (Patchouli), Jambi à Java Est (cannelle), Lampung (café robusta), Java Ouest (café et mangue), Java Centre (Mangue), Java Est (café), Sulawesi Sud (café), Bali (café), Nusa Tenggara Timur (café et légumes), Papoua (café).

III. Le système national des indications géographiques au Vietnam

Les indications géographiques sont reconnues et protégées officiellement au Vietnam depuis 1996. Nous présentons dans cette section l'émergence des IG au Vietnam en analysant le dispositif institutionnel national qui leur est dédié. Nous commençons par retracer les **étapes de la construction du dispositif (3.1.)**, puis nous détaillerons les **aspects juridiques, administratifs et opérationnels de ce dispositif (3.2.)**. Enfin, nous présentons un premier bilan de **l'utilisation du dispositif au Vietnam (3.3.)** grâce à un tour d'horizon des premières IG vietnamiennes enregistrées.

3.1. Etapes de la construction du dispositif national des indications géographiques

Dans le courant des années 1990, le syndicat d'appellation de Cognac¹⁸³ a réalisé plusieurs missions au Vietnam afin de sensibiliser les pouvoirs publics à la protection des IG et à l'importance de la reconnaissance sur le territoire vietnamien des appellations étrangères.

L'intérêt de protéger les IG est apparu progressivement aux autorités vietnamiennes. Comme l'explique Dao (2011), la construction d'un système de protection des IG au Vietnam a été initié par une collaboration entre l'État vietnamien, la Mission Économique de l'Ambassade de France et divers experts internationaux.

L'appellation d'origine est définie pour la première fois dans le Code Civil de 1995. Plusieurs décrets d'application permettront dès lors l'enregistrement d'AO au Vietnam. Une révision de ce cadre juridique commence au début des années 2000 dans le cadre de la préparation du Vietnam à l'entrée à l'OMC (qui a lieu en 2006). Cette révision aboutit à l'établissement de la loi de propriété intellectuelle de 2005, qui intègre les AO, les IG et les marques collectives comme DPI pouvant s'appliquer aux dénominations géographiques.

¹⁸³ Les activités du syndicat d'appellation de Cognac se poursuivront jusqu'à la fin des années 1990. Dao (2011) retrace le processus de construction de l'AO Nuoc Mam de Phu Quoc (première AO vietnamienne) en expliquant que plusieurs séminaires ont eu lieu à Hanoi en 1999 et 2000 avec le syndicat d'appellation de Cognac, des experts français, le Département de la propriété intellectuelle du Vietnam, le Ministère de la Pêche et des transformateurs locaux de Nuoc Mam (p. 51).

Il est admis que la protection des IG au Vietnam a connu deux périodes (Vu et Dao, 2006 ; Thomas et Dao, 2009) : la période des appellations d'origine (1996 à 2005) et la période de la loi de PI de 2005 (depuis 2005 jusqu'à aujourd'hui). Nous présenterons la **période des appellations d'origine (3.1.1.)** puis la **loi de PI de 2005, les IG et les marques de nature collective (3.1.2.)**.

3.1.1. Protection des dénominations géographiques par les appellations d'origine

La définition d'une appellation d'origine est fournie à l'article 786 du Code Civil de 1995, « une appellation d'origine peut être un nom de pays ou le nom géographique d'une localité, utilisé pour indiquer la provenance du bien lorsque l'origine géographique du produit, conditions naturelles, humaines ou une combinaison des deux, confèrent au bien des caractéristiques ou des qualités ». Comme nous l'avons souligné dans le cas de l'Indonésie, cette définition qui n'intègre pas la réputation, se rapproche de la définition de l'Accord de Lisbonne.

Afin d'obtenir une protection, une demande d'enregistrement doit être adressée au *National Office of Intellectual Property of Vietnam* (NOIP), qui est sous la tutelle du Ministère des Sciences et des Technologies (MOST). Le demandeur doit être « une personne légale ou des individus commercialisant le produit provenant de la localité et qui possède les caractéristiques décrits dans l'article 786 » (art. 796.3). Le NOIP est responsable de l'examen et de l'enregistrement de l'ensemble des droits de propriétés au Vietnam. Dans le cas des AO, c'est donc le NOIP qui a la compétence pour délivrer les « certificats de droit d'usage de l'appellation d'origine ».

Le décret d'application No. 63/CP de 1996, précise, article 64 (paragraphe 3, 5 et 8) que le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural ainsi que le Ministère des Affaires Maritimes doivent établir « des inventaires des spécialités locales, déterminer les volumes, les aires de production et les caractéristiques qualitatives des produits agricoles et aquacoles et informer les Comités populaires locaux concernés par ces zones respectives pour que des lignes directrices soient établies et des personnes/entités soient identifiées afin de leur permettre d'enregistrer des appellations d'origine pour ces produits ». Les Comités populaires locaux sont également habilités à établir eux-mêmes ces inventaires. Il est souligné que le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MARD) et le Ministère des Affaires Maritimes, ainsi que le Ministère des Sciences, Technologies et de l'Environnement doivent coopérer pour étudier et adhérer aux Décrets sur la protection des AO.

Les AO sont la propriété de l'État (« *Vietnamese appellations of origin shall be national property* », art. 65(4)). Le droit d'usage des AO revient au détenteur d'un Certificat de Droit d'Utilisation de l'AO et ne peut être transféré.

Seulement deux appellations d'origine seront enregistrées sous ce régime. Il s'agit de deux projets pilotes (Nuoc Mam de Phu Quoc et Thé Neige de Moc Chau), financés en partie par l'Ambassade de France et enregistrés en 2001 (Trinh, 2005 ; Vu et Dao, 2006).

Le décret No. 54/ND-CP sur les DPI de 2000 illustre le début d'un alignement du cadre juridique avec les standards de l'ADPIC. Ce décret mentionne le terme « indication géographique » ainsi que la « réputation/notoriété » (art 10.1) d'un produit qui peut être attribuable à son origine géographique. Aucune AO ou IG ne sera enregistrée en Vietnam entre 2001 et 2005, date à laquelle la loi de propriété intellectuelle sera établie. La prochaine sous-partie traite de ce cadre juridique, toujours en vigueur au Vietnam.

3.1.2. Loi de propriété intellectuelle de 2005, indications géographiques et marques de nature collective

La loi sur la propriété intellectuelle, entrée en vigueur au 1^{er} juillet 2006, fournit le cadre juridique de l'ensemble des DPI au Vietnam. Plusieurs décrets et circulaires consécutifs à cette loi permettront sa mise en œuvre¹⁸⁴. L'annexe A5.4 propose une compilation des textes juridiques vietnamiens (traduits en anglais) concernant la protection des IG.

La définition des IG dans la loi de PI de 2005 est donnée à l'article 79 qui précise les caractéristiques d'une IG pouvant être enregistrée. Premièrement le produit doit provenir de la région concernée et il doit présenter « une réputation, des qualités ou de caractéristiques essentiellement attribuables aux conditions géographiques de la zone, localité, territoire ou pays correspondant à l'IG ». La réputation est déterminée sur la base de la confiance des consommateurs au travers de l'étendue de leur connaissance du nom et de leur préférence pour ce produit (art. 81). Les conditions géographiques de la zone rassemblent des « facteurs naturels constitués du climat, de l'hydrographie, de la géologie, du terrain, du système écologique et autres » (art. 82(2)) et des « facteurs humains constitués des

¹⁸⁴ Décret No. 103/ND-CP sur la propriété intellectuelle (révisé par le décret No. 122/2010/ND-CP), décret No. 105/ND-CP sur la protection et la gestion des DPI (révisé par le décret No. 119/2010/ND-CP), décret No. 97/2010/ND-CP sur le traitement administratif des violations dans el champs de la propriété intellectuelle et la circulaire ministérielle No. 01/2007/TT-BKHCN (révisée trois fois en 2010, 2011 et 2013).

compétences et de l'expertise des producteurs et du processus traditionnel de production de la localité (art. 82(3)).

Les dénominations géographiques vietnamiennes peuvent également être enregistrées en tant que marques collectives ou marques de certification. Une marque collective distingue les biens ou services d'un membre de ceux des non-membres d'une organisation détenant la marque (art. 4(18)). Une marque de certification est délivrée par son détenteur à d'autres organisations ou individus pour l'utilisation sur des produits ou services afin de certifier les caractéristiques en lien avec l'origine, les ingrédients, les matières premières, les méthodes de production, la qualité, les aspects sanitaires (art. 4(18)). Il est interdit d'enregistrer une marque si le signe peut tromper ou décevoir les consommateurs quant à l'origine, les qualités ou les caractéristiques du produit (art. 73).

Les règlements d'usage de marques collectives ou de certifications doivent être fournis pour l'enregistrement (art. 105). Pour les marques de certification, une description des caractéristiques du produit doit être établie (art. 105(5c)) mais la loi de PI de 2005 n'impose pas de prouver le lien entre les qualités et l'origine géographique. Selon Marie-Vivien (2014), en pratique, les règlements d'usage dans le cas des dénominations géographiques enregistrées en tant que marques collectives au Vietnam seraient aussi détaillés que les cahiers des charges exigés pour l'enregistrement en IG. Nous avons étudié le cas de la marque collective *Nep Cay Hoa Vàng* sur le riz aromatique de *Kinh Mon* enregistrée en 2010. Le projet était initialement orienté vers l'enregistrement d'une IG mais la difficulté de prouver le lien à l'origine a conduit les acteurs à choisir la marque collective. Le règlement d'usage de la marque indique que la marque ne pourra être utilisée que par les producteurs membres de l'association et respectant le processus de production¹⁸⁵. L'association coordonne la production de six groupes de producteurs (370 membres au total), pour une production annuelle de 35 tonnes de riz décortiqué. L'association vend la production des membres à des détaillants de Hanoi et à des supermarchés.

Depuis 2005 jusqu'à aujourd'hui la protection des dénominations géographiques au Vietnam jouit d'un système particulier qui intègre à la fois un système *sui generis* de protection des indications géographiques et une protection par les marques (collectives et de certification). La difficulté d'établir avec précision le lien entre les qualités et l'origine géographique explique le nombre important

¹⁸⁵ Ce processus est détaillé dans un document annexe. La variété de riz doit être *Nep Cai Hoa Vàng* (riz gluant « fleur jaune »), le semis est réalisé du 10 au 20 juin et l'épiaison du 15 au 25 juillet. Les quantités engrais (fumier et engrais chimiques) sont précisées pour un *sào* (360 m²). L'usage de pesticides est autorisé si nécessaire, trois périodes de désherbage sont indiquées afin de retirer les épis de variétés de riz différentes et les adventices. Au moment de la récolte, les grains doivent être détachés des épis immédiatement après récolte, un séchage au soleil est obligatoire jusqu'à atteindre un taux d'humidité de 13 à 14 %.

d'enregistrements de noms géographiques en tant que marques de nature collective. Ces marques ont une validité de dix ans et doivent ensuite être renouvelées, contrairement aux IG qui restent valables indéfiniment tant que le lien à l'origine n'est pas modifié.

3.2. Le dispositif actuel de protection des indications géographiques

Nous entrons maintenant plus dans le détail du cadre juridique établi par la loi de PI de 2005 et présentons la mise en œuvre de la protection des IG au Vietnam. Les **organes publics compétents** sur les IG sont présentés (3.2.1.), puis nous expliquons les **conditions, la procédure et les effets de l'enregistrement d'une IG** (3.2.2.) ainsi que les **modalités de mise en œuvre du dispositif** (3.2.3.).

3.2.1. Les organes publics compétents sur les indications géographiques

Le NOIP est l'autorité responsable de tous les DPI vietnamiens. Sous tutelle du MOST, le NOIP est donc en charge de l'examen des dossiers et de l'enregistrement des IG.

Le Ministère de l'Agriculture (MARD), n'a pas de compétence directe en matière d'IG. Cependant l'intérêt du MARD dans le développement des IG est souligné (Trinh, 2005). La majorité des IG font l'objet de projets d'enregistrement pour lesquels une expertise est fournie par des centres de recherche et développement sous tutelle du MARD. Trois centres basés à Hanoi sont particulièrement actifs : le CASRAD, le RUDEC et le FAVRI¹⁸⁶.

Il n'existe pas de commission interministérielle des IG comme c'est le cas en Indonésie. La raison invoquée est une routine institutionnelle selon laquelle la tutelle est confiée à un ministère (les collaborations étant par la suite recommandées au travers de circulaires). L'ensemble des chercheurs vietnamiens travaillant dans les trois centres de recherches précédemment cités estiment qu'une commission interministérielle des IG faciliterait la gestion du développement des IG au Vietnam.

Les gouvernements locaux (Comités populaires des provinces et des districts) jouent un rôle important dans le développement des IG. Ils assurent toute la partie administrative des démarches et financent parfois une partie des activités nécessaires à l'établissement des cahiers des charges. Les Départements des Sciences et Technologies (DST) sont les antennes provinciales du MOST. Ces agences sont responsables des projets d'enregistrement d'IG dans les localités et coordonnent les activités.

¹⁸⁶ Le CASRAD est le Center for Agrarian Systems Research and Development, le RUDEC est le Rural Development Center, le FAVRI est le Fruits and Vegetables Research Institute.

3.2.2. Conditions, procédure et effets de l'enregistrement

Conditions sur le produit et cahier de charges

Outre la définition des IG (art. 79) que nous avons mentionnée précédemment, la loi de propriété intellectuelle de 2005 précise qu'une dénomination devenue générique ne peut être enregistrée comme IG (art. 80).

Les qualités et caractéristiques du produit doivent être définies par des « normes qualitatives, quantitatives, physiques, chimiques, microbiologiques perceptibles qui doivent pouvoir être testées par des moyens techniques ou par des experts selon des méthodes de tests appropriées » (art. 81(2)).

Le contenu des dossiers de demande d'enregistrement est précisé par l'article 106. Ces dossiers doivent présenter : le nom du produit et de l'IG, une description des caractéristiques particulières du produit ou de sa réputation (incluant les matières premières et les caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques et organoleptiques), une description des techniques de production et de transformation « locales et stables », une explication du lien entre les qualités spécifiques et les conditions naturelles, une carte de la zone de production, un plan de contrôle (« *self-control mechanism* »).

Nous observons que la preuve du lien à l'origine exigée dans le dossier d'enregistrement ne s'appuie, selon cet article 106, que sur l'influence des conditions naturelles de la zone de production. Les facteurs humains, pourtant mentionnés dans la définition générale des IG (art. 79 puis 82(3)), ne sont plus repris dans les exigences du dossier. De plus, le plan de contrôle n'exige aucunement, au stade de l'enregistrement de l'IG, qu'un contrôle externe ou collectif (par une association de l'IG par exemple) soit effectué ; un mécanisme d'autocontrôle des qualités spécifiques par les producteurs est suffisant.

Conditions sur le déposant

Les IG et le droit d'enregistrer une IG appartiennent à l'État (art. 121.4 et 88). L'État peut déléguer ce droit à des organisations ou des individus produisant le produit, à des organisations collectives représentant des derniers, ou aux autorités administratives de la localité où le bien est produit.

Procédure d'enregistrement

La procédure d'enregistrement comprend cinq étapes. Premièrement, la demande doit être adressée, en vietnamien, au NOIP (CdC, formulaire, paiement de frais administratifs¹⁸⁷). Le NOIP effectue l'examen administratif du dossier (vérification de la conformité des documents). Après décision de validité administrative, dans un délai de deux mois maximum, le NOIP publie la demande d'enregistrement dans la « Industrial Property Official Gazette ». La publication est alors ouverte à toute opposition par des tiers. Si aucune opposition n'est formulée, le NOIP commence l'examen substantif de la demande dont l'objectif est d'évaluer l'éligibilité de l'IG à l'enregistrement. Les examinateurs du NOIP réalisent des visites de terrain afin de vérifier le contenu du dossier, en particulier le CdC avec la réalité du terrain. Plusieurs demandes de corrections ou de compléments au dossier peuvent être effectuées par le NOIP. Cet examen substantif peut ainsi durer plusieurs mois ou années. Lorsque la demande est acceptée, le NOIP informe le demandeur et procède à l'enregistrement officiel (l'IG est inscrite au Registre National de la Propriété Industrielle, la décision est publiée dans la « Industrial Property Official Gazette » dans un délai de deux mois maximum).

Effets de l'enregistrement d'une IG

Une IG enregistrée est protégée contre l'utilisation pour des produits ne satisfaisant pas aux caractéristiques décrites dans le CdC ou ne provenant pas de la zone géographiques identifiée (art. 129). La protection est tout à fait similaire à l'ADPIC dans le sens où l'article 129 (3d) prévoit une protection élevée pour les vins et spiritueux (il est interdit d'utiliser l'IG pour des produits non conformes au CdC même si la véritable provenance est mentionnée, les traductions et les mentions « genre », « type », « style », « imitation » sont interdites), mais cette protection n'est pas prévue pour les autres produits.

Le droit de lutter contre les usurpations revient aux producteurs (organisations ou individus), au détenteur de l'IG, à l'État qui est propriétaire des IG (art. 21).

¹⁸⁷ Selon la table des tarifs d'enregistrement d'une IG présentée dans la circulaire No. 22/2009/TT-BTC du Ministère des Finances, ces frais administratifs s'élèvent en moyenne à 1,5 million de VND, soit 60 euros.

3.2.3. Mise en œuvre du dispositif et soutien des dynamiques locales sur les indications géographiques

Distinction entre « enregistrement » et « gestion » des IG

L'accompagnement des dynamiques d'IG par les acteurs publics nationaux et locaux se distingue en deux phases : les projets d'enregistrement et les projets de gestion des IG. Chaque année, le MOST sélectionne les produits qui pourront bénéficier d'un soutien afin d'obtenir l'enregistrement de l'IG (environ cinq produits chaque année). Ces enregistrements sont conduits dans une logique de projet : le MOST publie un appel d'offre afin de contractualiser avec des experts qui travailleront à l'établissement du dossier d'enregistrement (ces experts travaillent généralement dans un des trois centres de recherche et développement précédemment cités), un budget est alloué pour le projet d'enregistrement, un calendrier est également établi jusqu'à l'enregistrement de l'IG.

Les projets d'enregistrement d'IG s'étendent sur une durée de une à deux années pendant lesquelles les experts des centres de recherche et les DST des localités travaillent en collaboration afin d'établir le cahier des charges. La consultance de spécialistes sur certaines productions (comme dans le cas du miel de Mèo Vac, cf. chapitre 6) est fréquente pour les parties les plus techniques des CdC.

La demande d'enregistrement est déposée au nom du Comité populaire (CP) du district ou de la province (selon l'étendue de la zone de production identifiée) ou par le DST. La validation de l'enregistrement s'accompagne d'une Décision du MOST précisant que le « droit de gestion » de l'IG est transféré au demandeur. Lorsqu'il s'agit du CP, cette Décision est généralement suivie d'une Décision du CP qui transfère le droit de gestion de l'IG au DST.

Certaines IG enregistrées bénéficient ensuite d'un second projet portant sur la « gestion/utilisation » de l'IG. Les objectifs principaux d'un projet de gestion d'une IG sont de créer une association locale de l'IG (si elle n'a pas été créée lors de la phase d'enregistrement), de travailler sur le fonctionnement de cette association et d'établir un plan de contrôle du produit. Comme pour les projets d'enregistrement, les projets de gestion sont également accompagnés par des chercheurs du RUDEC ou du CASRAD. Selon nos entretiens, une association de gestion de l'IG a été créée pour la moitié des IG enregistrées au Vietnam (tous les projets de gestion n'ont pu aboutir à la création d'une association de l'IG). Le rôle des autorités locales dans la création et le soutien des organisations locales de producteurs pour les dynamiques d'IG a été souligné par le MARD (Trinh, 2005).

Lorsqu'une association de l'IG est constituée, le DST peut lui transférer le droit de gestion de l'IG. Le DST ou l'association de l'IG (si elle a reçu le droit de gestion de l'IG) sont alors en mesure de délivrer des certificats de droit d'utilisation de l'IG pour des producteurs ou des entreprises respectant le CdC et souhaitant utiliser l'IG. En pratique, encore peu d'utilisateurs des IG ont reçu ce certificat.

Le Programme 68 du MOST

Le Programme 68 est un programme national de soutien aux DPI mis en œuvre par le MOST. La phase 1 du programme (2005-2010) a mobilisé un budget de 53 milliards de VND (1,9 million d'euros). Les activités du Programme 68 portent de manière générale sur la sensibilisation des Comités populaires aux DPI et sur le soutien des entreprises locales dans l'enregistrement de DPI. Pour les « produits de spécialité » (terme fréquemment utilisé au Vietnam), le Programme 68 prévoit un soutien aux localités souhaitant enregistrer une dénomination géographique en tant qu'IG ou marque collective¹⁸⁸. Le Programme 68 finance également les projets de gestion des IG pour les IG déjà enregistrées. La deuxième phase du Programme 68 (2011-2015) se poursuit avec les mêmes objectifs et prévoit de renforcer les activités de sensibilisation et de formations sur les IG dans les provinces.

Ministère de l'Agriculture et coopération internationale

Le ministère de l'agriculture n'affiche pas de programme spécifique concernant les IG ou les produits de spécialités. Cependant, quelques projets d'enregistrement d'IG ont été financés par le MARD (par exemple la Banane « Roi » de Đai Hoàng, ou le miel de menthe de Mèo Vac). Bien que le MARD soit en principe en retrait par rapport au MOST en ce qui concerne le développement des IG au Vietnam, plusieurs personnes enquêtées précisent que la sélection des produits candidats à l'IG est en réalité l'objet d'un « jury informel » constitué de représentants du MOST et du MARD.

Des activités de coopérations sur la propriété intellectuelles ont été menées par la coopération suisse et le NOIP (*Spécial Programme of Coopération in the Field of Intellectual Property between Vietman and Switzerland – SPC*) depuis 2005. En 2009, le projet indiquait sa participation à des sessions de formations du NOIP sur les IG et à l'accompagnement de trois enregistrements en IG (anis étoilé des Lang Son, pamplemousse de Doang Hung et l'orange de Vinh).

Un projet international sur le développement des IG en Asie du Sud-Est a été lancé par la FAO et l'AFD (Agence Française de Développement) en 2013 pour une durée de trois ans (*project on the*

¹⁸⁸ Le MOST indiquait que 53 projets d'IG ou de marque collective pour des produits de spécialité avaient été soutenus en 2012 dans le cadre du Programme 68.

Promotion of Rural Development through the Development of Geographical Indications at Regional Level in Asia).

Le projet inclut le Laos, le Cambodge, la Thaïlande et le Vietnam. En décembre 2015, un budget de 1,3 millions d'euros dédié au développement des IG au Vietnam¹⁸⁹. L'AFD finance 75 % de ce budget et les autorités vietnamiennes couvrent le reste. Le Cirad, le CASRAD et le RUDEC travailleront en collaboration pour développer les activités dans le cadre de ce projet qui devrait permettre l'enregistrement de plusieurs dizaines de nouvelles IG vietnamiennes.

Sensibilisation des acteurs publics aux IG

Plusieurs séminaires sur les IG ont été organisés depuis 2007 à Hanoi afin de sensibiliser les autorités au développement des IG¹⁹⁰. Les représentants des Ministères travaillant sur les IG (MOST et MARD), ainsi que des chercheurs et experts travaillant dans des projets de coopérations internationales y ont présenté et discuté les avancées progressives du système national des IG au Vietnam et identifié les priorités d'actions.

Identification des produits et financement des projets

Le MOST tient à jour une liste des produits potentiellement candidats à l'enregistrement. Selon nos enquêtes, plus d'une centaine de produits figurent sur cette liste qui est enrichie progressivement grâce aux inventaires réalisés par les provinces (notamment par les DST).

Comme nous l'avons mentionné, la majorité des projets d'enregistrement d'IG (70 % selon nos enquêtes) reçoivent un financement du MOST grâce au Programme 68. Le budget accordé s'élève en moyenne à 702 millions VND par projet d'enregistrement de l'IG (28 700 euros) ; une contrepartie de 40 à 150 millions VND (1 600 à 6 100 euros) est généralement fournie par le Comité populaire de la localité qui transfère ce budget directement au DST. Environ 20 % des projets sont financés par le MARD (toujours avec la même contrepartie de la part des Comités populaires locaux). Plus rarement, certains projets –comme le cas du café de Buôn Ma Thuôt, cf. chapitre 6 – sont financés en totalité par les provinces. Le Programme 68 finance également les projets de gestion des IG (avec une contrepartie apportée par les provinces).

¹⁸⁹ Voir l'article de presse : <http://tuoitrenews.vn/business/31545/frances-afd-pledges-1mn-to-improve-vietnams-geographical-indication-system> (page consultée le 13/12/2015).

¹⁹⁰ Nous pouvons citer les séminaires de recherche sur les IG et les marques organisés par le Consortium MALICA depuis 2007, le « Séminaire sur les Indications Géographiques » du 22 avril 2013 organisé par l'UE ; le « Workshop on GIs » organisé par le Ministère de l'Industrie et du Commerce et la NOIP dans le cadre des négociations du *Free trade Agreement* entre le Vietnam et l'UE le 24 mai 2014.

Guides des IG édités par le NOIP

Dès 2007, le NOIP commence à publier des Guides pour le développement des IG, à destination d'acteurs publics nationaux et locaux. Le Guide de 2007 envisage deux options pour les dynamiques d'IG « *register first and then manage or organize the management first and then register* » (NOIP, 2007, p. 14). Dans la première option, il est indiqué que la gestion de l'IG après l'enregistrement sera mise en œuvre « *step by step, from the small geographic scope to the whole GI area already identified* ». Dans la seconde option, une association de producteurs est créée avant l'enregistrement, les recherches pour l'établissement du CdC sont conduites ensuite et pourront donc s'appuyer sur cette organisation de producteurs déjà constituée. Le Guide précise que « *the choice of geographical indication protection for geographical names is sometimes not really necessary and unappropriated to the capacities of local authorities or specialized agencies. Therefore, we can proceed the registration of simpler forms, easier to implement (collective trademark/certification trademark), then proceed good management of the use of such registered trademarks* » (p. 15).

La gestion des IG est décrite comme un processus local complexe qui requiert la coordination de plusieurs agences publiques locales et organisations spécifiques¹⁹¹. Ce guide souligne donc clairement que les acteurs locaux doivent être volontaires et en mesure de se coordonner autour de l'IG pour son fonctionnement. Si cette coordination apparaît trop difficile, il est préférable de s'orienter vers une marque. En annexe du Guide de 2007, une liste des IG potentielles du Vietnam est fournie ; elle reprend les IG et marques déjà enregistrées ou en cours d'examen en 2007 et identifie plus de 90 autres produits de spécialités. L'annexe A5.5 fournit cette liste ainsi qu'un tableau récapitulatif des principales étapes des dynamiques d'IG – enregistrement puis gestion – telles que décrites dans ce Guide de 2007¹⁹².

Le NOIP publie en 2009 trois nouveaux guides sur la protection des dénominations géographiques pour les spécialités locales au Vietnam¹⁹³. Le Guide pour la Gestion et le Développement

¹⁹¹ Il est précisé que ces organisations locales sont des institutions spécialisées pour la gestion de l'IG. Elles sont donc des tâches précises : gestion administrative avec les agences publiques, contrôle de la qualité des produits, organisation collective des producteurs, participation des acheteurs.

¹⁹² Cinq étapes sont décrites : (1) construction la base scientifique et pratique pour l'enregistrement et la gestion de l'IG ; (2) enregistrement de l'IG ; (3) établissement et fonctionnement du système de gestion de l'IG (distingué en « collectif » et « local ») ; (4) sélection, identification des endroits typiques de la zone pour mettre en œuvre le système de gestion ; (5) élaboration et mise en place des activités de développement de l'IG.

¹⁹³ Il s'agit du « Guide à la construction du projet *Gestion et Développement des IG* », du « Guide à la construction du projet *Etablissement, Gestion et Développement des marques de certification utilisées pour les spécialités locales* », et du « Guide à la construction du projet *Création, Gestion et Développement des marques collectives utilisées pour les spécialités locales* ».

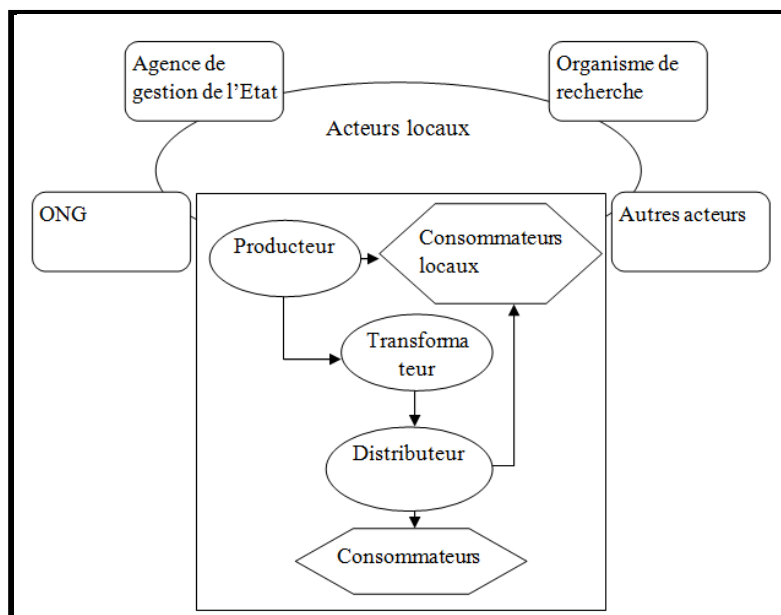
des IG souligne l'engagement de l'État vietnamien dans le soutien des IG au travers du Programme 68 du MOST mis en œuvre depuis 2005 dont un objectif est de « renforcer la compétitivité pour les spécialités du Vietnam sur le marché national et international » (NOIP, 2009, p. 2)¹⁹⁴.

Trois objectifs sont assignés aux projets de gestion et développement des IG : (1) garantir de droit légitime d'utiliser l'IG aux organisations et individus, prévenir et combattre les usurpations, (2) s'assurer que le produit portant l'IG remplit les conditions de qualité spécifiques liée à l'origine afin de maintenir la réputation et le prestige du produit et (3) augmenter les prix des produits, faciliter l'expansion des marchés, accroître les revenus des producteurs et des commerçants de ces produits.

La gestion des IG doit être faite par les Comités populaires (qui ont déposé la demande d'enregistrement) ainsi que l'organisation collective des producteurs et des commerçants du produit. Comme nous l'avons mentionné, le CP peut transférer ce droit de gestion au DST. Le guide de 2009 prévoit que ce transfert puisse être effectué du CP vers le DARD ou le Département de l'Industrie, « en fonction du niveau d'implication de ces départements dans le processus de construction de l'indication géographiques » (p. 6). À notre connaissance, aucune IG n'est actuellement gérée par un Département de l'Agriculture. L'organisation des producteurs peut être, d'un point de vue juridique, une association, une coopérative ou un autre groupement en fonction des conditions et des préférences des acteurs. La mise en place de cette organisation (« volontairement fondée par les producteurs ») est nécessaire pour aider le CP à gérer l'IG et organiser les activités de production et de commercialisation.

Le guide détaille la procédure de candidature pour recevoir le soutien du programme 68 pour un projet de gestion d'une IG enregistrée (partie III du guide, p. 11 à 28). Il est précisé que le système de gestion et de développement d'une IG « devrait être adapté aux conditions locales et à la nature des produits portant les indications géographiques, sur la base d'héritage du système existant (valorisation des points forts du système existant) en apportant une correction des inconvénients ». Afin de garantir la faisabilité et l'efficacité du système, l'unité responsable du projet – c'est-à-dire le CP ou le DST - devrait mobiliser la participation de tous les acteurs concernés dans le processus de construction et de déploiement du projet (figure 13).

¹⁹⁴ Plus loin de la Guide, à la page 8, la « valeur du développement des IG » est détaillé selon une économie durable (amélioration des revenus et de la qualité de vie des producteurs, promotion de l'économie rurale), une durabilité socio-culturelle (action collective pour le développement de l'IG, mécanisme de partage équitable des bénéfices entre les participants à l'IG, fierté des producteurs, fierté des valeurs traditionnelles, culturelles et économiques du produit, meilleure conscience de la garantie de qualité des produits) et une durabilité environnementale (les IG devraient guider les producteurs pour l'amélioration et la conservations des ressources naturelles locales, de la biodiversité, du paysage).



Source : NOIP (2009), Guide des projets de Gestion et Développement des IG

Figure 13 : Diversité des acteurs participant aux projets de gestion des IG au Vietnam

Le système de gestion et développement de l'IG comprend un volet interne et un volet externe. Le **volet interne** consiste en la création d'une organisation collective dont les tâches principales sont les suivantes :

1. Coordonner l'achat, la distribution des produits des membres de l'organisation ;
2. Organiser des activités de promotion et de marketing des produits ;
3. Gérer, surveiller, guider et contrôler le processus de production et de transformation ;
4. Gérer l'utilisation des étiquettes, des emballages des produits portant l'IG ;
5. Renforcer la solidarité entre les producteurs et les commerçants du produits ; soutenir et diffuser les innovations scientifiques et techniques dans la production et la transformation des produits ;
6. Coopérer avec d'autres organisations et individus pour échanger des expériences, coordonner la production et la commercialisation afin d'améliorer la productivité, la qualité et l'efficacité économique des produits portant les indications géographiques.

Le **volet externe** correspond essentiellement au contrôle de la qualité des produits et des personnes demandant le droit d'utiliser l'IG. Le CP ou le DST doit établir ou responsabiliser une agence professionnelle pour assurer le contrôle (externe) de qualité du produit et le aider le CP dans le contrôle de l'usage de IG par les membres de l'association de l'IG. Il est indiqué que les Offices des Standards, des Mesures et de la Qualité, déjà existantes dans les provinces, peuvent être mobilisées pour cette mission. L'Office des Standards devra (1) tester et évaluer la qualité des produits et certifier ceux aptes à

porter l'IG et (2) vérifier la capacité d'utilisation de l'IG (qualité du produit, conditions naturelles et humaines de la zone de production) des acteurs qui souhaitent l'utiliser afin de leur en accorder le droit d'utilisation. La figure 14 reprend la structure générale des systèmes de gestion et développement des IG au Vietnam selon les recommandations du MOST.

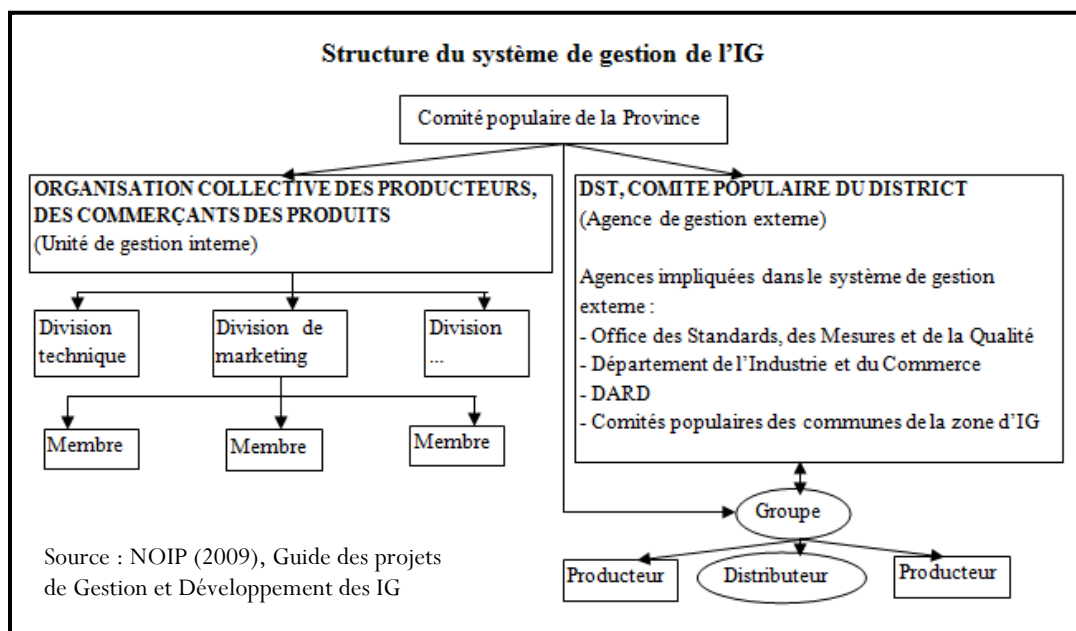


Figure 14 : Structure des systèmes de gestion et développement des IG au Vietnam

Enfin, le Guide prévoit que le système de gestion et développement de l'IG soit mis en œuvre de manière expérimentale au départ sur une petite zone où l'on trouve une concentration des produits de meilleure qualité, puis d'étendre cette zone progressivement par étapes. Il convient en outre d'organiser des formations pour le personnel de l'association.

La durée de ces projets de gestion des IG est évaluée à deux ans. Le demandeur présente un budget total et précise la part demandée au Programme 68 et les fonds mobilisés par d'autres sources. Le Guide souligne finalement qu'« en général, le budget central dans le cadre du Programme 68 soutient chaque projet de gestion à hauteur de 1 à 1,5 milliard de VND » (entre 40 et 60 000 euros).

3.3. Utilisation du dispositif des indications géographiques au Vietnam depuis 1996

En 2001, comme nous l'avons mentionné, deux AO pilotes ont été enregistrées suite à un projet de coopération entre le Vietnam et la France. Il s'agit du Nuoc Mam de Phu Quoc et du thé Shan

« neige » de Moc Chau. Les travaux de Vu et Dao (2006), de Dao (2011) et de Wallet et al. (2013) expliquent en détails ces projets, en particulier le cas du Nuoc Man de Phu Quoc qui fait office de cas d'école au Vietnam en matière d'IG.

Tour d'horizon des indications géographiques vietnamiennes

Le NOIP compte 42 IG enregistrées (actualisation en décembre 2014). De plus, 116 enregistrements de marques collectives et 72 marques de certification comprenant une mention d'origine ont été relevés en 2013 (Marie-Vivien, 2014). L'annexe A5.6 fournit la liste des IG enregistrées, ainsi que le financement reçu, la date d'enregistrement, l'institution d'accompagnement et les logos. Nous fournissons également un tableau issu du Guide des IG du NOIP de 2009 détaillant sur la période 2007-2011 les projets financés par le Programme 68 (enregistrement ou gestion de l'IG) .

On peut observer l'importance des fruits et légumes qui représentent 20 enregistrements en IG. Les autres produits sont du riz (4 IG), des produits transformés (5 IG), des épices (4 IG), du café/thé (3 IG), des produits de la mer (2 IG), et quatre autres produits dont un produit d'artisanat. Nous pouvons remarquer que la majorité de fruits et légumes positionne les IG vietnamiennes sur des produits peu transformés (à faible valeur ajoutée) mais également peu transportables du fait de problème de conservation. Ceci montre bien que les autorités vietnamiennes n'envisagent pas uniquement les IG pour des filières de produits d'export, mais aussi pour des produits consommés nationalement (certaines des fruits et légumes enregistrés en IG sont toutefois exportés en partie).

Les demandeurs d'enregistrement, ainsi que les unités en charge des projets de gestion des IG sont les CP ou les DST des provinces. Dao et al. (2009) observent que les autorités vietnamiennes ont fait le choix d'une « option politique » consistant à « accélérer le nombre d'enregistrements en misant davantage sur l'expertise que sur la participation des producteurs et autres acteurs locaux ». Ce choix se traduit par des dynamiques d'IG en deux temps (enregistrement puis gestion). Les auteurs appellent à un modèle plus participatif dans lequel les rôles respectifs des agences publiques et des producteurs seraient repensés.

Utilisation des IG et contrôles

Les logos des produits enregistrés en IG commencent à être utilisés depuis le début des années 2010 (figure 15¹⁹⁵). Mis à part le cas du Nuoc Mam de Phu Quoc, pour lequel plusieurs entreprises utilisent le logo de manière quasi systématique dans leur *packaging*, pour la plupart des autres produits, cette utilisation reste ponctuelle et est faite par l'association de l'IG pour seulement une partie de la production.



Figure 15 : Utilisation des logos d'IG enregistrées pour divers produits vietnamiens

Jusqu'à présent, les contrôles de l'utilisation des IG se font essentiellement de manière interne, par les associations et les membres des associations d'IG. En 2013, trois actions juridiques pour

¹⁹⁵ Les photographies sont issues pages internet de divers média vietnamiens : pour le Nuoc Mam de Phu Quoc (<http://fishsaucevn.tk/the-counterfeit-phu-quoc-fish-sauce-is-threatening-the-genuine-fish-sauce-and-consumers-health/>), pour la friture de calmars de Quang Ninh (<http://chamuc.vn/chi-tiet-tin/dien-hinh-chamuc-hoai-phuong-theo-tap-chi-thuy-san-viet-nam.html>), pour le litchi de Thanh Hà (<http://baodautu.vn/haprophan-phoi-vai-thieu-thanh-ha-tren-gan-100-diem-ban-d28197.html>), pour le pamplemousse de Trần Triều (<http://baotintuc.vn/khoa-hoc-cong-nghe/dong-nai-huy-bo-giay-chung-nhan-dang-ky-nhan-hieu-buoi-tan-trieu-20120413012746605.htm>), pour le marron de Trùng Khanh (<http://khcncaobang.gov.vn/index.php?language=vi&nv=news&op=Khoa-hoc-cong-nghe/Cong-bo-chi-dan-dia-ly-hat-de-Trung-Khanh-306>).

usurpations d'IG ont été menées par des gouvernements locaux. Le total des amendes s'élève à 54 milliards de VND (Marie-Vivien, 2014).

Utilisation de la protection des IG sur le plan national

La protection des IG vietnamiennes sur le plan international a été particulièrement médiatisée pour le cas de deux produits. Le café de Buôn Ma Thuôt (enregistré en IG en 2005, cf. chapitre 6) faisait l'objet d'usurpation du nom par une marque privée chinoise « Buon Ma Thuot », enregistrée en 2010. La province de Dak lak où est produit de café de Buôn Ma Thuôt a entamé une négociation avec l'entreprise chinoise qui n'a pas abouti et a finalement déposé une plainte via un cabinet d'avocat à Hanoi. Les gouvernements central et provincial ont financé les activités du cabinet d'avocat à hauteur de 20 000 euros en 2012 et 2013. La marque chinoise a été annulée en mars 2014 par l'Office de PI chinois.

Le second cas est celui du Nuoc Mam de Phu Quoc qui a commencé un processus de reconnaissance en Europe dès 2008. En 2012, l'UE a validé la demande d'AOP déposée en 2009 par le *control board of the protected Designation of origin Controlled of Phu Quoc* (également responsable du contrôle). Dans le cadre des négociations du *Free Trade Agreement* entre le Vietnam et l'UE mentionné précédemment, la reconnaissance d'une trentaine d'IG vietnamienne en Europe est actuellement en cours d'examen.

Conclusion du chapitre 5 – Émergence des systèmes nationaux d’indications géographiques en Indonésie et au Vietnam

Nous avons retracé dans la première section de ce chapitre l’évolution des politiques agricoles indonésienne et vietnamienne depuis 1945. Les objectifs de sécurité alimentaire ont progressivement laissé place à une politique de soutien des filières d’exportations et de modernisation agricole. Depuis les années 2000, ces politiques intègrent de nouvelles préoccupations environnementales et de qualité sanitaire des aliments en réponse aux dérives d’un modèle agroindustriel et aux évolutions de la demande nationale et internationale. Les plans de développement depuis 2010 remettent la ruralité au cœur des politiques agricoles, le soutien à l’exportation demeure un axe important de la politique agricole qui intègre désormais des exigences internationales au travers de divers standards durables nationaux et internationaux. Les modalités de mise en œuvre évoluent progressivement en tentant d’intégrer les besoins des différentes localités, mais restent encore trop centralisées.

La reconnaissance et la valorisation de la qualité liée à l’origine des produits agroalimentaires entrent dans le cadre des récentes politiques agricoles indonésiennes et vietnamiennes en faveur du développement rural. Nous avons présenté l’arrivée dans l’agenda politique de la protection des IG en Indonésie et au Vietnam, ainsi que la participation de divers acteurs nationaux et internationaux (en particulier français). Nous observons que ces deux pays ont construit leurs dispositifs institutionnels des IG en tenant compte de leurs priorités (intégration des produits d’artisanat, combinaison de système *sui generis* et marques au Vietnam). L’engagement des États indonésiens et Vietnam dans le développement des IG est conséquent, comme en témoigne le soutien financier apportés aux dynamiques d’IG, en particulier dans le cas du Vietnam. Les deux pays interviennent également au-delà du simple cadre juridique en identifiant les produits pour lesquels l’enregistrement présente un intérêt et en fournissant une expertise aux montages de projets d’IG, grâce à des experts nationaux travaillant en collaboration avec des agences locales.

Le rôle de l’État dans le développement des IG transparait clairement dans les dispositifs de mise en œuvre prévus dans chacun des pays. La participation des producteurs et acteurs locaux des territoires dans ces démarches semble variable selon les cas, ce qui pourrait compromettre le développement des IG au niveau local et l’utilisation de ces signes et des dispositifs associés. Dans le chapitre suivant, nous entrons dans le détail de six expériences locales d’IG afin d’analyser les modalités concrètes de construction de ces dispositifs locaux, la participation des acteurs et les premiers effets éventuels de ces dynamiques.

CHAPITRE 6

Expériences locales de mise en place
d'indications géographiques

Ce chapitre présente les six expériences locales d'IG sélectionnées. L'objectif est d'illustrer, par l'analyse de ces cas locaux, la diversité des situations dans lesquelles les IG sont construites ainsi que les jeux d'acteurs pendant la construction des DIL associés aux IG. Nous observons que l'enregistrement des IG, dans chacun des pays, peut apparaître pour des produits à des stades variés d'un processus de qualification territoriale. Dans certains cas (stade intermédiaire du PQT, café de Gayo et litchi *Thieu de Thanh Hà*), l'IG cherchera à accompagner le PQT en cours, l'évolution du DIL dépendra alors de la capacité d'action collective elle-même influencée par la situation économique de la filière. Dans d'autres cas (stade récent du PQT, café de Kintamani Bali et café de Buôn Ma Thuôt), le produit est encore peu qualifié et l'IG vient précisément pour stimuler voire initier ce processus. L'influence de l'IG sur le PQT dépend alors de la capacité du groupe porteur de l'IG à favoriser la participation des différents acteurs ainsi que sa capacité à utiliser les ressources du territoire (services agricoles, acheteurs, etc.) pour accompagner les producteurs dans les innovations requises par le CdC. Enfin, les cas d'IG pour les produits les plus avancés dans les PQT (poivre blanc de Muntok et miel de menthe de Mèo Vac) présentent des situations particulières dans lesquelles l'IG n'est pas construite sur la base des ressources locales mais cherche à réorienter une partie des producteurs vers des pratiques innovantes.

Nous présentons, comme indiqué au chapitre 4 (méthodologie), les six expériences locales d'IG comme des micro-histoires, en retraçant de manière chronologique l'évolution du PQT ainsi que la construction de l'IG et les premières années de sa mise en œuvre. Nous analysons dans un premier temps **le PQT avant la construction de l'IG** afin de souligner les enjeux de chaque filière et territoire étudié ainsi que les ressources présentes comme leviers potentiels de la construction territoriale de l'IG. Le système de production local, le soutien public dont il a éventuellement bénéficié, ainsi que l'organisation générale des filières sont présentés. Nous analysons ensuite **la construction de l'IG** en observant les acteurs à l'initiative de la démarche, l'objectif ou les objectifs assignés à l'IG, les financements et la participation des différents acteurs au processus de négociation. Nous analysons dans quelle mesure le contenu du CdC permet d'accompagner le PQT en cours ou vise l'introduction d'innovations. Enfin, nous analysons **le début de la mise en œuvre de ces IG**, ce qui nous amène parfois à raisonner sur les attentes des acteurs du fait d'enregistrements encore trop récents. Nous commençons par présenter les trois cas indonésiens, que nous abordons de manière chronologique : le **café de Kintamani Bali (I.)**, IG depuis 2008, est d'abord présenté, puis le **café de Gayo (II.)**, IG depuis 2010 et le **poivre blanc de Muntok (III.)** IG depuis 2010. Pour les cas vietnamiens, nous commençons par le **café de Buôn Ma Thuôt IG (IV.)** enregistré en IG en 2005, puis nous présentons le cas du **litchi Thieu de Thanh Hà (V.)** enregistré en 2007, enfin, le **miel de menthe de Mèo Vac (VI.)** devenu IG en 2013 est analysé.

I. Le café arabica de Kintamani Bali (Indonésie)

La date précise de l'introduction du café sur l'île de Bali est difficile à connaître, mais il est estimé que la culture a démarré dès le début du XVIII^{ème} siècle. Le café, originellement domestiqué au Yémen au XVI^{ème} siècle, fut diffusé dans l'actuelle Indonésie par la Compagnie hollandaise des Indes orientales à la fin du siècle suivant¹⁹⁶. Une source bibliographique de 1885 mentionne que des exportations de café provenant de Bali ont été réalisées en 1825 et 1835¹⁹⁷. Ce développement de la caféiculture en Indonésie est ralenti à la fin du XIX^{ème} (dans les années 1870) par l'apparition de la rouille du caféier (Razafindramamba, 1958), qui semble avoir totalement détruit les plantations de café arabica balinaises. Le café a cependant été réintroduit à Bali dès le début du XX^{ème} siècle par l'administration hollandaise, les superficies plantées en caféiers à Kintamani (une région montagneuse au Nord-Est de l'île) ayant pu atteindre 13 000 ha au cours de la première moitié du XX^{ème} siècle. Une éruption du Mont Batur en 1917 détruit cependant une partie des plantations. L'arrivée des forces d'occupation japonaises à Bali au cours de la seconde guerre mondiale réduit également fortement les plantations de café ; les Japonais cherchant avant tout à utiliser les terres agricoles pour produire des cultures vivrières pour leurs troupes, ils ont remplacé le café par du maïs, du manioc et des cultures maraichères (MPIG Kintamani, 2007). Deux nouvelles éruptions du Mont Batur, en 1948 et 1977, et une autre du Mont Agung en 1963 accélèrent le déclin de la caféiculture balinaise, devenue quasiment marginale dans les années 1970.

Une relance de la production basée sur des innovations techniques et organisationnelles

En 1979, le *Dinas Perkebunan* (bureau provincial de l'agriculture chargé du développement des cultures pérennes) de Bali relance la culture d'arabica à Kintamani, dans le cadre du Programme National de Réhabilitation et d'Extension des Cultures d'Exportation. Des semences sont distribuées et des formations aux techniques de plantations de café dispensées. Le regroupement des planteurs dans des organisations est également encouragé afin de faciliter ces formations. Il s'agit pour le gouvernement

¹⁹⁶ Des plantules de café furent introduites à Java dès 1696, puis la culture du café s'est diffusée dans les Indes néerlandaises, à Sumatra, aux Célèbes, à Bali et sur d'autres îles (Jeanguyot et al., 2003).

¹⁹⁷ Dans son rapport sur la culture de café en Amérique, Asie et Afrique ("*Verslag plus de Koffiecultuur in Amerika, Azie en Afrika*") de 1885, Laerne van Delden mentionne deux exportations de café balinaises. La première, réalisée en 1825 à partir de Java, concernait du café de Bali et de Palembang (sur l'île de Sumatra), pour un volume de 10 377 picols (soit 627 tonnes; 1 picol = 60,45 kg ; le picol étant une unité de poids anciennement utilisé en Chine). La seconde exportation mentionnée a eu lieu en 1835 : environ 4 593 tonnes (129 974 picols) de café de Bali, de Sumatra et de Sulawesi ont été exportées à partir de Java et de Sulawesi. Cette source n'indique cependant malheureusement pas la proportion de café de Bali (par rapport aux autres origines) dans ces exportations.

provincial d'avoir en la personne des chefs de ces organisations des interlocuteurs pour mettre en place des projets de développement et diffuser des innovations.

Le modèle des organisations traditionnelles balinaises, les *subak*, est mobilisé (Mawardi, 2005). Celles-ci structurent les activités des communautés villageoises au niveau social, économique, agricole et religieux¹⁹⁸. Initialement développées par les riziculteurs balinais afin de gérer la répartition de l'eau dans les rizières (prenant alors le nom de *subak air*, « air » signifiant « eau »), les producteurs situés sur les plateaux mettent en place des organisations similaires appelées *subak abian* (SA) qui organisent la vie culturelle et agricole villageoise au travers de travaux collectifs (entretien des temples, des routes d'accès, du matériel agricole commun, etc.).

Les SA fonctionnent sur la base d'un fonctionnement démocratique (par consensus entre les producteurs) et grâce à des règles internes fortes¹⁹⁹. Elles possèdent souvent une caisse de crédit alimentée par des cotisations mensuelles (*yuran wajib*), qui sert à financer leurs projets ou faire des prêts aux membres. Sur le territoire de Kintamani, les *subak air* sont rares car l'irrigation est marginale. Dans le cadre du Programme National de Réhabilitation et d'Extension des Cultures d'Exportation, le *Dinas Perkebunan* incite les planteurs de café dès la fin des années 1970 à se regrouper en *subak abian*. Les membres des SA sont ainsi tous des producteurs de café. La SA sert de relais aux producteurs pour l'accès aux aides du gouvernement (plants, formations, équipements, infrastructures). En 2006, plus de 86 % des producteurs de café de la région de Kintamani seront regroupés dans ces organisations (Larue, 2007). Grâce à ces innovations techniques et organisationnelles, les surfaces en café commencent à progresser de nouveau. À la fin des années 1980, la région compte environ 8 000 ha de café.

La transformation du café produit à Kintamani est alors exclusivement faite par les planteurs individuellement, par voie sèche c'est-à-dire par un simple séchage des cerises de café au soleil après la récolte (l'annexe A6.1 présente les deux modes de transformation du café les plus répandus : la voie sèche et la voie humide). La vente se fait également de manière individuelle sur les marchés locaux, où

¹⁹⁸ La religion hindouiste tient une place importante dans la communauté balinaise. La philosophie hindouiste du *Tri Hita Karana* (les Trois Sources de Bonheur) doit dicter les comportements, ces trois sources étant : *Parahyangan* (les relations harmonieuses entretenues entre les hommes et le Dieu suprême), *Pawongan* (les relations harmonieuses entretenues entre les hommes), *Palemahan* (les relations harmonieuses entretenues entre les hommes et leur environnement). De très nombreuses cérémonies sont organisées au niveau villageois et gérées par les *subak*.

¹⁹⁹ Le règlement intérieur des *subak*, ou *awig-awig*, est connu et reconnu par tous les membres, qu'il soit écrit ou oral. L'*awig-awig* délimite la liberté de chacun des membres et définit le fonctionnement de la SA (bureau, processus de décision, règles d'adhésion...).

des collecteurs l'achètent pour le revendre aux grandes maisons d'exportation, principalement basées au Nord de Bali, dans la ville de Singaraja.

Au milieu des années 1980, le *Dinas Perkebunan* invite le PTP XXVI (une société d'État) à fournir une assistance technique aux planteurs de café de Kintamani. La société fournit de nouvelles semences (variété USDA 762) et établit une unité de transformation des cerises par voie humide. Cette unité est basée au cœur de la zone caféière, dans le village de Mengani, qui dispose de bonnes ressources en eau. Les SA trouvent alors une nouvelle fonction : elles se chargent du regroupement des productions individuelles de leurs membres, du transport et de la vente (collective) de ces cerises rouges à l'usine (qui n'aurait pas pu gérer des relations commerciales avec les trop nombreux planteurs directement).

Dans les années 1990, les cours mondiaux du café chutent fortement (cette chute des prix étant en partie due à la fin des accords internationaux sur le café et à l'arrivée massive sur le marché des exportations de café vietnamien). Les pertes économiques pour les agriculteurs de Kintamani sont importantes et beaucoup décident de diversifier leurs activités en plantant des mandariniers entre les rangs de caféiers. Certains vont même jusqu'à arracher tous les caféiers pour planter des mandariniers et des légumes. En 1992, la région comptait 12 800 ha de caféiers, en 2002 il ne reste plus que 7 000 ha de plantations.

En 1997, l'entreprise privée PT THB (qui deviendra la PT TAM quelques années plus tard) reprend l'unité de transformation de Mengani, qui avait cessé ses activités depuis 1995. Elle commence un travail orienté vers une recherche de la qualité, ce qui n'avait pas été le cas durant tout le début de ce processus de relance de la filière entamé à la fin des années 1970. L'unité se concentre exclusivement sur la transformation de cerises rouges (les récoltes « tout venant » rapides (*strip picking*) en un seul passage sont refusées). Ce travail, mené avec le gouvernement provincial de Bali, implique activement les SA, chargées de la diffusion de ces « bonnes pratiques » à leur membres. Trois ans plus tard, l'unité de transformation a atteint sa capacité maximale (1 500 t de cerises/an) et exporte du café vert²⁰⁰ vers le Japon, sur des segments de marché « de qualité ». Les prix rémunérateurs amènent de plus en plus de planteurs à abandonner la production individuelle de café « voie sèche » et à tenter de livrer leurs cerises rouges à l'usine pour une transformation par voie humide.

²⁰⁰ Le café vert est le stade atteint après séchage et « déparchage » du café (le parche étant une couche épaisse recouvrant la cerise de café après le séchage). Le café au stade « café vert » est stable et peut être conservé sans entraîner une trop grande perte d'arômes. C'est à ce stade que le café est exporté.

Le développement de la production par voie humide se fait alors également par une autre voie : en 2001, le *Dinas Perkebunan* de Bali décide de fournir à quatre SA le matériel nécessaire pour la transformation par voie humide. Il est soutenu par PT TAM, qui déclare son intention de racheter du café transformé par les SA pour satisfaire la demande de ses clients, sachant que l'entreprise ne peut plus augmenter sa production propre. Le *Dinas Perkebunan* entame également une collaboration avec le centre de recherche ICCRI pour améliorer la culture d'arabica, la transformation des cerises et la valorisation du produit ; il parvient également à mettre les SA en relation directe avec des acheteurs intéressés par la qualité de café produite (cerises rouges, voie humide ou « *fully washed* » arabica). Cette expérience s'étant avérée prometteuse, l'équipement des SA en matériel de transformation par voie humide augmente jusqu'à atteindre 22 SA en 2011 (ces équipements sont fournis par le *Dinas Perkebunan* ou par des acheteurs représentant de grands groupes indonésiens ou multinationaux). Ces acheteurs, qui sont directement en relation avec les SA, mettent alors en place des contrats plus ou moins formels grâce auxquels ils assurent dès le début de la récolte leur approvisionnement dans les quantités et qualités voulues (variétés choisies, temps de fermentation précis, etc.). En plus de la fourniture de l'équipement, certains acheteurs apportent une assistance technique durant la période de récolte / transformation, afin de s'assurer du respect des « bonnes pratiques ».

Construction de l'IG café arabica de Kintamani Bali

Lorsqu'en 2001 le gouvernement indonésien fait part de son intention de se doter d'une réglementation sur la protection des indications géographiques, la décision de conduire un projet pilote, épaulé par des équipes de recherche indonésienne et française, est prise (cf. chapitre 5). Le café arabica de Kintamani Bali est sélectionné pour son potentiel de café de qualité reconnu par les technologues et pour le dispositif organisationnel préalablement existant (les *subak abian*) qui apparaît comme une base solide pour la construction d'une IG.

Un projet de développement est initié, sur financement de l'Ambassade de France en Indonésie. L'initiative de ce projet vient avant tout du Cirad, de l'ICCRI et du gouvernement indonésien (État central tout d'abord, puis le gouvernement provincial de Bali a rapidement été impliqué). Les producteurs de café à Kintamani, ne disposant d'aucune connaissance préalable du système de national des IG en cours de construction à l'époque, ne pouvaient évidemment pas être moteurs dans ce projet. Ils y ont cependant rapidement adhéré et sont devenus très actifs dans la construction du cahier des charges par la suite. Les acheteurs de café de Kintamani les plus anciens, qui ont contribué au développement de la zone de production en fournissant du matériel de transformation et des formations, sont également associés aux réflexions sur le CdC.

Tous les acteurs privés et publics se retrouvent sur ce qui a été l'objectif premier de l'IG, à savoir la différenciation du produit *via* la certification. L'IG est vue comme un moyen de faire connaître ce café arabica balinais à fort potentiel, d'établir une réputation d'un produit aux qualités liées à l'origine, et par conséquent de se protéger des fluctuations de prix du marché international, en « sortant » le café de Bali du système de cotation existant pour le café « standard ». 90 % du café indonésien fait partie de la famille de café robusta et les deux tiers sont exportés, en grande partie sur des marchés de qualité « standard ». L'IG « café arabica de Kintamani Bali » est vue avant tout comme un outil capable de renforcer la différenciation de ce produit sur des marchés d'exportation. Au cours des années précédentes, malgré les efforts faits sur la qualité du produit, le café de Kintamani était encore peu reconnu sur les marchés de *specialty coffees*.

L'objectif de protection juridique du nom n'a donc, dans le cas du café de Kintamani, que peu de sens au démarrage de la dynamique d'IG ; aucune forme d'usurpation du nom « café de Bali » ou « de Kintamani » n'ayant été relevé au cours des années précédentes.

La réalisation des études préliminaires nécessaires et la construction du CdC se déroulent sur cinq années, de 2002 à 2007. Le travail de rédaction du CdC commence en 2004, il durera trois ans et sera notamment réalisé lors d'une série d'ateliers organisés dans la région de Kintamani (environ dix ateliers par an ont été organisés). Ces ateliers rassemblent les chefs des SA, des unités des transformations, un ou deux exportateurs, le *Dinas Perkebunan* de Bali, l'ICCRI et des experts internationaux (Cirad, INAO) dans le cadre du projet pilote.

En 2006, une organisation locale appelée MPIG (« *Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis* » ou Communauté pour la Protection de l'Indication Géographique) est créée pour porter la demande d'enregistrement de l'IG auprès de la DG IPR. Les membres du MPIG sont uniquement des planteurs et des transformateurs du café de Kintamani (toutes les SA de la zone de production sont représentées). La présidence de cette organisation revient à un planteur de café (élu pour un mandat de cinq ans). Entre 2006 et 2007, le MPIG devient l'instance décisionnelle pour la finalisation du CdC. Les droits de vote ont été équitablement répartis entre le collège de producteurs et le collège de transformateurs sur une base proche d'un principe « un homme, une voix » à l'intérieur de ces collèges²⁰¹. Le Cirad, l'ICCRI, le gouvernement provincial de Bali et quelques acheteurs participent aux négociations sur le CdC (mais ne

²⁰¹ Les planteurs et les transformateurs les plus importants ont deux voix. Une répartition des droits de vote proportionnellement aux volumes produits, solution évoquée lors des discussions, aurait créé une situation trop déséquilibrée (l'entreprise PT TAM aurait dans ce cas eu une influence considérable sur le collège des transformateurs).

disposent pas d'un droit de vote, la décision finale revenant donc aux producteurs et aux transformateurs installés de longue date dans le zone). La présence du gouvernement national dans ces négociations est quant à elle restée anecdotique.

Ce processus de négociation aboutit en 2007 à un CdC largement basé sur les « bonnes pratiques » de production et de transformation du café recommandées par les agronomes et les technologues²⁰². Quelques pratiques locales, identifiées comme des facteurs de spécificité du produit, sont conservées dans le cahier des charges, mais leur incidence reste mineure²⁰³.

La quasi-imposition de « bonnes pratiques » directement issues des recommandations des technologues est apparue nécessaire afin de rendre le café de Kintamani conforme aux attentes supposées des acheteurs de *specialty coffee*. Cet objectif ne met pas les producteurs en situation de chercher à valoriser, protéger, leurs savoir-faire locaux, mais les pousse davantage vers l'adoption de ces « bonnes pratiques » et savoirs « experts », qui leur sont présentés comme prometteurs d'un développement de la filière. Les services d'extension agricole du *Dinas Perkebunan*, qui fournissent les plants, les intrants, le matériel de transformation et parfois les débouchés commerciaux, ainsi que les centres de recherche impliqués peuvent assez facilement imposer leur vision du contenu du CdC, à laquelle les producteurs adhèrent très vite.

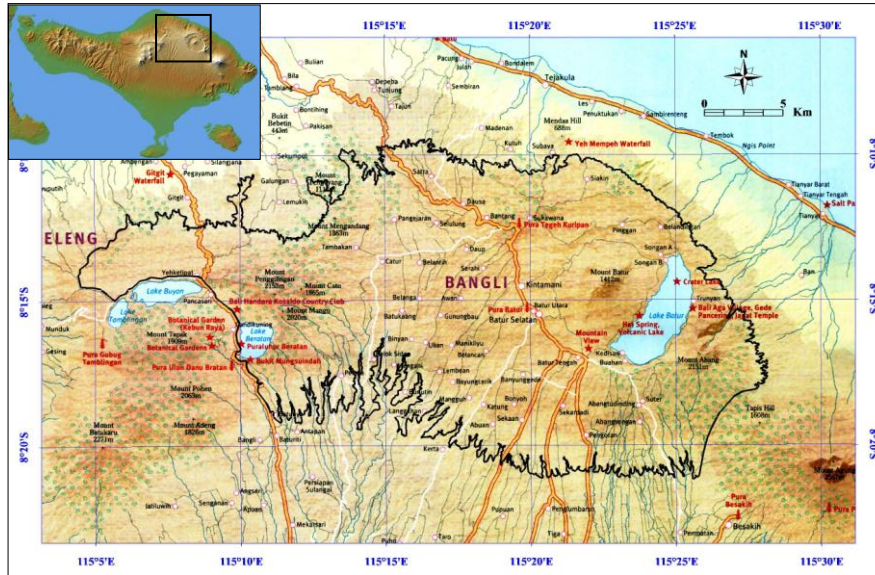
L'objectif d'un renforcement de l'équité au sein de la filière, d'une amélioration de la répartition de la valeur ajoutée au profit des producteurs existe, mais reste secondaire. On cherche avant tout à mettre en place une filière qui pourra trouver sa place dans les marchés internationaux, s'insérer dans les circuits commerciaux existants (Fournier, 2008).

La zone de production a été délimitée d'une façon relativement inclusive. Un « cœur de zone », situé sur le plateau de Kintamani et correspondant aux plantations ayant eu les meilleures notes lors des évaluations sensorielles effectuées par le Cirad et l'ICCRI, aurait pu être uniquement retenu, mais la volonté des planteurs, en accord avec les organismes d'appui, a été de retenir une zone de production la plus large possible, englobant la quasi-totalité des planteurs de café de la région. Une limite d'altitude a été fixée à 900 mètres, seuil en-dessous duquel les plantations de robusta et d'arabica se mélangent (en

²⁰² Cultures sur terrasses, densité maximale de 1 600 arbres/ha, arbres d'ombrage permanents, variétés sélectionnées, engrais organiques, interdiction des pesticides, récolte des cerises rouges sélective et transformation par voie humide.

²⁰³ La diversification au sein des caféières avec des mandariniers, qui est devenue une pratique locale traditionnelle, n'est pas imposée, mais juste conseillée. L'organisation des planteurs en *subak abian* est par contre revendiquée et valorisée dans le cahier des charges.

outre, la qualité du arabica chute considérablement s'il est cultivé à faible altitude). Cette délimitation crée une zone de 54 000 ha, dont 12 000 pourraient être consacrés au café (figure 16). En 2008, environ 4 000 ha de café sont en production dans cette zone. 3 300 producteurs sont impliqués dans la démarche d'IG, répartis dans 60 SA, dont 22 sont équipées pour transformer le café par voie humide.



Source : Cahier des charges de l'IG café de Kintamani Bali

Figure 16 : Délimitation de la zone de production de l'IG « café de Kintamani Bali »

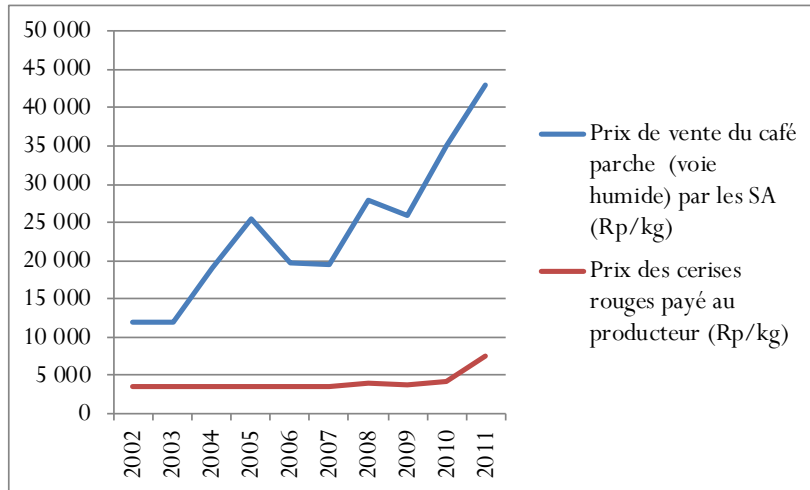
Cette délimitation « inclusive » de la zone de production demande la mise en place d'une procédure de sélection assez stricte, pour pouvoir garantir la typicité du café de Kintamani. Le CdC prévoit un contrôle visant à garantir la traçabilité du produit (système de numérotation de lot dans chacune des unités de transformation) et des analyses sensorielles qui doivent être effectuées par les membres du MPIG (ceux-ci ayant été formés pour cela par l'ICCRI et le CIRAD) afin d'évaluer si le café, une fois torréfié et préparé, présente le profil organoleptique identifié.

Des impacts non immédiats

L'IG café arabica de Kintamani Bali a été enregistrée en décembre 2008. Durant les campagnes suivantes, les planteurs et les SA constatent que peu d'acheteurs demandent du café avec la certification de l'IG. Cela n'incite de fait pas la majorité d'entre eux à certifier leur produit, cette certification ayant un coût²⁰⁴ et demandant du temps. Les impacts de l'IG sont de ce fait difficiles à analyser précisément, car il s'agit d'effets de l'enregistrement plus que d'effets de la certification (Durand et al., 2013).

²⁰⁴ Ce coût est censé rester minime : il a été fixé à 100 IDR/kg, alors que le prix du kg de café « parche » oscille entre 20 000 et 40 000 IDR/kg.

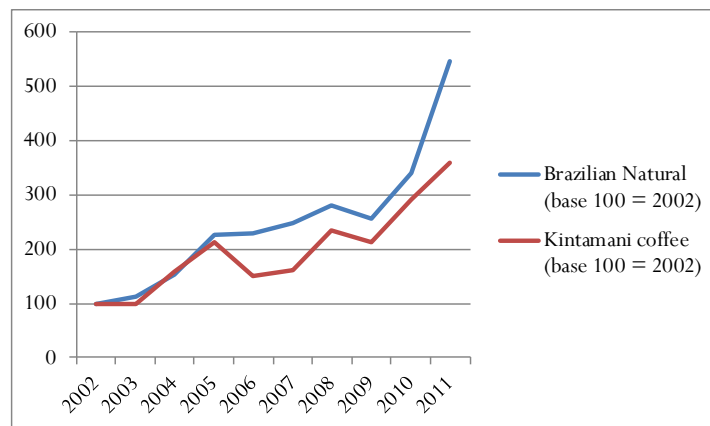
La croissance des prix de vente du café de Kintamani se poursuit néanmoins après l'enregistrement de l'IG, ainsi que celle, plus modeste, du prix auquel les planteurs vendent leurs cerises aux unités de transformation (figure 17).



Source : nos enquêtes, Dinas Perkebunan Bali.

Figure 17 : Évolution des prix des cerises rouges et du café « parche » à Kintamani entre 2002 et 2011

Certains acteurs locaux veulent voir dans cette hausse des prix un effet de l'enregistrement de l'IG, mais une comparaison avec l'évolution du cours du café arabica amène à relativiser cet impact. La figure 18 présente une comparaison de l'évolution entre 2002 et 2011 du prix du café parche local avec le prix sur les marchés internationaux des cafés « Brazilian natural », catégorie dans laquelle l'ICO²⁰⁵ range les arabicas indonésiens.



Source : nos enquêtes, Dinas Perkebunan Bali, ICO.

Figure 18 : Evolution du prix local du café parche de Kintamani Bali et de l'indice ICO pour les cafés « Brazilian Natural »

²⁰⁵ International Coffee Organization (<http://www.ico.org/>)

Même si les prix du café de Kintamani suivent la courbe d'évolution des prix internationaux de café arabica, il faut souligner que dans les années 1990, le prix du café arabica de Kintamani était parfois inférieur à celui du café robusta produit dans des zones de moindre altitude et transformé exclusivement par voie sèche. Depuis 2010, le prix de l'arabica de Kintamani a toujours été supérieur au café robusta de Bali. Par exemple en 2011, le café robusta de Bali transformé par voie sèche se vendait 22 000 IDR/kg de café parche (1,4 euros) et le café arabica (voie humide) de Kintamani 43 000 IDR/kg (2,8 euros).

Si l'effet de l'IG sur le prix est encore incertain, cette dernière fait croître la réputation du café selon les services agricoles : « *les producteurs, surtout les chefs des subak abian font de la promotion pour le café de Kintamani. Maintenant, ce nom est connu par les acheteurs. [...], il y a plusieurs nouveaux acheteurs chaque année, parfois ils n'achètent que quelques tonnes de café mais cela renforce encore la réputation du café Kintamani* » (entretien, Dinas Perkebunan de Bali).

Cinq nouvelles SA s'enregistrent dans le MPIG entre 2008 et 2011 (le total est donc de 65 SA). Sept nouvelles SA sont équipées par les services agricoles en matériel pour la transformation voie humide. Un certain *turn-over* apparaît au niveau des acheteurs, mais la vente du café de Kintamani ne pose pas de problèmes majeurs aux unités de transformation.

En 2012, les services agricoles de Bali et la MPIG évaluent la surface de café plantée dans la zone de l'IG à environ 7 000 ha, dont 2 500 ha plantés au cours des dernières années et n'étant pas encore en production. Cette surface appartient à 3 700 agriculteurs familiaux répartis en 65 SA (chaque SA rassemble une cinquantaine de membres). Pour les années 2010, 2011 et 2012, les volumes annuels produits sont compris 350 à 400 tonnes de café parche (voie humide). Il faut souligner que les producteurs ont encore fréquemment recours à la voie sèche du fait d'une difficulté d'accès aux unités de transformation par voie humide et qu'en 2012 environ 1000 t d'arabica de Kintamani avait été vendu sur le marché local après un traitement par voie sèche.

Les services agricoles de Bali restent très actifs sur l'IG Kintamani malgré la non-continuité du financement des activités après la fin du projet d'appui à la mise en place de l'IG. Ces services agricoles ont su capter des financements pour poursuivre leurs actions à Kintamani (budgets du gouvernement provincial ou directement du Ministère de l'Agriculture), mais qui restent ponctuels et permettent difficilement de mettre en œuvre un programme de fond pour continuer à sensibiliser des producteurs au CdC, au système de traçabilité et à l'importance de la certification. Enfin, un renouvellement du Bureau du MPIG est réalisé en 2010, suite à des désaccords sur la gestion de l'IG par le précédent

Bureau (auquel certains producteurs reprochent des formes d'appropriation de la ressource collective en ne faisant profiter les contrats commerciaux suscités par l'IG qu'aux SA dont dépendent les membres de ce Bureau).

La principale difficulté reste le financement des activités du MPIG. Sans le paiement de la cotisation et de la certification par les SA, le MPIG ne dispose d'aucun budget propre. Le nouveau Bureau tente d'accélérer la réception des cotisations des membres et de susciter des demandes de certification, afin de dégager un budget suffisant et permettre au MPIG une certaine autonomie vis-à-vis des services agricoles.

L'IG a été évaluée deux fois par la TAIG, en 2009 et 2011. Les résultats de l'évaluation 2011 (Angsriawan, 2011) indiquent que bien que des éléments tangibles de mise en place du système de contrôle et de traçabilité puissent être relevés (réalisés avec l'appui du *Dinas Perkebunan*), certains éléments doivent être améliorés²⁰⁶ et la mise en conformité de la filière au CdC doit être accélérée.

Les effets de l'enregistrement de l'IG restent donc mitigés, principalement du fait d'une dynamique de certification des produits encore faible, bien qu'en progression. Toutefois, dans une perspective plus large, le cas Kintamani semble prometteur. Même si le café n'est pas contrôlé ou certifié de manière systématique, le nom « Kintamani » a clairement acquis une réputation sur les marchés, conduisant à une utilisation plus répandue de ce nom et du logo de l'IG associé (dans des points de vente de café, lors d'expositions...). Une preuve de cette réputation croissante est le fait que des copies de ce logo et des usurpations du nom apparaissent (du café robusta produit à l'extérieur de la zone de l'IG a été commercialisé sous le nom « Kintamani » et avec le logo de l'IG en 2012). Une enquête auprès de neuf torréfacteurs nationaux a montré que le café Kintamani commence à être considéré comme un « *specialty coffee* » indonésien et qu'il est de plus en plus apprécié par les consommateurs indonésiens et étrangers. Depuis 2012, de nouveaux acheteurs internationaux (comme les acheteurs australiens FiveSense ou PipieWine, un acheteur japonais, un acheteur coréen...) demandent du café IG Kintamani Bali et sont prêts à payer un premium (ce qui a poussé les SA et le *Dinas Perkebunan* à faire fabriquer des sacs portant le logo de l'IG).

²⁰⁶ Les remarques de la TAIG portent principalement sur les conditions de stockage du café parche (sacs usagés, surélévation du sol pas toujours effectuée...) et le système de traçabilité (toutes les SA ne suivent pas le système de traçabilité avec des numéros de lot à inscrire sur les sacs, les producteurs n'ont pas tous leur carte de membres, le logo IG n'est pas utilisé systématiquement). Du point de vue des pratiques agricoles (variétés, pas d'intrants chimiques...), il est noté par la TAIG que les producteurs suivent tous les recommandations du CdC, sauf certains qui récoltent parfois des cerises vertes.

En 2012, l'association de l'IG a obtenu un prêt pour développer une *koperasi* (coopérative). Cette coopérative est en activité depuis 2013 et réalise le traitement et la vente collective du café d'une dizaine de SA situées dans le cœur du plateau de Kintamani. Cette structure commune facilite le contrôle de la qualité du produit et permet de limiter l'hétérogénéité due à des unités de transformation faisant parfois des traitements variables. La *koperasi* n'achète que des récoltes ayant au minimum 95 % de cerises rouges et paie aux producteurs un premium de 10 IDR/kg de cerises rouges par rapport au prix des cerises rouges sur le marché local. Plusieurs exportateurs (allemand, japonais, australien) achètent le café de la coopérative du MPIG. Cette coopérative a pour objectif de rassembler et commercialiser l'ensemble du café de la zone et de ne pas développer d'activités pour du café ne correspondant pas au CdC.

Plusieurs initiatives d'agro-tourisme ont été repérées depuis 2011, comme par exemple *Agrotourism B36*²⁰⁷ qui reçoit plus de 50 visiteurs nationaux et internationaux par jour venus découvrir les plantations de café et apprendre la dégustation du café²⁰⁸. Ces sites agrotouristiques permettent de développer la vente directe de café moulu. Les services agricoles de Bali ont choisi d'accompagner ce développement en équipant quatre SA en torréfacteurs et moulins. Ces SA ont financées sur fonds propres des étiquettes portant le nom « Kintamani » et le logo de l'IG. Des paquets de café moulu portant ces étiquettes sont vendus dans plusieurs boutiques de la zone de production, notamment aux abords des lieux touristiques comme le lac Batur (figure 19).

²⁰⁷ *Agrotourism B36* a été créé en 2011 à l'initiative d'un commerçant local de café. Le site constitué d'une plantation d'environ 15 hectares, d'un *coffee shop*, d'un restaurant et d'hébergements a reçu une visite du Ministre de l'Agriculture en 2013.

²⁰⁸ Nous pouvons aussi citer Satira Agrotourisme situé à Kintamani (<http://www.satriaagrowisata.balikklik.com/index.html>, page consultée le 16/12/15) faisant découvrir aux visiteurs le café de Bali, plusieurs épices, des massages balinaï et de l'aromathérapie, ou encore lme site d'agro-tourisme Buana Amertha Sari situé sur la route entre Gianyar et Kintamani. Cet axe routier a vu se développer depuis 2011 une dizaine de sites agrotouristiques proposant une découverte de la production de café et des dégustations (voir l'article du Jakarta Post de 2013 : <http://www.thebalidaily.com/2013-10-31/enjoying-coffee-and-local-spices-agrotourism.html>, page consultée le 16/12/15).

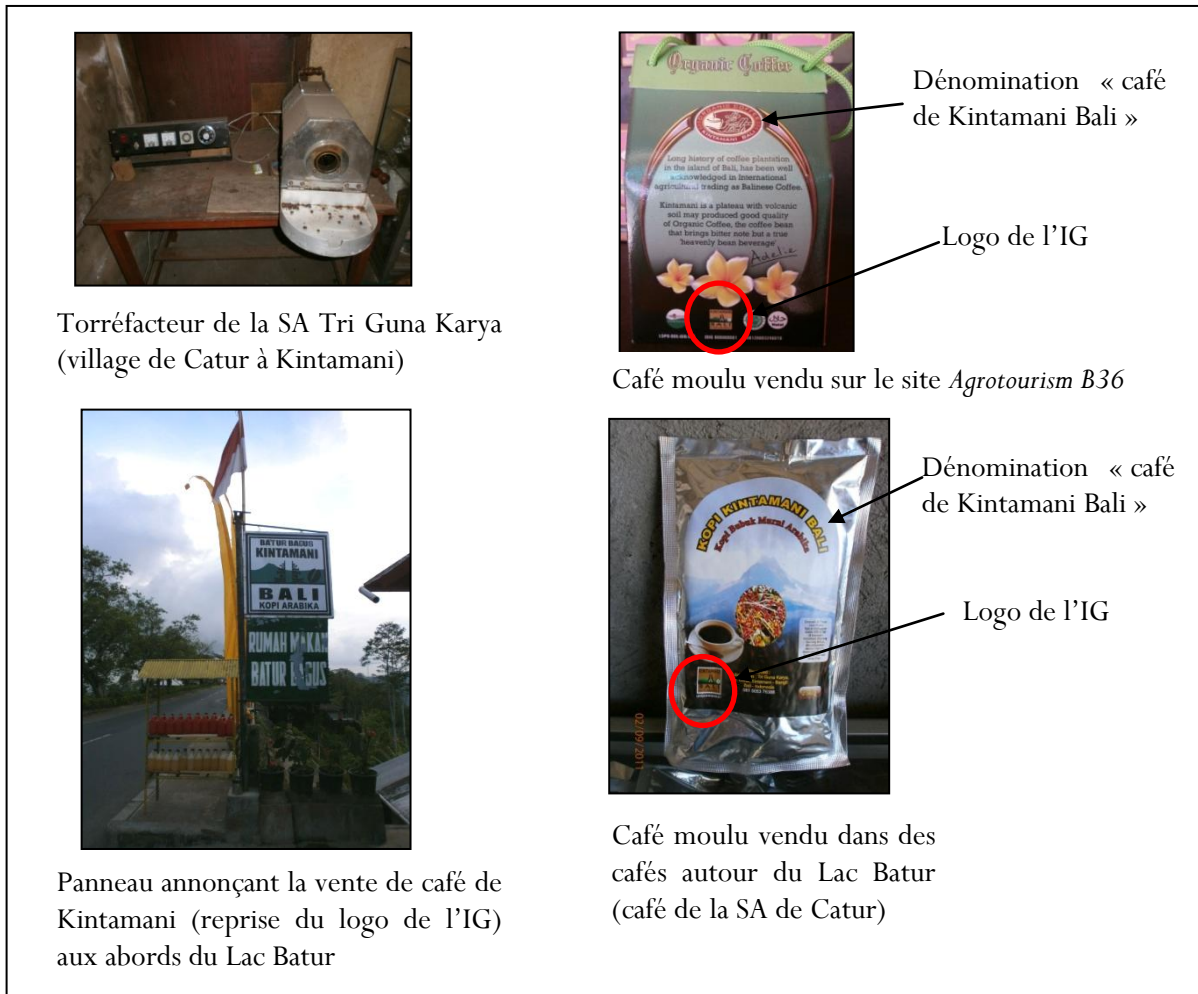


Figure 19 : Matériel de transformation du café jusqu'au stade café moulu dans un SA et paquets de café mentionnant la dénomination et l'IG vendu dans la zone

La valeur ajoutée du café moulu est considérable en comparaison du café parche : le café de Kintamani torréfié et moulu se vend en moyenne à 120 000 IDR/kg (soit 7,8 euros/kg)²⁰⁹, ce qui est plus du double du café parche. Depuis mars 2015, le BPTP²¹⁰ de Bali a commencé des formations dans la région de Kintamani sur le développement de l'agrotourisme. L'IG café de Kintamani Bali est citée comme un des facteurs attractifs de la région et des recommandations sur les visites de plantations ont été données²¹¹.

²⁰⁹ Le prix est de 100 000 IDR/kg lorsque le café est vendu sans étiquette.

²¹⁰ Le BPTP (Balai Pengkajian Teknologi Pertanian), ou Bureau d'Évaluation des Technologies Agricoles, est une antenne de recherche et développement du Ministère de l'Agriculture installé dans chacune des provinces d'Indonésie.

²¹¹ Voir l'article sur le site du BPTP :

http://bali.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php?option=com_content&view=article&id=555:pengembangan-kawasan-kopi-bangli-siap-rintis-agrowisata&catid=51:info-aktual&Itemid=81 (page consultée le 16/12/15).

II. Le café de Gayo (Indonésie)

Histoire de la production de café à Aceh et contexte de la région

La province indonésienne d'Aceh²¹² se situe à l'extrême Nord de l'île de Sumatra. Au centre de cette province se trouve le haut plateau de Gayo (entre 1000 et 1700 mètres d'altitude) qui est le cœur d'une zone de production ancienne d'un café arabica de qualité.

La caféiculture a commencé sur le plateau de Gayo et dans la région d'Aceh dans les années 1920 et n'a jamais été arrêtée depuis (MPKG, 2009). Pendant la période de colonisation, les Hollandais installent à Aceh les premières usines de transformations de café, de bois et de thé. Après l'indépendance en 1945, ces usines sont devenues publiques. À cette époque, environ 65 % du café produit à Aceh était encore exporté vers les Pays-Bas.

À partir des années 1970, plusieurs projets de soutien à la caféiculture à Aceh ont permis de développer cette production²¹³ (Marsh, 2005). Dans le cadre de ces projets, des coopératives qui achètent et revendent le café et parfois le transforment) sont construites, dont une en 1987 à Takengon, ville principale du plateau de Gayo.

La coopérative de Takengon achète aux producteurs de la région des cerises de café « de qualité » (c'est-à-dire rouges à 95 %, triées – sans branches, feuilles, etc. – et vendues directement après la récolte). Cette pratique de qualité est à souligner car dans les années 1980, rares sont les zones de production de café en Indonésie qui s'orientent de manière aussi précoce vers la qualité. Un premium de 20 IDR/kg par rapport au prix des récoltes de cerises « tout venant » vendues sur le marché local est donnée par la coopérative. La coopérative de Takengon transforme les cerises de café par voie humide et revend le café parche à une fabrique située à Medan dans la province voisine (voir localisation sur la figure 20) qui assure la suite de la transformation (« décorticage », c'est-à-dire retrait mécanique de l'enveloppe parche autour des grains de café). L'usine de Medan exporte ensuite le café vert.

²¹² Le nom complet de la province est Nangroe Aceh Darussalam.

²¹³ Notons l'International Development Assistance Project en 1978 mis en œuvre dans un des districts d'Aceh (Aceh Tengah), le projet de la coopération hollandaise Central Aceh North Aceh Rural Development en 1983, devenu le Small Holders Coffee Project au début des années 1990.

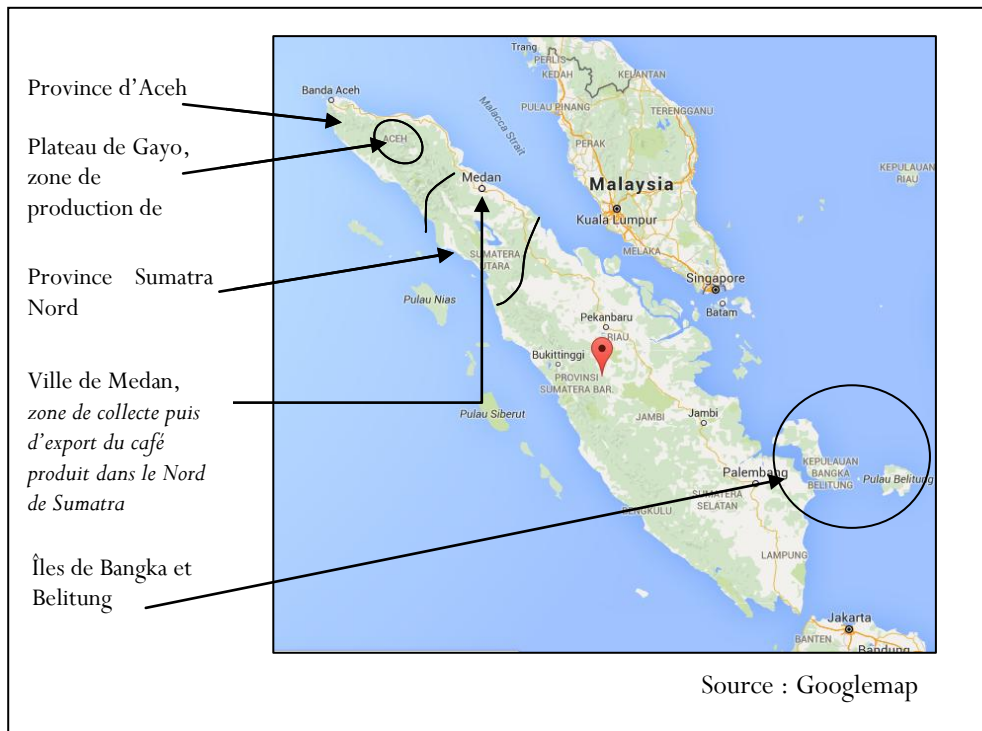


Figure 20 : Localisation du plateau de Gayo et de la ville de Medan (Sumatra)

Le contexte historique et politique de la province d'Aceh doit être rappelé afin de comprendre dans quelle situation a (ré)émergé le soutien à la filière café de Gayo à la fin des années 2010. Dès l'indépendance en 1945, des mouvements séparatistes naissent à Aceh. Leurs revendications sont liées à l'exploitation de gaz naturel dans la province par des entreprises publiques dont les bénéfices ne reviennent pas à la population d'Aceh mais à l'État central. À ces revendications d'ordre économique s'ajoutent d'autres d'ordre religieux : les mouvements séparatistes estiment que l'Islam n'a pas été intégré de façon suffisamment importante dans la nouvelle constitution. Entre les années 1950 et 1970, le conflit est relativement contenu, malgré des vagues de répressions fortes dans la province. Autour de 1975, Jakarta ne parvient plus à maintenir la calme dans la province d'Aceh et la situation commence à être relayée dans la presse indonésienne. La province d'Aceh est déclarée « zone d'intervention militaire prioritaire » en 1976 et Jakarta y envoie des forces armées. La même année, les mouvements séparatistes fondent le GAM (Mouvement pour un Aceh Libre) et une véritable guerre civile démarre entre le GAM et les forces armées républicaines.

Les soldats du GAM s'établissent dans le centre de la province, sur le plateau de Gayo. La majorité des familles de cette région (issues de l'ethnie Gayo) ne souhaitent pas s'engager dans le conflit et fuient vers d'autres provinces (notamment vers la ville proche de Medan). Il est estimé qu'environ 13 000 ha de plantations de café ont été abandonnés pendant le conflit (Marsh, 2005). Les services

agricoles de la province d'Aceh et la recherche (ICCRI) souhaitent travailler à l'amélioration de la qualité de ce café, repéré depuis longtemps comme un produit de terroir au potentiel élevé, mais le conflit ne permet pas de mettre en place ces projets.

Différents accords d'autonomisation de la province vont se succéder à partir de 1980. En 1999, l'État indonésien autorise une indépendance religieuse à Aceh et annonce l'instauration de la charia (qui codifie les rapports publics et privés des musulmans) dans la province. En 2001, la loi No. 18-2001 confère à Aceh une « autonomie spéciale ». Malgré ce statut, le conflit se poursuit et même se renforce, les habitants de Gayo disent qu'entre 2002 et 2005, il était absolument impossible de circuler dans certaines parties du plateau car le GAM tuait les habitants présumés en faveur de Jakarta.

En décembre 2004, alors que la guerre d'Aceh commence à être médiatisée sur le plan international, un séisme de magnitude 9,3 sur l'échelle de Richter se produit à 150 km de la côte Ouest d'Aceh. Un tsunami se déclenche et frappe la côte indonésienne au niveau de Banda Aceh, principale ville de la province, faisant plus de 166 000 morts. Les dons et l'aide humanitaire affluent en masse vers la région, mais la situation politique ne permet pas d'intervenir rapidement. La communauté internationale fait rapidement pression sur le gouvernement indonésien pour qu'il règle le conflit, ce qui permettra de sécuriser l'aide humanitaire. En 2005, un accord de paix entre le GAM et Jakarta est signé à Helsinki. La guerre civile d'Aceh aura duré 30 ans et fait au moins 15 000 morts et des milliers de migrants. Dès la signature de l'accord de paix, l'aide humanitaire se déploie, prioritairement sur les zones côtières touchées par le tsunami. En 2006, des élections provinciales mettent le *leader* du GAM à la tête de la province.

Le plateau central de Gayo, se trouve à plus de 1 000 mètres d'altitude et n'a pas été directement touché par le tsunami. La région a par contre été victime du fort séisme mais elle n'a reçu que très peu de soutien durant plusieurs mois. Sur ce constat, le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) lance un projet de développement économique de la province d'Aceh (APED, *Aceh Partnership for Economic Development*), dont certaines activités visent au (re)développement du café qui est la filière agricole majeure du plateau. Entre 2005 et 2006, plus de 10 000 ha de café sont replantés. Les surfaces qui étaient de 37 558 ha en 2003 atteignent 49 797 ha en 2007 (Olii, 2008).

Importance et technique de la production de café à Gayo

Comme nous l'avons vu dans le cas précédent, la quasi-totalité du café indonésien est du robusta, principalement vendu sur un marché de *commodity*. Le Nord de Sumatra, qui rassemble plusieurs terroirs de café arabica connus de longue date (Gayo, lac Toba, Mandelhing...), se distingue

notablement de cette production « standard ». Environ 75 % de l'arabica indonésien y est produit, le Nord de Sumatra est le plus gros centre de production d'arabica de toute l'Asie du Sud Est (Bigot, 2011). Les transformateurs de la province d'Aceh produisent en moyenne 20 000 tonnes de café vert arabica chaque année (Marsh, 2005), dont près de 40 % sont fournies par le plateau de Gayo.

La production de café est très nettement l'activité principale de la région de Gayo (d'autres cultures sont présentes dans la région, notamment la canne à sucre, le patchouli et plus récemment le cacao). Comme nous l'avons dit précédemment, Olii (2008) mentionnait près de 50 000 ha de café à Gayo en 2007 ; ces surfaces continueront à augmenter pour atteindre 70 000 ha en 2008 (Mawardi, 2008) et 90 000 ha en 2009 (MPKG, 2009). Elle fournit un revenu à environ 66 000 familles, soit près de 40 % de la population du plateau²¹⁴ (tout le café de Gayo étant produit par des agriculteurs familiaux possédant en moyenne 1,5 ha de café).

En 2012, la production annuelle sur le plateau était d'environ 59 000 tonnes de cerises rouges, et a donné environ 8 000 tonnes de café vert après traitement. Trois districts partagent cette production, les deux principaux étant Aceh Tengah et Bener Meriah, le troisième (Gayo Lues) étant nettement moins productif.

Les caféiers à Gayo sont plantés entre 1 200 et 1 600 m d'altitude sur des sols fertiles volcaniques, avec des légumes en inter-rangs pendant les quatre premières années (sans récoltes de café). L'ICCRI a identifié 24 variétés de café arabica cultivées à Gayo, avec des résistances aux maladies et de productivité variables. À partir de la cinquième année, le caféier entre en production et est ensuite cultivé en monoculture avec un faible ombrage. Les plantations sont entourées d'arbres fruitiers (jaquiers, bananiers, *durian*) dont la fonction est de réduire les effets du vent sur les caféiers.

Les cerises de café sont récoltées manuellement, en plusieurs passages, par les producteurs qui ne sélectionnent que les cerises rouges. La pratique commune est de vendre ensuite ces cerises à des collecteurs qui réalisent une transformation par voie humide. La transformation par voie humide est pratiquée par la majorité des producteurs/collecteurs à Gayo depuis les années 1960, contrairement à Bali où ce mode de transformation n'a été introduit que progressivement au cours des 40 dernières années.

²¹⁴ Ce chiffre atteint 78 % dans le district Aceh Tengah, qui est le plus productif en café.

Filière et prix du café de Gayo

Il existe 402 organisations de producteurs de café sur le plateau (source : *Dinas Perkebunan*). Ces organisations ont été créées à l'échelle de chaque village par les services agricoles au cours des années 2000. Elles rassemblent entre 50 et 150 producteurs et facilitent les interactions entre les producteurs et les services agricoles (distribution de plants, formations sur les techniques agricoles, informations sur les prix, etc.).

Les producteurs vendent les cerises rouges individuellement à des collecteurs qui les transforment jusqu'au stade de café parche ; Olii (2008) dénombre 62 unités de transformation uniquement dans le district de Aceh Tengah. Entre les producteurs et les exportateurs, il existe généralement deux niveaux de collecteurs qui regroupent la production : d'abord des collecteurs de villages, puis des collecteurs de district (qui revendent ensuite aux exportateurs).

Une autre voie consiste à vendre les cerises à l'une des 28 coopératives du plateau. Ces coopératives ont été soutenues par les services agricoles ou des ONG et certaines sont devenues de grandes structures avec plus de 6 000 membres. Les membres restent libres de vendre les cerises de café à la coopérative, à des collecteurs ou sur le marché local. Les coopératives réalisent un traitement par voie humide jusqu'au stade café vert puis le vendent à des exportateurs. Deux d'entre elles (Baburayan et Entan Pase) ont commencé à exporter du café vert depuis 2006 vers les États-Unis et le Japon. Bigot (2011) a évalué la répartition des volumes en fonction de ces différents types de ventes (figure 21).

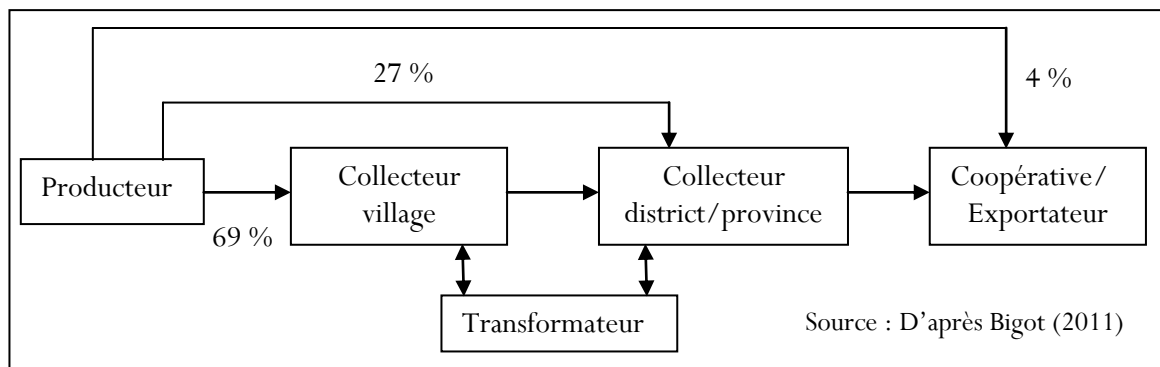


Figure 21 : Répartition des volumes de cerises rouges en fonction des différents débouchés

Le prix des cerises rouges payé au producteur était de 2 500 IDR/kg pendant le conflit (soit 0,16 euros/kg), il a doublé en 2006. L'arrivée de nombreux acheteurs dans la région, en lien avec l'amélioration de la situation (arrivée de Starbucks en 2007 par exemple), ainsi que deux années de fortes pluies entraînant des rendements faibles en 2008 et 2009, expliquent la hausse continue des

prix des cerises de café à Gayo qui atteignent des records en 2010, à plus de 10 000 IDR/kg de cerises rouges (0,65 euros/kg). En 2010 et 2011, les prix étaient si hauts que certains acheteurs (exportateurs ou petits torréfacteurs de Jakarta) ont refusé d'acheter du café de Gayo qui se vendait à presque 100 000 IDR/kg de café vert (6,5 euros/kg). Le premium du café Gayo par rapport aux autres cafés de terroir indonésiens est net : la même année, le café vert de Bali, Toraja, Papua, Java se vend entre 55 et 70 000 IDR/kg (entre 3,5 et 4,5 euros).

Certification et propriété intellectuelle sur le nom « Gayo »

En 2005, des acheteurs du café Gayo formulent la demande d'un café biologique. Les services agricoles de la province organisent alors des formations et facilitent la constitution de groupements de producteurs de café biologique. Cette nouvelle sous-filière réussit à se mettre en place (notamment grâce à l'obtention d'une certification « agriculture biologique » par quelques coopératives). Cependant, la hausse du prix de café de Gayo a été telle à la fin de la décennie 2000 qu'un premium du fait de la certification biologique n'est pas ressenti. Depuis 2010, la certification « agriculture biologique » est en net déclin à Gayo, les producteurs ne se sentant pas incités économiquement à produire du café en agriculture biologique.

L'arrivée de la compagnie Starbucks 2007 comme acheteur de café de Gayo a grandement modifié la demande. Starbucks, qui se fournit *via* des entreprises relais (comme Indocafco par exemple), demande autant que possible que le produit respecte sa charte (« *Coffee and Farmer Equity Practices* »). La certification « Starbucks » est rapidement devenue plus intéressante pour bon nombre de producteurs qu'une certification biologique.

Une préoccupation émerge progressivement quant à l'usage du nom « Gayo » sur les marchés internationaux. En 2000, la compagnie hollandaise Holland Coffee Inc. enregistre au Pays-Bas la marque privée « Gayo Mountain Coffee ». Suite à la fin du conflit en 2005 et à l'enregistrement de la première IG indonésienne en 2008, l'ICCRI identifie dans le café de Gayo un produit potentiel pour l'enregistrement de l'IG.

Vers la construction de l'IG : une succession de projets

Comme nous l'avons mentionné, à la suite du tsunami et de la paix signée en 2005, les familles qui avaient quitté le plateau de Gayo sont progressivement revenues s'installer dans la région. Le projet lancé par le PNUD en 2006 (projet APED) dispose d'un fond de 2 millions de dollars pour la mise en

œuvre, en coordination avec le BAPPEDA²¹⁵, de diverses activités visant un développement économique large de la région (infrastructures, emploi, renforcement du gouvernement local). Le projet APED décide de soutenir plus particulièrement une filière agricole d'importance sur le plateau et sélectionne le café. Outre la structuration de la filière et un soutien à la production de café, l'APED a également pour mission d'assurer un maintien durable de la paix à Aceh, en favorisant l'insertion des anciens combattants du GAM, de retour dans leurs plantations.

Le projet APED se coordonne avec l'Aceh Coffee Forum (créé en 2005) pour mettre en œuvre des activités spécifiques liées au développement du café arabica à Gayo. Ce « forum »²¹⁶, créé par la province d'Aceh, reçoit une aide d'environ 1 million de dollars par an (entre 2006 et 2008) du gouvernement indonésien central. Ses missions sont la réhabilitation des plantations de café, l'amélioration de la qualité et le soutien aux producteurs. Mr Mustafa Ali, ancien professeur à l'Université et figure locale connue, est placé à la tête de l'ACF. Ayant pris connaissance du projet d'enregistrement d'IG en cours pour le café de Kintamani Bali et sur les conseils de l'ICCRI, il commence à réfléchir à un projet similaire pour une IG « café de Gayo » dès 2007.

Le projet APED prend fin au début de l'année 2009. La suite des activités de développement de la filière café est assurée par une autre organisation présente dans la région, IOM (International Organization for Migrants, sous tutelle de l'ONU). Toujours en 2009, un fond de 50 millions de dollars (multi-donneurs, toujours dans le cadre de l'aide post-tsunami) est transféré par la Banque Mondiale au gouvernement indonésien afin de poursuivre la reconstruction de la province d'Aceh. Une partie de ce fond (3,3 millions de dollars) est versé à IOM pour l'accompagnement à la réinstallation d'anciens combattants en tant que planteurs de café et pour mettre en œuvre des activités de structuration de la filière (groupement de producteurs). IOM se rapproche alors de l'ACF pour coordonner ces activités et commence à participer aux ateliers de préparation de l'IG.

IOM se concentre principalement sur les deux districts d'Aceh Tengah et de Bener Meriah²¹⁷ ; le troisième district produisant du café à Gayo (district de Gayo Lues) ne bénéficie pas des activités de IOM car c'est une zone d'intervention historique de l'ONG Caritas.

²¹⁵ Le BAPPEDA (*Badan Perencanaan Pembangunan Daerah*), ou Agence de Planification pour le Développement Régional est un organe public existant dans chacune des provinces d'Indonésie.

²¹⁶ En Indonésie, un « forum » désigne un regroupement d'acteurs publics et privés.

²¹⁷ Dans ces deux districts, IOM met en œuvre le projet SEGA (*Sustainable Economic Growth for Aceh*), qui comporte plusieurs volets visant : la création de 10 coopératives de café ; la formation de 50 agriculteurs référents par coopérative sur les questions de qualité et rendements ; un programme de diffusion des compétences pour les 50

Les multiples projets et acteurs nationaux et internationaux de développement en présence dans la région après la fin de la guerre et le tsunami forment un paysage dense dans lequel les zones d'intervention se chevauchent. Les liens entre toutes ces agences et ONG, et avec les agences publiques indonésiennes provinciales, ne sont pas systématiques, ce qui complique parfois la mise en œuvre des activités. Du point de vue des producteurs de café, la période 2005-2010 apparaît comme une période caractérisée par de multiples projets de développement. Les producteurs reconnaissent l'intérêt de ces projets et les aides reçues, mais disent également avoir eu des difficultés à identifier la cohérence entre tous ces projets et à sélectionner les recommandations pertinentes pour ce qui est de la production du café.

Construction de l'IG café de Gayo

Suite aux premières réflexions sur un projet d'IG menées par l'ACF dès 2007, le démarrage concret du projet est assez lent et ce n'est qu'en juillet 2008 qu'une première réunion entre l'ACF et la TAIG a lieu. La rédaction du CdC s'étale ensuite entre avril et décembre 2009, elle est faite par l'ACF, les agents du projet APED et le BPTP d'Aceh. L'ensemble des activités nécessaires à sa rédaction ont été financées par APED et IOM.

En avril 2009, le MPKG (*Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo*, ou Communauté pour la Protection du Café de Gayo) est officiellement créé lors d'une cérémonie rassemblant l'ACF, IOM, des membres de la TAIG et les préfets des deux districts dans lesquels IOM intervient (le préfet du district de Gayo Lues, inclus dans la zone de production envisagée pour l'IG, n'a pas participé à cette inauguration). M. Ali, chef de l'ACF, est élu à sa tête. À sa création, le MPKG compte 9 590 producteurs (répartis dans 151 groupements des trois districts pour une surface totale de 11 000 ha) ; 151 collecteurs et unités de transformation et quatre coopératives ou entreprises collectant le café de plusieurs autres groupements de producteurs. Le nombre total de producteurs de café membres du MPKG s'élève alors à 18 000 (Olii, 2008).

En mai 2009, des cartes de l'aire de production de l'IG sont produites (grâce à des financements de la coopération américaine). En décembre 2009, la version définitive du CdC est déposée à la DG IPR de Jakarta. Un livret présentant les techniques de production et de transformation du café de Gayo inscrites au CdC est édité dès le dépôt de la demande et mis à disposition des acheteurs par le MPKG.

référents formés qui doivent organiser des ateliers et transférer les informations aux autres membres des coopératives ; la formation à l'analyse sensorielle et constitution d'une équipe de *cup test* ; la création d'un Coffee Institute à l'Université de Tankengon.

Le CdC (MPKG, 2009) indique que l'IG « café de gayo » peut être utilisée pour du café arabica produit dans les trois districts du plateau (Aceh Tengah, Bener Meriah et Gayo Lues), dans les zones de sols volcaniques situés entre 900 et 1700 mètres d'altitude. Le goût typique de ce café est décrit selon des termes techniques conventionnels des experts de cafés de qualités comme « un arabica sans défaut, avec une acidité légère, un arôme puissant –*heavy body* –, aucune amertume ni astringence ». Le café doit provenir de récolte manuelle de cerises rouges à 85 %, traitée par voie humide avec une fermentation de 12 à 36 heures. La transformation jusqu'au stade parche doit être faite sur le plateau de Gayo, la transformation du café parche au café vert peut être faite dans les deux provinces d'Aceh et de Sumatra Nord, la torréfaction et la mouture peuvent être faites dans le monde entier. Plusieurs variétés sont autorisées, le CdC ne prévoit aucune restriction sur ce point mais précise à la page 27 que les nouvelles plantations doivent utiliser une des trois variétés améliorées Tim-Tim, Borbor et P-88. Les techniques de culture classiques dans la région sont mentionnées (densités de 2,5 x 2,5 mètre, ombrage, interculture autorisée). Le CdC précise de manière claire que « le café de Gayo est naturel et biologique, sa production n'utilise pas de produits chimiques ni de synthèse, que ce soit sous la forme d'engrais, de pesticides artificiels ou d'herbicides » (MPKG, 2009, p. 27). L'utilisation d'engrais organique est de ce fait recommandée (page 28). Lors de nos enquêtes, plusieurs producteurs utilisaient des intrants de synthèse (voir également Wagianto, 2012, pour un diagnostic agraire à Gayo qui précise les utilisations d'intrants dans les systèmes de production de café) ; seuls certains producteurs travaillant avec des coopératives ayant reçu la certification « production biologique » cultivaient sans intrants chimiques. La mise en œuvre du CdC requiert donc une sensibilisation importante et des innovations pour bon nombre de producteurs.

En janvier 2010, la TAIG effectue une visite de terrain pour contrôler l'adéquation entre le terrain et le CdC. Selon la TAIG et le MPKG, les points du CdC à améliorer concernent le système de contrôle et la traçabilité²¹⁸. La question des intrants chimiques n'est pas mentionnée par les acteurs

²¹⁸ Comme pour toutes les IG indonésiennes, le CdC comprend la mise en œuvre d'un système de traçabilité. Mais c'est un des points sur lesquels la TAIG tolère un décalage dans le temps : l'IG peut être enregistrée même si le système n'est pas en application, il devra l'être que dans un délai de un à deux ans. Le système de traçabilité de l'IG café de Gayo est proche de celui de Kintamani : enregistrement des producteurs (noms et surfaces) et des transformateurs auprès du MPKG qui reçoivent une carte de membre et un numéro, chaque transaction est notée par les unités de transformation (nom du vendeur et son numéro, volume, prix, date) qui communique ces informations deux fois par an au MPKG. Le MPKG peut alors vérifier l'adéquation entre les surfaces enregistrées pour chaque producteur et les quantités de cerises vendues par ceux-ci. Les lots sont marqués (un n° de code est créé à partir du n° de l'unité de transformation, de l'année AAAA et du numéro du lot). Un « cup test » vérifie par ailleurs la qualité de chaque lot. Un lot refusé à deux reprises ne pourra être vendu sous IG. À terme, tous les sacs de cafés verts doivent ainsi porter la mention « Café Arabica de Gayo », ainsi que le logo de l'IG et le code du

comme un point relevé par cette visite de la TAIG bien que nous ayons observé des différences sur ce point entre le CdC (qui interdit l'usage d'intrants chimiques) et les pratiques des producteurs. Nous pouvons faire l'hypothèse qu'une tolérance a été appliquée sur ce point et que la production biologique attendue par le CdC est perçue comme un objectif à atteindre à moyen terme. L'enregistrement officiel de l'IG « café de Gayo » se fait très rapidement suite à cette visite (en avril 2010).

Ce sont donc des fonds et les ressources humaines de projets internationaux qui ont été mobilisés pour financer la construction de cette IG. Plusieurs acteurs publics provinciaux et nationaux ont également participé à la rédaction du CdC. Le gouvernement provincial d'Aceh a fourni des locaux à l'ACF (qui sont aussi les locaux du MPKG), mais n'a pas octroyés de budget dédiés à la construction de l'IG.

Notons que toute cette phase de construction de l'IG s'est faite sans que les producteurs ne soient impliqués dans la démarche. Si les dirigeants des quatre coopératives membres du MPKG ont bien participé aux négociations, les producteurs n'ont pas été sollicités ni informés sur la nature et les potentialités de l'outil IG, ni sur les règles de production inscrites dans le CdC. Lors de nos enquêtes en 2011, aucun producteur n'avait entendu parler de l'IG. Le MPKG assurait que des informations sur l'IG et des formations sur les techniques du CdC seraient dispensées par IOM à partir de 2011.

Attentes des acteurs vis-à-vis de la certification IG

IOM a donc largement porté le processus de construction de l'IG, y voyant l'un des moyens de soutenir l'économie de la région et donc de favoriser la reconstruction et la stabilité à Aceh. Les services provinciaux d'extension agricole sont restés relativement assez à l'écart de la dynamique IG, sans en être exclus. Pour eux, l'IG est un « projet café » parmi d'autres, comme il y en a eu des dizaines dans la région depuis 2005. Quelques agents de terrain des services agricoles apparaissent très en faveur de l'IG et abordent d'eux-mêmes le thème lors des réunions et des formations de routine des services agricoles ; cette sensibilisation souffre cependant d'un manque de coordination entre les divers agents des services agricoles, et entre ces services et le MPKG.

lot. La principale différence avec Kintamani est que toutes les informations seront informatisées (ainsi que les cartes de membres), IOM est en charge de la mise au point de l'équipement informatique.

Les attentes du MPKG envers l'IG sont « la protection juridique du nom »²¹⁹, une amélioration de la qualité du café, de sa productivité (grâce aux variétés sélectionnées) et une préservation de la culture locale.

La question du relais est en discussion, les acteurs publics sont conscients que lorsqu'IOM n'interviendra plus, ils devront trouver des financements. Une possibilité sera de mettre des agents des services agricoles au service du développement de l'IG de manière plus systématique, mais cela suppose que le gouvernement provincial intègre de manière plus officielle la dynamique d'IG. Comme à Kintamani, une autre solution envisagée pour le financement du MPKG est de faire payer les transformateurs pour la certification de leur café. Ce coût serait supporté par les exportateurs et la coopérative (et non par les producteurs qui vendent seulement des cerises rouges) et serait de 25 IDR/kg de café vert. Le MPKG est confiant dans le fait que les exportateurs/coopératives accepteront de payer pour cette certification (certains d'entre eux déclaraient en 2011 accepter de payer la certification, mais cela reste une intention). Grâce à cette rémunération, le MPKG prévoit de développer des formations pour les producteurs.

Lors de nos entretiens réalisés pourtant trois ans après l'enregistrement de l'IG, aucun acteur privé (producteurs, collecteurs, exportateurs) rencontré en dehors des personnes indiquées par le MPKG ne connaissait l'IG. La grande majorité d'entre eux, une fois informés, s'avèrent motivés par la certification de l'IG « café de Gayo ». Ils espèrent que cette IG permettra une augmentation ou au moins une stabilisation des prix. Les producteurs espèrent que des formations seront organisées et que l'IG attirera de nouveaux acheteurs.

Les exportateurs et coopératives de la zone de production ayant participé à la construction de l'IG comprennent bien les arguments commerciaux que l'IG peut leur amener (garantie d'une traçabilité et d'un contrôle de la qualité qu'ils peuvent assurer à leurs clients). Tous ces acteurs reconnaissent la concurrence qui existe entre les différents cafés de Sumatra et espèrent que l'IG pourra renforcer la différenciation du café de Gayo et permettre d'augmenter les prix de vente.

Les plus gros exportateurs du café de Gayo, situés dans la ville de Medan, achètent du café arabica de tout le nord de Sumatra. Plus pessimistes quant à l'avenir de l'IG « café de Gayo », ils comprennent d'entrée de jeu qu'elle ne sera mise en œuvre que si elle est demandée par les acheteurs

²¹⁹ Cette attente est à notre sens à relativiser. Depuis l'enregistrement de l'IG en 2010, aucune démarche juridique n'a été entreprise à notre connaissance par le MPKG, le gouvernement provincial d'Aceh ou le gouvernement central afin de faire annuler la marque privée « Gayo Mountain Coffee » déposée aux Pays-Bas.

(dont les importateurs), ce dont ils doutent. D'autres certifications (comme celle de Starbucks ou RainForest Alliance) sont à leur sens de plus en plus demandées sur le marché international. Il faut ici souligner que les exportateurs de Medan ont l'habitude de mélanger les cafés arabicas de différentes origines du Nord de Sumatra (Gayo, lac Toba, Mandheiling...), afin de reconstituer l'arôme recherché par leurs clients. Le café est ensuite exporté sous le seul nom « Aceh ». La construction d'une IG « café de Gayo » qui suppose à l'avenir de mettre en œuvre un système de traçabilité ne correspond donc pas à leurs pratiques actuelles.

En revanche, le développement de l'IG café de Gayo intéresse fortement les petits torréfacteurs de *specialty coffees* qui se développent à Jakarta ou dans des zones touristiques de Bali, ainsi que les exportateurs de cafés de terroir que nous avons rencontrés à Jakarta. Mais ces débouchés ne représentent encore que de faibles quantités au regard de l'étendue de la filière.

L'IG café Gayo a donc été fortement soutenue jusqu'à présent. La diversité des attentes des acteurs indiquent qu'un travail collectif sur les objectifs précis de l'IG reste encore à faire. L'identification de cette fonction principale de l'IG attendue par tous, permettra de mieux structurer localement les actions collectives. L'implication des producteurs apparaît comme un impératif pour l'évolution de la dynamique. Le nombre de producteurs membres du MPKG a augmenté depuis sa création en 2009 (notamment du fait de l'entrée de plusieurs groupements du district Bener Meriah) et atteint 27 727 producteurs en 2011. Nos enquêtes de montrent que ce chiffre ne traduit pas un réel développement de l'IG, du moins si l'on ne considère pas uniquement l'adhésion de groupements de producteurs au MPKG, mais également leur implication dans la démarche d'IG (mise en œuvre du CdC en particulier). L'évolution dépendra également du positionnement des exportateurs de Medan qui jouent un rôle central dans la filière. La zone de production étant très étendue, une implication des services agricoles afin de réaliser une sensibilisation d'envergure semble nécessaire dans les prochaines années.

III. Le poivre blanc de Muntok (Indonésie)

Chronologie du duo étain/poivre à Babel

Le poivre blanc de Muntok est produit sur deux îles indonésiennes, Bangka et Belitung, communément appelées « Babel », qui forment une province (cf. figure 20 précédemment pour la localisation de Babel). Babel a attiré l'attention des Hollandais en 1710, quand d'importantes ressources en étain y ont été découvertes, notamment sur l'île de Bangka (Bigot, 2011). Des travailleurs malais et

chinois ont immigré pour exploiter l'étain et une organisation sociale relativement cloisonnée entre les communautés s'est installée ; elle perdure jusqu'à aujourd'hui. Pendant des générations, Babel a ainsi fondé son développement sur l'exploitation de l'étain. Le nom de l'île de Bangka dérive d'ailleurs du vieux-malais *wangka*, qui signifie étain.

Les crises sur le marché international de l'étain ont rapidement poussé les habitants de Babel à diversifier leurs sources de revenus et des plantations de poivre sont apparues à la fin du XIX^{ème} siècle (BP3L, 2009), d'abord menées par la communauté chinoise, sous forme de grandes plantations capitalistes employant les mêmes travailleurs que dans les mines d'étain. Les Indonésiens ont également cultivé le poivre mais à des échelles plus réduites, dans des exploitations familiales. La production de poivre a plus nettement augmenté sur l'archipel dans la première moitié du XX^{ème} siècle : on dénombrait 600 familles produisant du poivre en 1910, plus de 8 000 en 1930 (Bigot, 2011). À cette époque, Babel produisait 80 % du poivre blanc mondial et le nom « Muntok » (du nom du port de l'île de Bangka d'où était exporté le poivre) devient de plus en plus réputé, pour la spécificité des arômes et le goût très piquant du poivre blanc de Muntok. L'industrie locale du poivre était gérée par les Chinois qui achetaient 100 % de la production, la triaient et l'exportaient, vers Java au départ, puis Singapour et, à partir de 1940, vers l'Europe.

Le prix du poivre de Muntok a connu des crises fréquentes. Ces variations amenaient les habitants à investir tour à tour dans l'étain ou le poivre. La production de poivre croît cependant jusque dans les années 1970, où apparaissent deux problèmes majeurs : une maladie (appelée « feuilles jaunes ») et une importante érosion des sols (les $\frac{3}{4}$ des forêts de Babel ont été progressivement détruites pour étendre les extractions d'étain) entraînant des chutes de fertilité. Les ressources en étain se faisant de plus en plus rares, cela ne suscite pas la disparition du poivre, même si la production décline ; les deux activités perdurent sur les deux îles. Dans les années 1980, l'État indonésien lance un programme de modernisation et d'intensification de la production de poivre qui sera mise en œuvre à Babel par les services agricoles provinciaux (distribution de semences améliorées, crédit rural, achat en commun d'intrants, formations sur les techniques de culture).

L'exploitation minière a façonné les paysages, criblant Babel d'une myriade d'étangs artificiels où se décantent les déchets miniers. Le contraste est particulièrement surprenant car ces deux îles jouissent d'une côte splendide ; Babel a d'ailleurs été identifiée en 2012 comme zone touristique prioritaire par le gouvernement indonésien (la proximité avec Jakarta - deux heures de vol – explique notamment l'affluence touristique nationale de ces dernières années).

Après la décolonisation et le départ des Hollandais, en 1960, l'exploitation de l'étain est placée sous la gestion d'une entreprise d'État, PT Tambang Timah, devenue en 1971 une *joint venture* avec une entreprise australienne. Dans les années 1990 cette entreprise produisait 10 % de l'étain mondial (l'Indonésie est encore le 3^{ème} producteur mondial d'étain aujourd'hui). En 1999, après le départ de Suharto, l'exploitation de l'étain a été libéralisée à Babel : tous les habitants ont alors pu investir dans l'extraction²²⁰, dans des conditions parfois très rudimentaires. L'extraction d'étain explose dans les années 2000, les parcelles agricoles sont creusées de toutes parts, suite à la recherche du métal. Malgré la raréfaction de la ressource, la majorité des familles essayent cette activité : 80 % des familles de Bangka et 50 % de celles de Belitung arrêtent la culture de poivre au cours de la décennie 2000-2010. La production de poivre chute, passant de 50 000 ha en 2001 à 12 500 ha en 2010. À la concurrence faite par l'étain s'ajoute d'autres facteurs explicatifs de ce déclin du poivre : instabilité des prix, problèmes récurrents de maladies, érosion des sols et augmentation des prix des tuteurs sur lesquels poussent les lianes de poivre (suite à la déforestation).

Les anciens terrains d'extraction ne peuvent plus accueillir de plantations de poivres, trop exigeantes. La culture qui semble le mieux s'adapter est le palmier à huile. Cette production se développe à Babel depuis les années 1990, les plantations étant généralement détenues par des compagnies (comme Mayora, compagnie malaisienne). Le développement de la filière palmier à huile crée alors une nouvelle concurrence pour le poivre.

En 2012, la population de Babel se répartit comme suit : 72 % de Malais, 12 % de Chinois, 6 % de Javanais, 10 % de personnes originaires de Babel. Les trois activités majeures (étain, poivre et huile de palme) cohabitent. L'étain est fréquemment décrit comme la ressource principale, or s'il l'est d'un point de vue très global, il n'est la source principale de revenu que pour moins de 10 % des ménages, pour 60 % d'entre eux, la source principale de revenu est le poivre (Bigot, 2011)

Importance et techniques de production du poivre à Babel

Aujourd'hui, Babel compte 40 000 familles produisant du poivre, soit environ 20 % de la population. Les informations que nous avons recueillies sur les surfaces et les volumes de production actuels varient grandement selon les sources (parfois avec un facteur de un à dix). Une estimation raisonnable serait de considérer qu'il existe aujourd'hui à Babel environ 13 000 ha de poivre en

²²⁰ Les personnes faisant de l'extraction d'étain doivent quand même s'enregistrer auprès des autorités, ce que la majorité des petits collecteurs d'étain de Bangka et Belitung ne feront pas, travaillant de ce fait de façon illégale.

production pour un volume annuel qui oscille entre 4 000 et 10 000 t par an (selon les conditions météorologiques).

Les producteurs possèdent pour la plupart entre 1 000 et 3 000 lianes de poivre, pour une production annuelle variant entre 200 kg et 2 tonnes de poivre blanc par famille. De nombreuses familles possèdent également quelques dizaines de lianes qu'elles cultivent « par passion » (selon leurs termes) car « les habitants de Bangka doivent posséder du poivre ».

À la différence du poivre noir (issu d'un simple séchage au soleil des grappes de poivre), le poivre blanc est traité par voie humide. Comme dans le cas du café, ce traitement par voie humide implique une fermentation des grappes de poivre après la récolte, avant d'opérer un séchage. Un traitement mécanisé est possible, mais à Babel tout le poivre est traité manuellement et l'intégralité de la production est transformée par voie humide puis séchée au soleil pour donner du poivre blanc.

La récolte se fait à la main, quand les fruits – qui forment une petite grappe allongée de cinq centimètres environ – commencent à virer du vert au jaune. Les grappes récoltées sont conditionnées en sacs de jute de 50 kg que les producteurs immergent dans les rivières pendant 10 à 14 jours pour fermentation. Ces sacs sont quotidiennement retournés et secoués afin d'y faire entrer une eau fraîche. La pulpe des fruits entre en fermentation au bout de deux jours ce qui développe certains arômes du poivre. Après deux semaines d'immersion, les sacs sont récupérés et les fruits sont « lavés » : il s'agit d'un dépulpage manuel, généralement effectué dans la rivière. Les grains de poivre lavés apparaissent alors blancs, ils sont ensuite séchés au soleil, durant 3 à 7 jours, jusqu'à ne contenir que 14 % d'eau.

Filière et prix du poivre blanc de Muntok

Le poivre blanc produit à Babel n'est pas consommé localement, sauf pour des usages médicaux²²¹. La quasi-totalité du poivre produit est donc exportée, principalement vers l'Amérique du Sud, Singapour et le Vietnam.

Certains producteurs font partie de groupements (créés dans les années 1980 au moment du programme national d'intensification du poivre) en lien avec les services agricoles qui proposent des

²²¹ La consommation alimentaire du poivre (blanc comme noir) en Indonésie n'est absolument pas courante. Les indonésiens utilisent le piment pour relever leurs plats et préparer des sauces. Le poivre est utilisé comme médicament en cas de rhume ou de grippe (les indonésiens disent « *masuk angin* », littéralement, « quand le vent est entré »). Le poivre réduit en poudre est alors pris dans une eau bouillante parfois mélangé à un peu de miel. Cette consommation de poivre ferait chuter la fièvre.

formations et fournissent des aides aux producteurs, notamment pour l'achat de fertilisants. La production, la transformation et la commercialisation du poivre se font individuellement.

La structure de la filière est la même sur l'ensemble de la province de Babel : les producteurs vendent leur poivre, une fois sec, à des collecteurs qui le revendent à des exportateurs situés dans la ville de Pangkalpinang, au port de Muntok (sur l'île de Bangka). Pour les zones les plus isolées, deux niveaux de collecteurs se relaient (collecteur du village ou district d'abord, qui revend à un plus gros collecteur travaillant à l'échelle de la province). Les producteurs les plus riches et motorisés peuvent se déplacer vers les villes pour vendre directement à des collecteurs plus importants, à un meilleur prix.

Comme pour de nombreuses cultures d'exportation indonésiennes, le système « *ijon* » existe à Babel pour la culture de poivre : les collecteurs définissent un prix avant récolte, prêtent de l'argent (ou du riz) à des producteurs qui le leur rendront, en poivre, à la récolte. Ce système est le moyen le plus répandu pour fournir des liquidités aux producteurs mais il ne pousse pas la production vers la qualité. Les services agricoles cherchent à limiter ce recours au maximum en développant du crédit rural, mais ce système reste encore très développé à Babel.

En 2012, nous dénombrions sept exportateurs de poivre blanc installés à Pangkalpinang mais seulement trois d'entre eux sont très actifs. L'un d'eux, Bangka Alam Sejahtera, exporte environ 75 % de la production de Babel. La seconde île, Belitung, est moins centrée sur l'exploitation d'étain que Bangka et tente davantage de développer le tourisme (national), en valorisant, comme nous l'avons mentionné, ses plages et les infrastructures touristiques du littoral. Il n'y a pas d'exportateurs de poivre à Belitung (le port est très réduit). Les producteurs de poivre de Belitung vendent à des collecteurs de la grande ville de cette île (Tanjungpandan), qui eux-mêmes transportent le poivre et le revendent à Bangka, ce qui rajoute un intermédiaire pour le poivre produit sur Belitung. Les cinq collecteurs importants de Belitung sont tous chinois et imposent les prix dans l'île.

En termes de prix, le poivre blanc est toujours payé plus cher qu'un poivre noir. La production mondiale de poivre blanc est trois fois inférieure à celle du poivre noir et son prix est en moyenne d'environ le double (source : IPC²²²). L'Indonésie a longtemps été le premier producteur mondial de

²²² L'IPC est l'International Pepper Community. Il s'agit d'une organisation intergouvernementale fondée en 1972 dans le cadre de l'ONU (UN-ESCAP) qui rassemble les principaux pays producteurs de poivre (Brésil, Inde, Indonésie, Malaisie, Sri Lanka et Vietnam). L'IPC fait une veille sur les marchés internationaux de poivre, analyse les prix et travaillent sur certains axes de développement du poivre (notamment depuis 2010 sur le standards de qualité du poivre, par exemple au travers de la certification Global GAP). Les membres de l'IPC sont

poivre blanc, la majeure partie de la production se faisant sur Babel²²³. À partir de 2005, le Vietnam devient le premier producteur mondial, du fait d'une production intensifiée et d'une chute de 45 % de la production indonésienne.

Les prix payés aux producteurs étaient de 20 000 IDR/kg (1,31 euros/kg) en 2002. Ils ont augmenté graduellement, d'environ 2000 IDR/kg chaque année (en suivant les prix de vente des exportateurs). En 2010, le prix était d'environ 40 000 IDR/kg (2,6 euros/kg). Les prix ont ensuite considérablement augmenté entre 2010 et 2012 et atteignent 80 000 IDR/kg (5,25 euros/kg). Cette augmentation du prix est expliquée par la chute de production qui a eu lieu dans les années 2000.

Nous avons estimé la répartition de la valeur ajoutée en 2012. Pour un prix payé aux exportateurs de 95 500 IDR/kg (6,3 euros/kg) en septembre 2012, le prix payé aux producteurs était en moyenne de 82 000 IDR/kg (5,4 euros), soit 85 % du prix de vente des exportateurs. Les collecteurs de village retiennent une marge infime (1 000 IDR/kg soit moins d'1 % du prix), les collecteurs plus importants de Pangkalpinang retiennent une marge d'environ 3 % (2 500 IDR/kg, 0,16 euros/kg). La marge réalisée par les exportateurs provient de nombreuses opérations de tri, d'un séchage (si nécessaire) et du conditionnement. La répartition de la valeur ajoutée à Babel semble relativement équitable et en faveur des producteurs (rappelons tout de même que seulement trois exportateurs se partagent presque la totalité des exportations, ce qui leur permet de réaliser des chiffres d'affaires importants). C'est en examinant les prix payés par les consommateurs en bout de chaîne que l'on comprend la répartition de la valeur ajoutée du poivre blanc de Muntok. Lorsque le nom « Muntok » est mentionné, par exemple en épicerie fines ou sur internet, le prix varie entre 40 et 100 euros le kg. Le pourcentage de ce prix reçu par les producteurs est alors compris entre 5 et 12 %.

Qualité et certification

Les producteurs sont conscients de la réputation ancienne et de qualité du poivre blanc de Muntok. Ils ont une connaissance fine de la qualité de leur produit : une évaluation directe (visuelle, odeur, goût) leur permet d'anticiper le prix qu'ils pourront en tirer chez un collecteur.

La qualité de l'eau est un facteur important de la qualité du poivre car, comme nous l'avons dit, les arômes se développent essentiellement lors de la phase de fermentation. Une préoccupation majeure

généralement des importateurs et exportateurs. L'IPC est basé à Jakarta. Nous avons pu les rencontrer et accéder à certaines données relatives aux cours mondiaux de poivre.

²²³ Le poivre blanc de Muntok représente toujours la moitié du poivre blanc produit en Indonésie (source : IPC, 2010).

des producteurs de poivre de Babel concerne la pollution des eaux par l'industrie de l'étain qui rejette des composés polluants. L'ensemble des producteurs disent avoir des difficultés pour trouver de petits cours d'eau propre, sans s'éloigner trop de leurs habitations (des vols de sacs sont fréquents pendant la phase de fermentation). Le moment de la récolte a également une grande influence sur la qualité du poivre, il convient de récolter en quelques jours, lorsque la couleur des grappes vire du vert au jaune. Les producteurs estiment que la première récolte de l'année présente la meilleure qualité (grains de poivre croquants, gros et très épicés). Enfin, les conditions de stockage (lieu aéré et sec) peuvent influencer la conservation et la qualité du produit. Le Sud de l'île de Bangka est réputé pour produire un meilleur poivre et en plus grande quantité (l'exploitation de l'étain a démarré plus tard dans cette partie de l'île).

Les collecteurs offrent un prix aux producteurs en fonction de leur évaluation de la qualité du poivre. La qualité recherchée est un poivre bien blanc (sans moisissures), avec de gros grains et très épicé. L'écart de prix entre des poivres de haute et basse qualité peut aller de 1 000 à 7 000 IDR/kg. La qualité est évaluée visuellement par les collecteurs de villages et de districts ; certains disposent d'instruments de mesure (testeur de moisissures et du taux d'humidité). Les collecteurs de la ville de Pangkalpinang qui collectent le poivre de toute la province utilisent fréquemment des machines pour tester le taux d'humidité avant de fixer un prix. À ce stade, les collecteurs de province commencent à trier le produit selon les grades souhaités par les exportateurs. Le grade le plus bas est le « Fair Average Quality » (FAQ), le grade intermédiaire est l'American Spice Trade Association (ASTA) qui reçoit un premium de 2 000 IDR/kg, enfin le grade supérieur appelé « Double Wash » bénéficie d'un premium de 3 000 IDR/kg. Les exportateurs utilisent ces trois grades et mentionnent parfois « *Handpick* » lorsque le poivre est particulièrement pur et bien trié (du fait d'une sélection des grappes de bonne qualité dès la récolte et d'un tri manuel après séchage). La mention « *Handpick* » entraîne un nouveau premium capté uniquement par les exportateurs.

L'attribution de ces différents grades pour l'export, ainsi que la qualité sanitaire²²⁴ est contrôlée par les autorités publiques de Babel. Le BSMB (Quality Certification and Control Office) de Pangkalpinang teste les lots des exportateurs avant export depuis 2010. Le BSMB délivre des certificats pour chacun de lot qui confirment la classification en Double Wash, ASTA ou FAQ ; ces certificats sont exigés par les importateurs et joints aux contrats.

²²⁴ La qualité sanitaire est testée selon les standards SNI (System National Indonesia) et ISO.

Construction de l'IG Poivre blanc de Muntok

L'idée d'enregistrer une IG pour le poivre blanc de Muntok est née en 2008, portée par un groupe local d'exportateurs de Babel (membres de l'AELI, Association des Exportateurs de Poivre d'Indonésie) soutenus depuis Jakarta par l'IPC. L'IPC avait identifié le potentiel du poivre blanc de Muntok pour un enregistrement en IG du fait de l'ancienneté de la production et de sa renommée internationale. En effet, le nom « Muntok » est utilisé par de nombreuses entreprises dans le monde entier (figure 22) bien qu'elles ne disposent pas de garanties fiables sur l'origine réelle du produit.



Figure 22 : Mentions de la dénomination « Muntok » pour du poivre blanc vendu par des entreprises de quatre pays

Dès l'année suivante, suite à des échanges avec la TAIG et l'IPC, le BAPPEDA et le BPTP de la province de Bangka Belitung se réunissent pour examiner la possibilité d'une IG sur le poivre blanc de Muntok comme solution pour limiter la chute de production et décident de prendre en charge le dossier. L'antenne de l'AELI à Babel entre également dans le projet en 2009. Plusieurs *workshops* sont organisés à Babel afin de définir un projet commun. En juillet 2009, la TAIG se déplace à Bangka pour rencontrer le Gouverneur de la province et officialiser le démarrage du projet d'enregistrement de l'IG.

Une organisation locale appelée BP3L (*Badan Pengelolaan Pengembangan dan Pemasaran Lada*, ou Organe de Gestion, Développement et Commercialisation du Poivre) est créée en décembre 2009 pour coordonner localement la construction de l'IG. Le bureau du BP3L regroupe huit membres qui

représentent divers organes publics provinciaux et les exportateurs de poivre²²⁵. Aucun autre producteur n'est représenté dans cette organisation. Le BP3L est fortement soutenu par le gouvernement provincial qui a fourni des locaux, du matériel et finance des rencontres.

Selon le BPTP de Babel qui a été en charge des études techniques sur les techniques de production de poivre, quelques producteurs importants politiquement (chefs de groupements) ont été consultés, mais aucune consultation large des producteurs n'a été faite pour la construction du CdC ou du fonctionnement du BP3L. L'Association des Producteurs de Poivre Indonésiens a participé au tout début des échanges sur le cahier des charges, mais à aucun moment il ne fut question que ce soit cette association qui porte le projet.

Des usurpations du nom « Muntok » sont connues des exportateurs de poivre de Babel qui soulignent avec certitude que des mélanges sont faits par des importateurs (notamment avec des poivres vietnamiens, la revente se faisant en utilisant le nom de Muntok). En outre, dans la décennie 2000, plusieurs exportateurs de poivre basés au port de Muntok faisant eux-mêmes des mélanges de ce type afin de maintenir une activité malgré la baisse de production de poivre à Babel. Bien que ces usages du nom aient fragilisé la réputation internationale du poivre blanc de Muntok, la protection juridique n'est pas mentionnée comme étant la première motivation du BP3L²²⁶. L'objectif de l'IG, pour ses constructeurs, est de relancer la production de poivre à Babel, de maintenir l'activité agricole suite à la libéralisation de l'exploitation d'étain et de dynamiser la promotion du produit comme un poivre de qualité (en communiquant sur l'obtention de l'IG) afin de vendre à des prix élevés.

La ligne directrice de la construction de l'IG a été d'établir un CdC en accord avec les standards internationaux et les attentes du marché. Le but n'était donc pas de valoriser les pratiques traditionnelles locales mais bien d'introduire des innovations. Le respect du CdC allait ainsi impliquer des changements de pratiques agricoles des producteurs. À titre d'exemple, citons l'interdiction par le CdC de l'usage d'herbicides et de pesticides chimiques qui doivent être remplacés par un système de couverture du sol avec *Arachis pintoï* (page 27 du CdC). Actuellement, la majorité des producteurs ont recours aux herbicides et pesticides chimiques. Les variétés autorisées par le CdC sont Pelating-1, Pelating-2, Lampung Daun Kecil, Chunuk (variétés améliorées déjà utilisées par les producteurs) ; la variété

²²⁵ Le président du BP3L est le chef du BPTP (Bureau d'évaluation agricole), le directeur de l'AELI est le vice-président, le chef des services agricoles de la province est à la tête de la section qualité, le chef technique du BPSM (laboratoire public de tests qualité) est membre du Bureau, ainsi que plusieurs exportateurs.

²²⁶ Aucune démarche envers les usurpations pourtant connues ne sera entamée suite à l'enregistrement de l'IG.

améliorée Natar-1 est recommandée (elle n'est pas utilisée par les producteurs actuellement), en revanche, la variété locale Merapin, largement utilisée par les producteurs ne figure pas dans le CdC.

La question de la fertilisation est traitée de manière ambiguë dans le CdC et par le BP3L. La section G. du CdC (page 24) est introduite par la phrase suivante : « la technologie de culture du poivre est basée sur des technologies respectueuses de l'environnement et durables pour utiliser de manière optimale les matières organiques et de minimiser l'utilisation de matériaux inorganiques ». Un document de sensibilisation à l'IG établi par le BP3L précise également que l'IG s'applique pour des produits respectant « des technologies respectueuses de l'environnement du poivre, vers un système organique de production du poivre » (BP3L, 2011, p. 13). Cependant, à la page 25 du CdC, un tableau précise les doses d'engrais chimiques possibles (Urée, KCl, Azote). Les producteurs, qui utilisent en majorité des engrais chimiques selon nos enquêtes, ce qui est également observé par Wagianto (2012), se trouvent face à des recommandations contradictoires.

L'élément du CdC qui demandera le plus de changements techniques aux producteurs est l'obligation d'utiliser des tuteurs vivants²²⁷ (le CdC recommande l'utilisation de *Gliricidia*, un arbre de la famille des légumineuses). Selon nos entretiens, l'utilisation de tuteurs morts est une pratique ancienne et très répandue à Babel. L'utilisation de tuteurs vivants est une recommandation des services agricoles de la province depuis 2009, sur la base des travaux du BPTP (Irawati et Issukindarsyah, 2009) qui démontrent une meilleure productivité pour les plantations de poivre avec des tuteurs vivants respectant des techniques de production « *environmentally friendly* »²²⁸. Quelques producteurs ont testé les tuteurs vivants mais ont abandonné cette technique car ils estiment qu'elle génère un surplus de travail (il faut tailler les tuteurs) et car les tuteurs sont chers du fait de la déforestation liées à l'étain. Actuellement, seuls 5 % des producteurs utilisent des tuteurs vivants, cette règle inscrite au CdC vise donc à un changement important dans les techniques de production que tous les producteurs ne sont pas en mesure de mettre en œuvre.

La rédaction du CdC a été faite en six mois par le BP3L. L'IG « poivre blanc de Muntok » a été enregistrée en avril 2009. Depuis lors, seule la production de poivre répondant au CdC construit par le

²²⁷ Le poivre est une liane et a besoin de tuteurs pour pousser. L'utilisation de tuteurs vivants (arbres) ou morts (branches coupées plantées dans le sol) a une influence importante sur la qualité du poivre. L'ombre créée par les tuteurs vivants modifie la température et la durée de maturation des grappes de poivres.

²²⁸ L'utilisation de tuteurs vivants pour la production de poivre est également une des recommandations du standard Global GAP pour le poivre, développé par l'IPC dans les zones de production de poivre en Indonésie. Ce standard Global GAP est fréquemment mentionné dans les brochures techniques du BPTP de Babel et celles des services agricoles de la province.

BP3L peut officiellement bénéficier de l'appellation « Muntok ». En 2011, seulement une coopérative de producteurs était membre du BP3L et avait reçu des informations concernant l'IG et le CdC.

Mise en œuvre de l'IG et attentes des acteurs

Depuis 2010, le BP3L reçoit un soutien financier de la part du gouvernement provincial à hauteur de 300 millions d'IDR/an (19 900 euros/an) afin de mettre en œuvre le CdC de l'IG. À partir de 2011, le BP3L entame une campagne de sensibilisation autour de l'IG et organise des réunions, auxquelles des producteurs et des collecteurs participent dans trois villages de Bangka Ouest.

La mise en œuvre du CdC est difficile car elle demande l'adoption de nombreuses innovations techniques de la part des producteurs. Le BP3L a mis en place dans l'année 2012 trois parcelles de démonstrations dans lesquelles les pratiques correspondent aux règles du CdC. En 2013, quatre nouvelles coopératives de producteurs ont adhéré au BP3L qui a organisé des visites des parcelles de démonstrations pour ses les membres des cinq coopératives adhérentes. Des subventions pour l'achat d'engrais organiques ont également été octroyées ainsi que des plants de variétés améliorées.

En parallèle, les services agricoles de Babel sont chargés de diffuser plus largement les informations sur l'IG (au travers des groupements de producteurs anciennement formés dans la province) et d'organiser des formations sur le CdC pour les agriculteurs ; mais les agents de ces services, qui n'ont pas été impliqués dans la construction de l'IG ne sont pas toujours parfaitement informés eux-mêmes. La coopération entre les services publics ayant travaillé à l'enregistrement de l'IG et ceux n'ayant pas été sollicités est difficile.

Les attentes des producteurs qui commencent à s'intéresser à l'IG sont relativement larges : être mieux organisés et avoir plus de pouvoir pour négocier les prix, recevoir des soutiens pour lutter contre les maladies du poivre et « protéger le nom Muntok face à la concurrence vietnamienne ». Les petits collecteurs de villages se montrent favorables à l'IG, qu'ils perçoivent comme un bon moyen de promotion du produit. Les collecteurs plus importants sont plus réticents et s'inquiètent des contrôles de traçabilité. Les exportateurs, qui ont été très impliqués dans la construction de l'IG, souhaitent que l'IG permette plus de traçabilité en amont et en aval de l'export²²⁹.

²²⁹ Le système de traçabilité prévu pour l'IG poivre blanc de Muntok est le même que celui imaginé pour l'IG café de Kintamani Bali. Les analyses seront faites au laboratoire du BPSM, qui déterminera le grade. Les lots recevront un numéro, ainsi que la mention du grade, de la destination, date et logo de l'IG. Les coûts de certification (estimé à 150 IDR/kg) seront entièrement payés par les exportateurs au BP3L.

Depuis l'enregistrement de l'IG en 2009, aucune demande de certification n'a été faite par un exportateur ou une des coopératives membres du BP3L. En 2012, quelques exportateurs commençaient à déclarer leurs exportations au BP3L (volume, destination) pour initier le système de traçabilité. Quelques *containers* ont exporté des sacs de poivre portant le logo de bien qu'aucune réelle certification n'ait été réalisée.

Afin de développer ses activités de sensibilisation et toucher plus de producteurs (actuellement, les membres des cinq coopératives représentent moins de 5 % des producteurs de poivre de Babel), le BP3L a formulé en 2012 une demande officielle à PT Timah, l'entreprise principale d'extraction d'étain, pour un soutien de 1 milliard d'IDR (66 500 euros). Le BP3L argumente sa demande en rappelant les effets négatifs de l'extraction d'étain sur la qualité des eaux, ce qui impacte la production de poivre. Le BP3L se déclare assez confiant dans la possibilité de recevoir ce soutien financier par PT Timah.

L'objectif du BP3L en 2012/2013 était d'atteindre en 2015 une certification de 50 % de la production de poivre blanc de Muntok en IG. Il semble selon la veille que nous avons réalisé sur ce cas que cet objectif n'a pas été atteint.

La hausse des prix du poivre blanc de Muntok a continué pour dépasser les 150 000 IDR/kg (9,96 euros/kg) en 2014²³⁰. Dans une interview accordée au Babelpos²³¹, le directeur du BP3L interprète cette hausse des prix comme une conséquence de l'IG. Selon nous, la tendance de hausse des prix était déjà en cours avant l'enregistrement de l'IG, toutefois les interactions régulières entre les principaux exportateurs de Bangka au sein du BP3L ont pu favoriser une stratégie collective de meilleure valorisation du poivre.

L'État est ainsi fortement intervenu dans la filière poivre locale du poivre blanc de Muntok depuis plus de 20 ans, induisant des évolutions majeures, au niveau du matériel végétal et des pratiques culturelles. L'IG s'inscrit dans la continuité de cette politique ; elle a été construite sans véritablement consultation des producteurs, qui en ignorent très majoritairement l'existence jusqu'à présent. Les entretiens que nous avons eus avec les producteurs des coopératives membres du BP3L montrent que les producteurs ne sont pas véritablement informés sur l'IG, ses potentiels et son fonctionnement, en revanche, ils ont connaissance du projet sur les « tuteurs vivants » qu'ils décrivent comme un nouveau

²³⁰ Voir l'article de presse du journal local Bangka News : <http://bangkanews.com/detail-news.php?n=1042&kategori=ekbis&berita=Harga-Lada-Putih-Muntok-Rp150-Ribu/Kg> (page consultée le 18/12/15).

²³¹ Article en ligne sur : <http://babelpos.co.id/?p=12679> (page consultée le 18/12/15).

projet des services agricoles et du BPTP. La dynamique territoriale de l'IG poivre blanc de Muntok semble donc encore très faible et nécessitera d'importantes activités de sensibilisation. Les changements techniques demandés par le CdC ne pourront probablement pas être suivis par l'ensemble des producteurs. Un autre cas d'IG indonésienne en construction pour un produit déjà avancé dans le processus de qualification pour lequel le CdC vise à introduire des innovations importantes est décrit au travers du sel d'Amed (enregistrement en cours), présenté dans l'annexe A6.2.

IV. Le café de Buôn Ma Thuôt (Vietnam)

Introduction du café et développement de la caféiculture à Buôn Ma Thuôt

Le café est introduit dans la région de Buôn Ma Thuôt (province de Dak Lak au Centre-Sud du Vietnam) pendant la période coloniale, vers 1867 (Fortunel, 1998). Cette région est constituée de hauts plateaux faits de sols volcaniques sur lesquels des plantations de café robusta sont installées (du café arabica est introduit à la même période au Nord du Vietnam, dans le Tonkin). Au début des années 1920, les statistiques coloniales comptait 1380 ha de plantations de café robusta à Dak Lak (Fortunel, 2003). À cette époque, la population de Dak Lak est constituée à plus de 75 % par l'ethnie Ê-dê qui fournit la main d'œuvre nécessaire à la culture de café.

Suite à des plantations importantes à partir des années 1920, les surfaces atteignent 3 700 ha en 1931 et 5 000 ha en 1937 (Teulière, 1961). Fortunel (2003) décrit l'évolution de la caféiculture à Dak Lak entre 1920 et 1980 comme une succession de périodes de plantations de caféiers ayant conduit à une augmentation progressive des surfaces, bien qu'à plusieurs reprises, des centaines d'hectares aient été perdus du fait de difficultés agronomiques.

Les familles Ê-dê qui travaillent dans les plantations coloniales développent également une caféiculture familiale (531 planteurs de café Ê-dê sont recensés en 1971 pour une surface de 550 ha). De cette caféiculture familiale naît un savoir-faire spécifique dans la production du café, en particulier pour le traitement post-récolte. Ces techniques confèrent au café de Buôn Ma Thuôt une forte typicité : après une transformation par voie sèche (voir annexe A6.1), le café est mélangé avec du sel, du riz et de l'alcool, laissé à fermenter, puis mis dans un sac en toile avec des herbes aromatiques et des champignons locaux et plongé dans l'eau bouillante, avant d'être à nouveau séché puis torréfié.

À l'époque de l'unification du Vietnam, en 1975, la production de café de Buôn Ma Thuôt s'étend sur une superficie de 10 000 hectares (Fortunel, 2003). L'agriculture est alors collectivisée et de grandes entreprises d'État reprennent la direction des anciennes plantations coloniales. La région de

Buôn Ma Thuôt est alors divisée en plusieurs zones de production formant les différents bassins de collecte des entreprises d'État. Les migrations massives consécutives de l'unification du pays dans les années 1980 suscitent une forte augmentation de la population locale, un métissage ethnique²³² ainsi qu'une augmentation des superficies plantées en café. Les Ê-dê et les Kinh travaillent dans les plantations publiques et il est interdit aux ouvriers agricoles jusqu'au milieu des années 1980 de vendre le café en dehors des structures d'État.

Les nouvelles politiques économiques et agricoles du « Renouveau » à partir de 1985 (cf. Chapitre 5) débouchent sur une privatisation progressive des entreprises d'État, bien que des liens importants demeurent entre ces entreprises et le Comité populaire (CP) de Dak Lak. Les terres sont peu à peu restituées aux paysans. Les compagnies privées conservent un mode de fonctionnement basé sur la séparation de la zone en différents bassins de collecte. Les paysans cultivent de petites surfaces (0,5 ha en moyenne) selon les méthodes de production demandées par la compagnie dont ils dépendent (qui organise des formations) ; ils n'ont pas véritablement la possibilité de vendre ailleurs. Les techniques de production s'intensifient avec le développement de l'irrigation (deux mois par an en saison sèche) et un fort recours aux intrants.

Dans le but de renforcer la production et les rendements, le gouvernement provincial met en place plusieurs projets de soutien à la production de café. Des groupements de producteurs sont créés, des formations (toujours tournées vers l'intensification) sont dispensées aux membres et leur accès aux intrants leur est facilité.

En 2005, les superficies plantées en café autour de la ville de Buon Ma Thuôt atteignent ainsi 259 000 hectares, représentant une production annuelle moyenne de 403 000 tonnes. Le café de Buon Ma Thuôt représente la moitié de la production nationale du café et 70 % est exporté vers 80 pays. Des phénomènes de concentration horizontale ont lieu : la Trung Nguyen Company s'impose petit à petit comme le « géant » local, commercialisant 75 % de la production régionale, principalement vers des marchés d'exportation²³³.

²³² La population de la province de Dak Lak était de 397 000 habitants en 1973 (dont plus de 70 % d'Ê-dê) ; en 1986 la population atteint les 740 000 habitants, en grande partie du fait de l'arrivée massive migrants depuis le Nord du pays issus de l'ethnie Kinh ; en 2000 la population de la province est de plus d'un million et demi d'habitants et les Kinh constituent la majorité ethnique de la province.

²³³ Une partie de la production – difficile à estimer car les chiffres de cette compagnie sont confidentiel – d'environ 15 % (50 000 tonnes) est destiné au café soluble pour le marché national et chinois.

Au Vietnam, ce café devient très connu à l'échelle nationale, il est vendu dans les supermarchés et jouit d'une bonne réputation. Le savoir-faire traditionnel des Ê-dê a été complètement abandonné par les grandes entreprises, mais certaines d'entre elles jouent encore sur cette image²³⁴, ce qui peut expliquer cette réputation. La réputation du café de Buôn Ma Thuôt pour les consommateurs vietnamiens vient également de la résonance historique du nom (Buôn Ma Thuôt fut le lieu d'une des dernières batailles cruciales pendant la guerre du Vietnam) et de l'image de succès économique de cette production qui a permis à quelques entrepreneurs de faire fortune en quelques années.

Les prix de café transformé par voie sèche et acheté aux producteurs par les compagnies ont globalement augmenté sur les dix dernières années (figure 23). Cependant, cette tendance illustre essentiellement l'embellie existant durant la période sur le marché du café (cf. l'étude du café de Kintamani Bali présentée section I.).

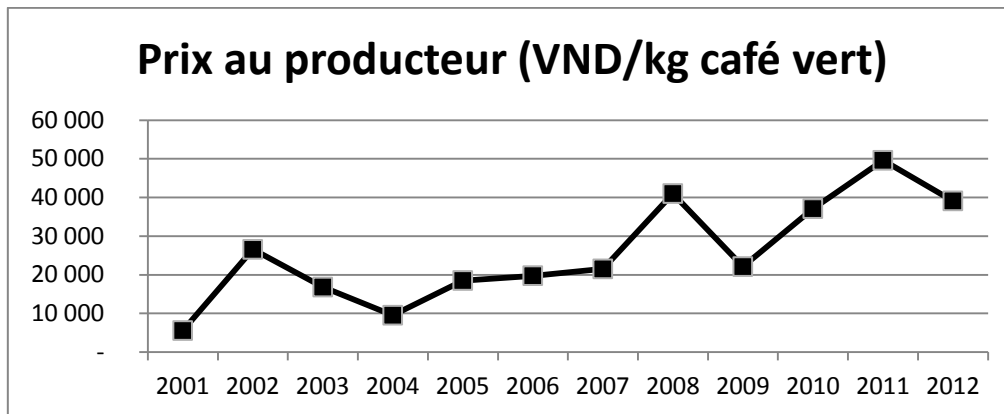


Figure 23 : Évolution des prix du café vert payé aux producteurs entre 2001 et 2012

Le nom « Buôn Ma Thuôt » devient également célèbre internationalement, mais cette réputation est surtout associée à une faible qualité²³⁵. En 2005 et durant les années précédentes, son prix est toujours fixé à 60 USD/t de moins que le prix du marché international (soit une décote d'environ 6 %)²³⁶. Cette décote persistante sur les marchés internationaux amène les autorités de la province de Dak Lak à revoir la stratégie d'intensification et d'extension des surfaces développée jusqu'alors. Dès 2005, le CP de Dak Lak et les principales compagnies changent radicalement de stratégie et considèrent

²³⁴ La société Trung Nguyen vante ainsi les mérites de son café sur ses emballages : « les technologies les plus modernes associées au mystérieux savoir-faire de torréfaction de l'Orient ».

²³⁵ Cela amène certains acteurs à estimer que le café de Buôn Ma Thuôt est connu comme « le robusta le moins cher du monde ».

²³⁶ En 2005, la tonne de café robusta sur le marché de Londres se vendait en moyenne à 998 USD (source : Insee).

qu'une réduction des surfaces²³⁷, associée à une augmentation de la qualité du café, serait bénéfique, en suscitant une hausse des prix sur le marché international. L'enregistrement d'une IG apparaît alors comme une bonne solution pour accompagner ce processus.

Construction de l'IG café de Buôn Ma Thuôt

Le CP de Dak Lak fournit des fonds et demande au Département des Sciences et des Technologies de la province (DST) de préparer une demande d'enregistrement de l'IG dans l'année 2005. L'objectif est de parvenir à créer le premier « café robusta de qualité » en argumentant notamment sur l'originalité d'un café robusta cultivé en altitude (ce qui est généralement le cas des cafés arabicas). Le cahier des charges est rédigé en six mois, notamment grâce à la collaboration de plusieurs agences publiques de la province : le DST s'est chargé des aspects de propriété intellectuelle, le WASI (*Western Highlands Agro-Forestry Scientific & Technical Institute*) et le Département de l'Agriculture et du Développement Rural (DARD) ont rassemblé les données sur la filière et les techniques de production, la délimitation de l'aire géographique a été réalisée par le laboratoire d'analyse CafeControl sur la base d'analyses organoleptiques de cafés provenant de diverses plantations de la région et d'analyses de sols. Le DST estime que la rédaction du CdC n'a pas posé de problème particulier car l'essentiel des données étaient disponibles ou relativement faciles à obtenir.

La demande d'enregistrement est déposée au NOIP en mai 2005 par le CP de Dak Lak. L'enregistrement de l'IG « café de Buôn Ma Thuôt » a lieu en octobre de la même année (Décision No. 806 / DQ-SHTT de 2005 du NOIP), c'est la troisième IG enregistrée au Vietnam.

Le CdC indique que la spécificité du café de Buôn Ma Thuôt est attribuable au sol basaltique et à l'altitude qui doit être comprise entre 500 et 700 mètres. Les règles de production sont similaires au modèle de production prôné par les services d'extension agricole de la province. La partie sur les techniques de culture du CdC consiste en 22 pages détaillées qui s'apparentent à une série de bonnes pratiques²³⁸ pour lesquelles il est difficile de distinguer ce qui relève de la simple recommandation ou de la règle de production à respecter pour pouvoir utiliser l'IG. La récolte doit être manuelle et un taux de 95 % de cerises rouges est attendu. Les traitements par voie sèche (pratiqués par les producteurs

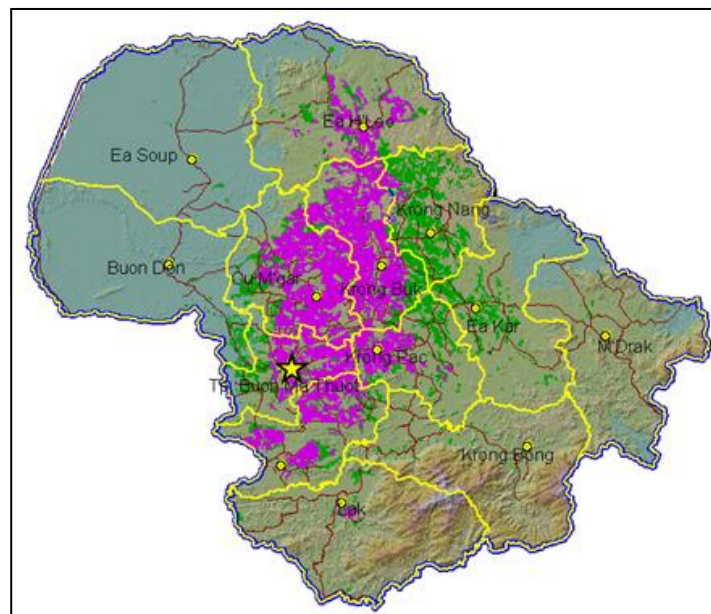
²³⁷ Il est attendu que les producteurs reconvertissent leurs exploitations vers le cacao, le maïs, le manioc...

²³⁸ Par exemple en ce qui concerne les variétés, le CdC indique : « *the coffee cultivars should belong to Robusta group. Seeds or shoots should be provided by licensed production bases* ». Sur les abords des plantations, il est dit : « *it is strongly recommended to plant temporary shade and windbreaks trees* ». Concernant les intrants chimiques, le CdC indique « *it is recommended to apply herbicides of Glyphosate active group such as Round up, Spark, Nufarm at the rate of 4-6 liters/400-500 liters of water/ha* » ainsi que « *in addition to those common chemical fertilizer, specialized fertilizers could be used when needed according to the advice of experts* ».

familiaux) et par voie humide (pratiqués par certaines compagnies privées) sont autorisés. Le CdC s'arrête au stade café vert, aucune règle n'est donnée pour la torréfaction.

Il est donc possible d'interpréter ce CdC de différentes manières en considérant un degré plus ou moins strict d'obligation de respect des recommandations qui y figurent. Si l'on considère un degré élevé, il est clair que la majorité des producteurs ne répondent pas aux conditions du CdC. Ces règles diffèrent ainsi largement des pratiques locales traditionnelles. En outre, le savoir-faire traditionnel des Ê-dê pour la torréfaction n'est pas valorisé.

La zone de production correspondant à l'IG comprend 107 000 hectares répartis sur sept districts²³⁹ de la province en fonction des types de sols (la carte proposée dans la figure 24 indique la délimitation de l'aire de production retenue pour l'IG en couleur violette). La zone sélectionnée par CafeControl est un découpage des sols les plus fertiles et les mieux adaptés au café d'un point de vue agronomique conformément au souhait de la province de réduire les surfaces de café.



Source :
Association du
café de Buôn ma
Thuôt

Figure 24 : Aire de production de l'IG café de Buôn ma Thuôt

Mise en œuvre de l'IG et premiers effets

En 2008, le DST de Dak Lak reçoit une réponse favorable du NOIP pour le financement, dans le cadre du Programme 68, d'un projet d'Appui à la Gestion et au Développement de l'IG du café de Buôn

²³⁹ Ces sept districts sont : CU M'gar, Ea H'Leo, Krong Ana, Krong Buk, Krong Nang, Krong Pak et Buôn Ma Thuot City

Ma Thuôt. Le NOIP apportera 1,4 milliard de VND (57 000 euros) et le CP de la province financera 1,6 milliard de VND (65 000 euros). Le projet commence en 2008 avec pour objectif de constituer une organisation locale afin de coordonner les activités autour de l'IG.

En 2009, le CP de la province de Dak Lak déclare le lancement d'un vaste programme, le « Programme de Développement de Café Durable », visant à améliorer la qualité du café (développement du traitement par voie humide dans les compagnies), la gestion des ressources en eaux et les stratégies marketing, notamment grâce au développement de standards internationaux²⁴⁰. Un budget de 130 milliards de VND (près de 5,5 millions d'euros) est destiné à la mise en œuvre de ce programme. Des objectifs secondaires sont également mentionnés dans ce programme tels que le soutien au développement touristique, le renforcement des compétences et l'insertion professionnelle des minorités Ê-dê et la valorisation du patrimoine culturel ». Plusieurs réunions de coordinations ont lieu entre 2008 et 2009 (lors de phase de préparation et de lancement de ce projet) entre le CP de la province et le groupe actifs sur l'IG constitué notamment de membres du DST, d'experts locaux sur la production de café à Dak Lak et de quelques compagnies privées.

Une « Association du café de Buôn Ma Thuôt » est créée en 2010. La même année, le CP désigne (par la Décision No. 18/2010/QD-UBND) le DST comme responsable de la mise en œuvre du CdC de l'IG, en collaboration avec le Département de l'Agriculture et du Développement Rural (DARD) de la province et l'association de café de Buôn Ma Thuôt.

Le bureau de cette association est constitué des personnes du DST et du DARD ayant participé à la construction du CdC en 2005. En 2013, elle compte 81 membres (producteurs et compagnies). Neuf entreprises ont reçu le certificat d'utilisation de l'IG suite à une vérification de la capacité de gestion de la traçabilité du produit par ces compagnies. Jusqu'à présent aucun producteur n'a fait la demande d'un certificat d'utilisation de l'IG. En 2013, une des compagnies ayant reçu de droit d'utiliser l'IG a exporté 1 000 tonnes de café avec certification de l'IG.

L'IG Café de Buôn Ma Thuôt semble à même de jouer un rôle dans le tournant vers la qualité que les autorités locales et les compagnies tentent d'instaurer dans la production locale de café. Elle a contribué à une réduction des surfaces et des quantités, qui ne sont plus que de 195 000 ha et de 400 000 t/an en 2011.

²⁴⁰ La province de Dak Lak soutien les compagnies qui s'engagent dans des démarches de certifications par des standards durables internationaux (nous avons rencontré plusieurs compagnies engagées depuis 2010 dans des certifications 4C, et Utz Certified). Notons que Starbucks est arrivé comme acheteurs à Dak Lak en 2013 et développera probablement sa charte de production dans les prochaines années.

L'IG semble renforcer la réputation nationale du café de Buôn Ma Thuôt, notamment avec l'affaire juridique liée à l'enregistrement du nom Buôn Ma Thuôt en marque privée en Chine (cf. chapitre 5 section III.). L'association du café de Buôn Ma Thuôt, qui a contractualisé avec un cabinet d'avocat pour traiter cette affaire en 2012²⁴¹, a fait l'objet de très nombreux articles de presse dans le cadre de cette affaire qui a conduit à l'annulation de la marque chinoise en 2014.

L'impact de l'IG sur la réputation internationale de produit est encore incertain, le café vendu avec une IG commençant à peine à arriver sur ces marchés et les volumes restant réduits. Les compagnies qui ont obtenu un certificat d'utilisation de l'IG représentent en 2013 un potentiel de 8 000 ha et de 26 000 t/an (soit 25% de la production potentielle de l'IG) ; mais elles ne certifient pas encore leurs produits, leurs acheteurs ne le demandant pas... La compagnie Trung Nguyen, acteur fort de la filière comme on l'a vu, a une position quelque peu paradoxale et potentiellement peu prometteuse pour le développement de l'IG : elle a adhéré à l'association du café de Buôn Ma Thuôt, mais déclare ne pas être intéressée par le développement de cette IG, considérant que le signe pourrait concurrencer sa marque.

Enfin, l'IG semble avoir des retombées intéressantes en termes de développement territorial. Des synergies s'établissent avec le Programme de Développement de Café Durable et un cercle vertueux se crée entre le développement de l'agro-tourisme, la hausse de la réputation du produit et le renforcement de sa qualité environnementale. Dans les lieux touristiques de Dak Lak, la promotion de la caféiculture locale et de son orientation vers la qualité est faite. Le Musée du Café construit à Buôn Ma Thuôt par la société Trung Nguyen en est un bon exemple. De même, le musée de la ville de Buôn Ma Thuôt retrace l'histoire de la production de café et termine en mentionnant l'obtention de l'IG en 2005. Depuis 2009, une semaine de « Festival du Café à Dak Lak » est organisée chaque année et attire plusieurs milliers de touristes vietnamiens.

Un renforcement de la confiance entre les compagnies apparaît (bien que la compagnie Trung Nguyen reste toujours relativement en retrait). Ces dernières se rencontrent régulièrement dans le cadre de l'association ou du Programme de Développement de Café Durable. Le dynamisme de

²⁴¹ Nous avons rencontré le Cabinet Pham&Associates basé en Hanoi en 2012. Leur client (l'association du café de Buôn Ma Thuôt) rémunère ce cabinet d'un montant de 20 000 euros pour deux ans afin de faire annuler la marque privée chinoise et tenter de faire enregistrer le nom « Buôn Ma Thuôt » dans plusieurs pays En Europe et en Amérique. Le cabinet Pham& Associates a choisi d'enregistrer dans un premier temps le nom comme marque collective dans une série de pays (avant d'envisager une reconnaissance en AOP en Europe). Une demande internationale de marque collective (ou de certification) a été déposée par le biais de l'Arrangement de Madrid sur l'enregistrement international des marques (plusieurs pays sont désignés : Canada, Chine, USA, UK, France).

l'association du café de Buôn ma Thuôt laisse penser qu'une dynamique collective est en train de se constituer autour de l'IG, de la qualification du café et de la construction d'une réputation de qualité pour le produit. Bien que les producteurs n'aient pas été largement associés à la construction de l'IG, le CdC est entendu comme un outil de développement de la filière, qui donne des lignes directrices pour qualifier le produit. L'association est déterminée à bien gérer l'usage du nom « Buôn Ma Thuôt » fait par ses membres ainsi que par les importateurs. Elle réalise d'importantes activités de communication et de promotion du café de Buôn Ma Thuôt auprès des acheteurs internationaux.

V. Le litchi *Thieu* de Thanh Hà (Vietnam)

Ancienneté, spécificité et développement du litchi à Thanh Hà

Le district de Thanh Hà se trouve dans la province de Hai Duong, dans le delta du fleuve rouge, à 100 km de Hanoï. La culture de litchi y a commencé il y a environ 200 ans, les habitants de Thanh Hà sont fiers d'orienter les visiteurs vers l'« arrière-grand-père » des arbres de litchi actuels qui est conservé dans un jardin botanique. Parmi ses descendants, on trouve trois groupes : (a) deux variétés précoces récoltées fin mars, (b) cinq variétés récoltées en avril et (c) une variété tardive, le litchi *Thieu*, récolté en mai. Le litchi *Thieu* représente 80 % des surfaces cultivées en litchi dans le district de Thanh Hà.

Le litchi *Thieu* de Thanh Hà est un produit réputé dans tout le Vietnam. Sa réputation remonte à l'époque impériale pendant laquelle le litchi de Thanh Hà faisait partie des fruits consommés à la cour. Une étude de consommation menée en 2005 sur les produits de terroirs montre que c'est la 8^{ème} spécialité locale la plus citée par les 265 consommateurs urbains enquêtés (à Hanoï et Ho Chi Min) (Tran, 2005). En 2007, Dao et al. demandent à des consommateurs de classer cinq litchis d'origines différentes par ordre décroissant de qualité ; 100 % des enquêtés ont classé le litchi *Thieu* de Thanh Hà en premier (Dao et al., 2007).

Cette réputation vient d'un goût spécifique du litchi, lui-même imputable à la salinité des sols du district. Toute la région de Thanh Hà se trouve dans le delta du Fleuve Rouge et se trouve traversée par des centaines de canaux, rivières et ruisseaux dans lesquels l'eau douce et l'eau salée se mélangent lors des marées. Les parcelles de litchi sont de ce fait cernées de canaux, en particulier du fait de la localisation précise du district dans le réseau hydraulique de la rivière Thai Binh, avec des sols alluvionnaires et limoneux. Cette spécificité des sols du district, associée à la spécificité de la variété, expliquerait la typicité du litchi de Thanh Hà. Il convient de préciser que l'ensemble de la région était dédié à la riziculture jusque dans les années 1980. Auparavant, les litchis étaient cultivés dans les jardins

et au bord des rizières mais non en plantations comme c'est le cas aujourd'hui. Une Directive autorise la diversification des cultures au début des années 1980 (suite à des gains de productivité en riz au niveau national). La culture du litchi se développera intensément à partir de cette date. Cela signifie que les litchis sont cultivés dans d'anciennes rizières, d'où la présence d'eau la majeure partie de l'année. Les jeunes parcelles de litchi (photo à gauche de la figure 25) sont butées afin de maintenir les jeunes arbres. Au fur et à mesure de la croissance des litchis, les butées successives comblent partiellement l'ancienne rizière et seuls de minces canaux demeurent entre les rangs (photo à droite, figure 25).



Figure 25 : Plantations jeunes et anciennes de litchis *Thieu* a Thanh Hà

Le développement du litchi *Thieu* de Thanh Hà connaît une apogée dans les années 1980 et 1990, durant lesquelles il bénéficie d'un premium assez net par rapport aux autres litchis vietnamiens. Le litchi occupe alors 13 000 des 15 000 ha agricoles du district.

Déclin et crise du litchi Thieu à Thanh Hà

Ces superficies vont cependant se réduire petit à petit, du fait de différents facteurs. Tout d'abord, la zone connaît une forte pression foncière : la province de Hai Duong est l'une des provinces les plus industrialisées du Vietnam, du fait de sa relative proximité avec Hanoï. De plus, la Directive autorisant la diversification des cultures s'étend et les agriculteurs développent la culture d'autres fruitiers et le maraichage pour approvisionner Hanoi (oignons, tomates, goyave, papaye...).

La raison principale du recul de la production de litchi semble cependant liée à la baisse de la réputation du litchi. De très nombreuses utilisations abusives du nom (tous les litchis du Nord du Vietnam affichant l'origine « Thanh Hà »), ont conduit à une perte de confiance des consommateurs et une chute des prix (qui ont été divisés par trois durant la décennie 2000). Dao et al. (2007) et Vu (2006)

soulignent le manque de confiance des consommateurs et précisent qu'il est devenu difficile de trouver un authentique litchi *Thieu* de Thanh Hà sans s'adresser directement au producteur.

Les surfaces agricoles cultivées en litchi *Thieu* chutent ainsi, passant de 13 000 ha en 2001 à 7 000 ha en 2007, pour une production annuelle d'environ 8 400 tonnes. Le litchi reste cependant la culture principale des agriculteurs de la région avec le riz. Les litchis sont cultivés en verger de manière familiale (il n'existe aucune plantation publique ou privée dans le district) sur des surfaces généralement inférieures à un hectare par famille.

Entre 2003 et 2005, la filière litchi de Thanh Hà bénéficie d'un soutien de la part du projet DIALOGS (« Développement institutionnel et associations locales pour l'organisation et la gestion de services collectifs ») mené par le Gret²⁴², pour renforcer la structuration de la filière et améliorer l'accès au marché et la transformation des produits. Une coopérative de producteurs est constituée dès 2003, avec 50 membres (possédant 50 ha au total), installés sur la commune de Thanh Son.

Construction de l'IG litchi Thieu de Thanh Hà

En 2004, le CASRAD, les Comités populaires et le Gret commencent à travailler sur la demande d'enregistrement d'une IG pour le litchi *Thieu* de Thanh Hà. L'objectif est de reconstruire le prestige du produit en travaillant sur la traçabilité, pour regagner la confiance des consommateurs, limiter l'érosion de la rente et maintenir la production. Un projet de la GTZ (coopération allemande) est monté en parallèle sur les aspects génétiques, visant à restaurer les caractéristiques d'une variété ancienne. La coopérative de producteurs de Thanh Son sera régulièrement consultée pendant la construction du CdC. Sa rédaction finale sera réalisée en collaboration entre le CASRAD et le DST de la province de Hai Duong (dont dépend le district de Thanh Hà), grâce à un financement du CP de la province (300 millions de VND soit 12 250 euros).

L'IG est enregistrée en 2007 suite à une demande déposée par le Comité populaire du district de Thanh Hà. Le droit de gestion de l'IG est transféré au Bureau de l'Economie et des Infrastructures du district de Thanh Hà.

Après l'enregistrement de l'IG en 2007, la coopérative de Thanh Son est devenue l'Association des Producteurs de Litchi de Thanh Hà. Elle compte aujourd'hui 397 membres (représentant 135 ha et

²⁴² Le Gret est une ONG française de développement qui mène notamment des projets au Vietnam depuis les années 1980.

une production de 680 t/an) répartis dans 9 des 24 communes de la zone. Elle reçoit rapidement un certificat d'utilisation et devient la principale représentante de l'IG « Litchi *Thieu* de Thanh Hà » (même si deux autres entreprises reçoivent également des certificats d'utilisation, l'association assure des fonctions de sensibilisation sur l'IG et de promotion locale du litchi). Elle a mis en place un plan de contrôle de la qualité, dispose de séchoirs et de réfrigérateurs pour conserver plus longtemps les litchis²⁴³. Les activités de l'association sont centrées sur les aspects commerciaux. Elle achète les fruits frais à ses adhérents à un prix supérieur au marché local²⁴⁴ et les revend ensuite, frais ou séchés, dans des emballages fournis par la province qui mentionnent l'origine Thanh Hà. Depuis 2008, l'association commence à exporter (vers l'Allemagne et la Chine notamment). Environ 30 % des litchis de l'association sont séchés (et 80 % des litchis secs sont exportés en Chine) et sortent ainsi de la certification IG, le CdC ne prévoyant l'usage de l'IG que pour les litchis frais. La dynamique de l'Association des Producteurs de Litchi de Thanh Hà permet ainsi de « lancer » l'IG du même nom, mais cette association ne rassemble que 7 % des producteurs de litchi *Thieu* de la zone indiquée par le CdC.

En 2010, le district reçoit une aide du NOIP dans le cadre du Programme 68, pour mettre en œuvre sur une durée de deux ans un projet de « Gestion et Développement de l'IG "Thanh Ha" pour le produit de litchi de la province de Hai Duong » (le budget total du projet est de 1,6 milliard de VND, soit 64 000 euros, NOIP financera 50 % et la province 50 %). Depuis 2010, le DST met en œuvre ce projet visant à une plus large utilisation de l'IG, le CASRAD participant aux actions de terrain. L'objectif est de diffuser les connaissances sur l'IG, d'accompagner l'utilisation effective du signe. Mais il s'avère que peu de producteurs peuvent satisfaire les exigences du CdC. Le Bureau de l'Agriculture du CP du district (au travers de ses centres de vulgarisation) organise et finance des formations ouvertes à tous sur les techniques du CdC, mais en pratique, seuls les membres de l'association y participent.

Le nombre de producteurs en mesure de respecter le CdC de l'IG n'augmente donc pas et l'IG semble avoir du mal à jouer son rôle attendu dans la relance de la filière. L'association qui doit la promouvoir devient de plus en plus comparable à un « club » de l'IG litchi *Thieu* de Thanh Hà, peu facile d'accès. En dehors de cette association, les surfaces totales plantées en litchi *Thieu* dans le district continuent de se réduire, passant à 4 000 ha en 2011 (le nombre de producteurs étant passé à environ 5 000).

²⁴³ Le principal problème technique de la filière provient du fait que la récolte annuelle se fait en deux semaines : il faut beaucoup de main d'œuvre et les fruits doivent pouvoir être conservés un minimum de temps, faute de pouvoir être vendus tous immédiatement.

²⁴⁴ En 2007, le prix du marché local au producteur était de 7 000 VND/kg (0,3 euros/kg) et l'association achetait à 9 200 VND/kg (0,4 euros/kg).

VI. Le miel de menthe de Mèo Vac (Vietnam)

Spécificité du miel de Mèo Vac et réputation du produit

Dans la partie la plus septentrionale du Vietnam, la géologie spécifique de la province du Hà Giang a généré un plateau karstique unique au monde (inscrit par l'UNESCO dans la liste des patrimoines géologiques en 2001). De la menthe sauvage y pousse, avec une période de floraison allant d'octobre à décembre. Les fleurs de menthe sauvage particulièrement abondantes et la présence d'une espèce locale d'abeille (*Apis cerana*) sur ce plateau ont permis aux populations locales, principalement des membres de l'ethnie H'Mong, de recueillir du miel de menthe sauvage depuis au moins cinq générations, en extrayant le miel des troncs d'arbres. Avec le temps, ils ont développé des techniques particulières pour l'extraction du miel et la capture des essaims sauvages (permettant maintenir les colonies d'abeilles vivantes pendant les hivers froids en les déplaçant vers les régions les moins froides du plateau).

Cette vente de miel vient ainsi compléter les revenus d'environ 25 % des habitants des quatre districts du plateau (Quan Ba, Yen Minh, Dong Van et Mèo Vac), qui proviennent essentiellement du maïs et de l'élevage. Ces familles produisent en moyenne une quinzaine de litres de miel de menthe sauvage par an. Ce produit est apprécié localement notamment pour un usage médicinal et les H'Mong le vendent aisément sur les marchés locaux.

Le développement du tourisme (notamment suite au classement du plateau par l'UNESCO) étend progressivement la réputation du produit jusqu'à Hanoi. Le miel est acheté par les touristes vietnamiens et étrangers comme un souvenir de la région. S'ensuivent alors des pratiques de mélange de ce miel de menthe sauvage avec d'autres miels ou du sucre par certains vendeurs et la mention d'une origine « Dong Van » ou « Mèo Vac », les deux districts les plus productifs du plateau, est de plus en plus utilisée par les vendeurs pour garantir la qualité du miel.

Des dizaines de boutiques de la ville de Hà Giang proposent du miel portant ces dénominations géographiques ainsi que d'autres produits typiques du plateau (plantes médicinales, champignons, alcool de riz) (figure 26).



Figure 26 : Vente de miel de menthe et de produits de terroir dans la ville de Hà Giang

Soutien à la production du miel de menthe

En 2003, le gouvernement local et les services publics agricoles locaux ont commencé à vouloir soutenir la production locale de miel en augmentant les quantités produites et en améliorant la pureté du produit. Ils introduisent un nouveau système de production, plus intensif, basé sur des ruches en bois permettant de produire trois fois plus de miel que les troncs d'arbres naturels. Des aides financières sont accordées pour acheter ces ruches en bois ; les services locaux de vulgarisation agricole étant chargés d'assurer des formations sur ces techniques « modernes » de production de miel. De nouveaux types de producteurs apparaissent alors, principalement des migrants ayant la capacité d'investir dans des ruches en bois et le souhait de se professionnaliser dans l'apiculture. Les H'Mong n'ont quant à eux pas adopté ces nouvelles techniques, continuant à récolter le miel sauvage en petites quantités et utiliser des techniques d'extraction traditionnelles.

En 2005, le Comité populaire du district de Mèo Vac crée une coopérative pour la commercialisation du miel qui enregistre le nom « miel de menthe, spécialité de Mèo Vac » en tant que marque collective.

Afin de protéger les ressources mobilisées dans la production du produit, les districts de Mèo Vac et Dong Van interdisent en 2008 l'importation d'espèces d'abeilles de la vallée (*Apis mellifera*) qui attaquent les abeilles locales²⁴⁵.

Pendant dix ans (durant la décennie 2000), un « boom » de la production de miel est alors observé. La production de miel du plateau est multipliée par trois (passant de 22 000 litres/an en 2000 à

²⁴⁵ Depuis quelques années, des apiculteurs de la vallée venaient s'installer sur le plateau au moment de la floraison de la menthe sauvage en transportant leurs ruches et leurs colonies d'abeilles. D'importants dégâts ont été constatés par les services d'élevage du fait des abeilles de la vallée, plus agressives qu'*Apis cerana* traditionnellement présente sur le plateau.

70 000 litres/an en 2009), tandis que la réputation du produit augmente (sans distinction entre le miel issu de techniques « traditionnelles » et « modernes »), avec un effet tout à fait bénéfique sur les prix, le miel de menthe sauvage du plateau se vendant cinq à dix fois plus cher (250 000 VND/litre) qu'un miel standard. Des initiatives novatrices pour développer des formes d'agro-tourisme apparaissent.

En 2012, la coopérative de Mèo Vac, qui possède 1000 ruches, emploie 30 producteurs au cours de la saison du miel et commercialise 20 % de la production de l'ensemble du plateau, tout son miel étant produit avec les techniques « modernes ». De leur côté, les H'Mong continuent de recueillir le miel sauvage pour leurs familles et à des fins médicinales ; ils vendent également des colonies d'abeilles locales aux producteurs pratiquant l'apiculture intensive, ceux-ci ne maîtrisant pas les techniques pour les capturer.

Construction de l'IG miel de menthe de Mèo Vac

La réflexion sur l'enregistrement d'une IG a été amorcée en 2008 par l'État central, le Ministère de l'Agriculture ayant identifié le miel comme un produit potentiel pour l'enregistrement des IG. Suite à un appel à propositions, le CASRAD est sélectionné pour porter le projet, qui débute durant cette même année 2008, pour une période de deux ans.

Après une première réunion avec les autorités locales du plateau (les Comités populaires des quatre districts), le nom « Mèo Vac » est choisi pour l'IG. Ce choix, qui est le résultat de négociations entre les autorités locales, peut apparaître arbitraire ; cette mise en avant du nom de l'un des quatre districts semble poser problème jusqu'à maintenant, n'étant pas reconnu par tous les acteurs comme emblématique de l'ensemble du plateau, même si la plus importante coopérative y est implantée.

Selon les chercheurs qui conduisent ce « projet Mèo Vac », l'enregistrement de l'IG a été motivé par trois objectifs: (i) fournir les moyens légaux pour réduire l'usurpation du nom « Mèo Vac », (ii) préserver la biodiversité locale, la culture et l'identité, (iii) et augmenter la production de miel, stimuler la demande et accroître le revenu des producteurs locaux.

Les Comités populaires locaux ont géré les aspects administratifs du projet et les services de vulgarisation ont assisté les chercheurs au cours de leurs missions dans la région (facilitation du travail de terrain, contacts avec les producteurs, échanges sur les aspects techniques de la production de miel...).

La recherche scientifique a consisté en trois activités principales: analyse bio-chimique du miel, identification botanique de la menthe et études morphologiques des abeilles. Les résultats ont ainsi

permis de prouver le lien entre le miel et des facteurs naturels. Les facteurs humains ne sont pas mentionnés pour expliquer la spécificité du produit, même s'il est fait mention de la très longue pratique de production de miel des habitants du plateau.

Les chercheurs du CASRAD ont collaboré avec un expert sur le miel de l'Université de l'Agriculture de Hanoi pour l'élaboration du cahier des charges. L'expert a proposé un « modèle de production de miel », basé sur l'utilisation des ruches en bois, semblables au système de production intensif développé dans la région depuis 2003. Un atelier a été organisé en 2009 pour présenter les résultats des recherches menées et le modèle de production sélectionné aux acteurs locaux : les autorités locales, la coopérative de Mèo Vac et quelques autres producteurs « modernes » (les producteurs traditionnels H'Mong n'ont pas été invités). Le cahier des charges a été validé par ces acteurs locaux et la demande d'enregistrement de l'IG a été envoyée au NOIP par le DST de Hà Giang en décembre 2011, après validation par le ministère de l'Agriculture.

Attentes et effets potentiels de l'IG

L'IG « Miel de menthe de Mèo Vac » a été enregistrée en Mars 2013, après examen par le NOIP. Les effets de cet enregistrement récent restent durs à analyser, mais plusieurs points peuvent être discutés.

Tout d'abord, il semble qu'un effet relativement rapide soit la prise de conscience croissante du lien entre le produit et son territoire et la généralisation de l'utilisation de la dénomination géographique « Mèo Vac » par les acteurs locaux. L'IG pourrait donc de ce fait rapidement contribuer au renforcement de la réputation du produit.

Certains acteurs locaux (publics et privés) voient dans l'augmentation des prix (qui passent de 150 000 VND/litres en 2008 à 300 000 VND/litres en 2013) un effet de l'enregistrement de l'IG. La relation n'est pourtant pas totalement évidente et cette hausse des prix peut être vue comme davantage liée à une meilleure promotion du produit (qui a été réalisée indépendamment de l'IG).

L'évolution de la dynamique de l'IG reste fortement incertaine, la capacité de coordination et d'action collective des acteurs locaux semblant réduite. Les producteurs du district de Dong Van, qui ne reconnaissent pas la légitimité du nom « Mèo Vac » pour fédérer les producteurs, restent volontairement en-dehors de l'IG. Une coopérative concurrente de celle de Mèo Vac a été créée par les H'Mong en 2010 et a enregistré une marque collective « Mèo Vac » (le NOIP a demandé son annulation dès l'enregistrement de l'IG). Ces producteurs de miel traditionnels se retrouvent exclus de la

dynamique IG, ne pouvant pas facilement acquérir les ruches en bois requises et ne souhaitant pas abandonner leurs méthodes traditionnelles. Le fait que le miel traditionnel de la région ne puisse pas avoir une Indication Géographique certifiée, et puisse même être juridiquement attaqué s'il est vendu sous le nom « miel de Mèò Vac » n'est pas sans poser de problèmes pour le développement futur de l'IG.

Conclusion du chapitre 6 – Diversité des expériences locales d’indications géographiques et mise en œuvre progressive

Nous avons retracé la construction et le début de la mise en œuvre des IG pour les six cas locaux sélectionnés en nous attachant à les situer dans le contexte de qualification et de construction territoriale préexistant avant l’initiation de la démarche d’enregistrement des IG. Ces six expériences locales illustrent la diversité des processus de qualification territoriale (type de produit, réputation, organisation des producteurs, accompagnement public de la production, lien avec le tourisme, etc.) dans lesquelles les IG émergent en Indonésie et au Vietnam.

L’analyse des types d’acteurs impliqués dans la construction des CdC révèle un fort engagement des acteurs publics (TAIG et DG IPR en Indonésie, NOIP et DST des provinces au Vietnam) et une participation relativement plus faible des producteurs et des autres acteurs économiques privés des filières. Une tendance générale se dessine vers des CdC « modernisateurs », visant à augmenter la productivité des systèmes agricoles (miel de Mèò Vac, sel d’Amed) et à intégrer davantage des « bonnes pratiques » (pour les cafés et le poivre blanc de Muntok) issues de recommandations de centres de recherche que les techniques plus traditionnelles de production et de transformation connues des producteurs. Ces cahiers des charges innovants ont pour objectif d’accompagner la différenciation du produit pour les producteurs déjà engagés dans ces processus ou de « créer de nouveaux produits » répondant à une demande internationale de produits « durables ».

La diffusion des CdC auprès des producteurs demeure encore difficile. La participation des services agricoles locaux et de leurs réseaux d’agents de terrain apparaît comme un lever potentiel de cette diffusion dans les territoires de production, ce qui renforce l’intérêt d’associer ces services dès les premiers stades des projets d’enregistrement. L’enregistrement en IG est reconnu par les associations locales d’IG et par les exportateurs déjà impliqués comme un argument commercial intéressant qui permet de renforcer la réputation des produits. Cependant, la certification formelle des produits est encore marginale, ce qui ne permet pas encore d’évaluer les effets des IG sur les prix.

Nous retenons que les IG sont pensées comme des outils destinés à orienter les pratiques agricoles. Les acteurs publics locaux et nationaux en charge du développement des IG sont conscients des difficultés de mise en œuvre liées à l’adhésion des producteurs. Le suivi des IG enregistrées n’est pas effectué dans une optique de vérification ou de sanction (sur les points non appliqués des CdC), mais se rapproche plutôt d’un accompagnement des acteurs et des organisations locales, laissant place aux apprentissages et à une mise en œuvre progressive.

CHAPITRE 7

Discussion

Ce chapitre nous permet de souligner les principaux résultats présentés dans les chapitres 5 et 6 et de les discuter au regard d'éléments présentés dans la partie I. La mise en regard des systèmes nationaux indonésien et vietnamien des IG nous permet de relever le **rôle important joué par l'État dans l'émergence des IG (I.)** dans ces deux pays. Ces États assument des fonctions qui dépassent largement la seule dimension juridique de protection des noms géographiques et s'engagent dans l'initiation, le financement et l'accompagnement des démarches locales d'IG. Cette extension du rôle de l'Etat, au regard du « modèle des IG » peut contraindre la participation des acteurs des territoires dans les dynamiques d'IG et finalement limiter leur capacité d'action collective. Nous soulignons alors le rôle important des gouvernements locaux qui apparaissent à même de renforcer la participation des services agricoles des localités dans les négociations pour l'établissement de CdC et de stimuler la collaboration entre ces services agricoles et les associations locales d'IG pour dans la diffusion de ce CdC après l'enregistrement.

Dans la seconde section nous analysons les **effets observés ou potentiels des indications géographiques sur les processus de qualification territoriale (II.)**. Nous revenons sur nos hypothèses de travail et discutons de leur validation sur la base des résultats présentés dans les chapitres 5 et 6. Nous observons que la lecture croisée des expériences locales d'IG étudiées donne à voir des enregistrements d'IG pour des produits situés à des stades différents (avancé, intermédiaire et récent) du PQT et que les trajectoires d'évolution depuis l'enregistrement des IG – ou attendues – varient en fonction de la phase u PQT dans laquelle le trouvaient le produit avant l'enregistrement. Nous pointons finalement l'importance des situations économiques des filières et des marchés comme des contextes politico-institutionnels des territoires pour comprendre l'évolution des dispositifs d'IG.

I. Rôle des États dans l'émergence des systèmes nationaux des indications géographiques en Indonésie et au Vietnam

Une de conditions de fonctionnement du modèle des IG présenté au 4.1 du chapitre 3 porte sur le rôle de l'État dans les dynamiques d'IG. Le modèle des indications géographiques peut en effet fonctionner et permettre de maintenir des rentes de qualité territoriales à condition que l'État se porte garant de la validité du système afin de protéger la réputation des produits de terroir face à d'éventuelles usurpations.

En nous basant sur des éléments présentés au chapitre 5, nous soulignons la volonté des États indonésiens et vietnamiens de construire des **systèmes nationaux de protection des dénominations géographiques opérants (1.1.)** qui présentent des similitudes et des spécificités. Ces deux États ont choisi d'**accompagner l'émergence des IG dans ces pays en allant au au-delà de la seule fonction de protection juridique (1.2.)** attendue par le modèle. En plus d'examiner les dossiers d'enregistrement, ces État se révèlent actifs dès la sélection des produits candidats et la construction des demandes, mais aussi ensuite, par un suivi et soutien des IG enregistrées. Nous analysons ensuite les justifications et fonctions assignées aux IG par ces États qui les pensent comme **des outils au service de la politique agricole (1.3.)** de ces pays. Enfin, nous soulignons le rôle important des **gouvernements locaux et des associations locales d'IG (1.4.)** dans l'émergence des IG de ces deux pays.

1.1. Des systèmes nationaux de protection des dénominations géographiques opérants

Nous avons retracé dans les sections II. et III. du chapitre 5 l'engagement des États indonésien et vietnamien dans la construction de leurs cadres juridiques de protection des dénominations géographiques. Ces États ont en effet su identifier au niveau national des experts en propriété intellectuelle afin de piloter l'établissement des cadres juridiques ; ils ont également su faire appel à des experts internationaux représentant des pays aux systèmes de protection différents afin d'apporter les consultations nécessaires à ce processus.

Entre 2001 et 2007 en Indonésie et entre 1990 et 1996, puis 2001 et 2005, au Vietnam, ces experts ont construit les instruments juridiques (lois, décrets d'application, circulaires) de la protection

des dénominations géographiques de manière à intégrer ce nouveau signe dans les paysages nationaux des droits de propriété.

Les deux pays ont choisi de saisir la possibilité offerte par l'ADPIC de protéger les produits typiques d'artisanat (nombreux dans ces deux pays) par les IG. Le niveau de protection choisi est élevé pour tous les produits, ce qui renforce la protection juridique des noms géographiques.

Dans chacun des pays, un organe public national a été identifié comme responsable de l'examen et du contrôle des IG. En Indonésie, la DG IPR a ouvert la sous-direction des IG et institué la TAIG pour l'appuyer dans l'examen substantif des dossiers. Le caractère interministériel de la TAIG lui confère une flexibilité et une efficacité significative grâce à une répartition des demandes d'enregistrement selon les compétences de ces différents membres. Au Vietnam, comme nous l'avons vu, c'est le NOIP (Ministère des Sciences et Technologies) qui réalise ces examens, le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural étant plus en retrait. Ceci s'explique par des routines institutionnelles du Vietnam où il n'est pas d'usage de confier une compétence à plusieurs ministères. Ceci étant, en pratique, comme nous l'avons souligné au chapitre 5, un groupe informel rassemblant des représentants de ces deux ministères se réunis ponctuellement pour orienter le soutien aux différents projets d'enregistrement.

Le cadre juridique vietnamien se distingue par la coexistence d'une protection *sui generis* et d'une protection par les marques collectives. Ce choix illustre la volonté de l'État vietnamien de pouvoir adapter la protection des dénominations géographiques aux diverses situations. L'arbitrage entre IG et marques est fondé sur la difficulté à établir la preuve du lien à l'origine. Ainsi, lorsque les acteurs locaux estiment que la preuve est trop difficile à apporter, une orientation vers la marque collective permet tout de même de protéger la dénomination et offre la possibilité de se doter d'un règlement d'usage de la marque comprenant certaines règles de production.

Une différence majeure apparaît entre ces deux systèmes de protection dans l'exigence ou non d'établir une association locale pour l'IG. En Indonésie, ces associations locales sont systématiquement établies et sont également les organisations qui déposent la demande d'enregistrement et reçoivent les certificats d'enregistrement. Au Vietnam, la loi n'impose pas l'établissement de telles organisations, ce qui explique que l'ensemble des demandes soient déposées par les Comités populaires ou par les Département des Sciences et Technologies des provinces. En revanche, les projets de Gestion et Développement des IG après enregistrement visent à l'établissement des ces organisations locales et

d'un système de traçabilité ; mais toutes les IG enregistrées ne font pas l'objet de ce type de projets. Le tableau 19 reprend les principaux éléments des systèmes nationaux des IG en Indonésie et au Vietnam.

Tableau 19 : Comparaison des cadres juridiques de protection indonésien et vietnamien

	Indonésie	Vietnam
Type de protection	Indication géographique <i>sui generis</i>	Indication géographique <i>sui generis</i> et marques collective et de certification
Texte juridique référent et date d'entrée en vigueur	Décret d'application sur les IG No. 51-2007 (dépendant de la loi sur les Marques No. 15-2001)	Loi de Propriété Intellectuelle de 2005
Définition des IG	Les IG sont des « signes indiquant l'origine de biens, pour lesquels l'environnement géographique, pouvant être des facteurs naturels, humains ou une combinaison des deux, confère aux biens des caractéristiques et une qualité spécifiques »	Les IG protègent des produits pour lesquels « une réputation, des qualités ou de caractéristiques essentiellement attribuables aux conditions géographiques de la zone, localité, territoire ou pays correspondant à l'IG »
Organe responsable de l'enregistrement	DG IPR (Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme)	NOIP (Ministère des Sciences et Technologies)
Organe responsable de l'examen	DG IPR (examen administratif) TAIG (examen substantif)	NOIP (examen administratif et substantif)
Organe responsable du contrôle des IG	TAIG	NOIP
Établissement d'association locale d'IG	Oui	Non exigé pour l'enregistrement (fait l'objet des projets <i>post-enregistrement</i> de Gestion et Développement des IG)
Déposant	Associations locales de protection de l'IG	Comité populaire de la localité (province ou district) ou Département des Sciences et Technologies de la province

Ces cadres juridiques ont été rendus opérants très rapidement après la promulgation des textes de référence et ont été utilisés immédiatement par les acteurs indonésiens et vietnamiens. Ainsi, 28 IG sont enregistrées en Indonésie en 2015 et 42 IG au Vietnam. Le Vietnam compte également plus d'une centaine de marques collectives et plus de 70 marques de certification enregistrées pour des dénominations géographiques de produits de spécialités.

Au Vietnam, l'État a également su utiliser son système juridique sur le plan international. Le gouvernement vietnamien a ainsi pu faire valoir la légitimité de son IG sur le café de Buôn Ma Thuột en parvenant à faire annuler la marque privée enregistrée en Chine avec ce nom. La reconnaissance du Nuoc Mam de Phu Quoc en tant qu'AOP en Europe en 2012 est un autre signe de l'opérationnalité du système de protection vietnamien. L'Indonésie s'est montrée moins active jusqu'à présent sur le plan

international, mais le projet de ratification des Accords de Lisbonne pourrait grandement faciliter la reconnaissance des IG indonésiennes au niveau international dans les années à venir. De plus, la volonté des acteurs et institutions nationales indonésiennes à établir une loi spécifique pour les IG (entraînant une sortie des IG du champ d'application de la loi sur les Marques de 2001) traduit l'intérêt des autorités dans le signe et leur souhait de poursuivre le développement des IG dans ce pays de manière renforcée.

1.2. Une action publique au-delà des exigences de l'ADPIC

Le rôle des États indonésien et vietnamien dans le développement des IG aurait pu se limiter à la stricte sphère juridique. En effet, l'ADPIC impose aux pays de protéger les IG en établissant un cadre juridique mais ne requiert aucunement un engagement plus important des pouvoirs publics.

Or, dans les deux pays étudiés, les États se montrent actifs dans une série de fonctions dépassant la dimension juridique et visant à faciliter la mise en œuvre concrète de cette protection. Ils sont ainsi capables de stimuler l'émergence de projets d'enregistrement, mais aussi, dans une certaine mesure, de piloter la construction des CdC.

Renforcement des compétences sur les IG

Afin de jouer ces fonctions « additionnelles », les États ont organisé avant et après l'établissement des cadres juridiques une série de séminaires nationaux et internationaux sur les IG. Ces séminaires ont permis aux experts indonésiens et vietnamiens de renforcer leurs capacités sur les IG et d'apprendre des expériences d'autres pays²⁴⁶.

Depuis 2007, plusieurs acteurs indonésiens et vietnamiens (juristes, représentants du NOIP, de la DG IPR et de la TAIG, chercheurs) ont participé à la formation internationale sur les IG « InterGI » organisée chaque année par le Cirad et le REDD²⁴⁷.

²⁴⁶ Nous avons cités plusieurs de ces séminaires dans le chapitre 5. Nous pouvons également souligner la participation des autorités indonésiennes et vietnamiennes à plusieurs séminaires régionaux organisés dans le cadre du programme ECAP (programme UE sur les droits de propriété intellectuelle en Asie du Sud-Est) depuis 2005 rassemblent l'Indonésie, le Vietnam, la Thaïlande, le Laos et le Cambodge. Depuis 2014, le programme régional AFD-FAO sur les IG en Asie du Sud-Est organise également des rencontres régulières.

²⁴⁷ InterGI est une formation organisée chaque année depuis 2007 par le Cirad et le REDD (une société anonyme suisse créée en 2010 et travaillant sur les produits de terroir et les IG – avant 2010 la formation InterGI était organisée par le Cirad et AGRIDEA, association suisse sur l'agriculture et le développement rural). Elle est destinée aux acteurs de l'administration (techniques et juridique) compétents sur les IG ainsi que les acteurs des filières de qualités des pays du monde entier. Depuis 2007, plus de 150 acteurs publics de plus de 50 pays ont participé à cette formation dont 65 % sont des représentants de pays asiatiques (source : site internet d'InterGI : <http://www.intergi.org/fr/accueil>, page consultée le 10/10/15).

Les sensibilisations des gouvernements locaux effectués en Indonésie par la TAIG et la DG IPR participent à ce renforcement des compétences au niveau local. Des sensibilisations de ce type ne sont pas réalisées de manière systématique au Vietnam, mais l'information sur les IG est transmise par les échanges entre le MOST et les DST des provinces.

Sélection et financement des projets

Nous avons vu au chapitre 5 que les deux pays ont établi des listes de produits potentiellement candidats à l'enregistrement en IG. Ces listes sont mises à jour par les autorités lorsque les localités signalent des produits potentiels ou grâce au déplacement dans les régions des experts de la TAIG en Indonésie par exemple. Nous avons observé que la majorité des démarches d'enregistrement se rapprochent plus d'une sélection des produits par les autorités nationales (parmi cette liste de produits potentiels) que d'une véritable dynamique *bottom-up* dans laquelle l'État central ne serait responsable que de l'examen final du dossier.

La coopération entre les acteurs publics nationaux et locaux pour le démarrage de ces projets semble absolument nécessaire. La DG IPR et le NOIP reconnaissent que certains projets « avancent plus vite que d'autres » du fait d'une bonne coopération avec les gouvernements locaux. Nous avons également observé que certains cas (comme le cas du Café de Toraja en Indonésie) ont nécessité un temps particulièrement long du fait de blocages politiques au niveau du gouvernement local.

Plusieurs produits enregistrés en IG avaient également fait l'objet d'un soutien public antérieur, ce qui avait notamment permis de structurer la filière locale (c'est notamment le cas du litchi de Thanh Hà et du café de Kintamani Bali). L'IG apparaît alors comme un projet venant couronner d'autres projets plus anciens, dans le but de fédérer les acteurs locaux et de coordonner les stratégies vers le processus de qualification du produit.

D'autres cas, plus rares, révèlent des démarches plus locales, comme le café de Buôn Ma Thuôt ou le poivre blanc de Muntok. Ces deux IG apparaissent comme des démarches plus endogènes émergeant sous l'impulsion des acteurs publics locaux. Il s'agit de deux filières importantes et anciennes, pour lesquelles la dénomination géographique bénéficie d'une renommée nationale et internationale. Ces deux cas ont été relativement peu suivis par l'État central et fortement soutenus par les gouvernements locaux (financement, octroi d'un local) en lien avec des acteurs privés forts de la filière. Pour autant, dans leur phase d'enregistrement, ces démarches plus locales n'ont pas intégré de manière plus significative les producteurs. Parmi les démarches plus endogènes il faut aussi citer des cas pour lesquels l'enregistrement a été particulièrement compliqué ou même refusé. C'est le cas du projet

d'enregistrement du poivre noir du Lampung en Indonésie qui avait été monté en 2011 exclusivement par des acteurs publics locaux (un centre de vulgarisation agricole) sans interaction avec Jakarta. Celui-ci a essuyé un premier refus et se trouve toujours en cours de construction.

Les deux pays ont constitué des fonds dédiés au soutien des dynamiques locales d'IG. En Indonésie, le Ministère de l'Agriculture soutient environ cinq démarches d'enregistrement par an au travers du P2HP à hauteur de 6 514 euros par projet. Cette somme ne permet pas de financer la totalité des activités nécessaires à la construction des CdC, les gouvernements locaux ou des ONG apportant les contreparties nécessaires. Une priorité du P2HP en 2012 était de pouvoir étendre ce soutien à l'ensemble des projets d'enregistrement d'IG en Indonésie.

Au Vietnam, plusieurs sources de financements sont possibles. La principale est le Programme 68 du MOST avec un soutien moyen de 28 700 euros par projet d'enregistrement puis un soutien compris entre 40 000 et 93 000 euros pour les projets de Gestion et Développement des IG. Quelques autres projets ont été directement financés par le MARD. Certains projets d'enregistrement ou de Gestion et Développement des IG ont été financés par les Comités populaires des localités.

Les acteurs publics locaux indonésiens et vietnamiens ont donc la possibilité de solliciter un soutien du gouvernement central pour le financement des dynamiques d'IG. Notons que la différence des montants entre l'Indonésie et le Vietnam est dans une certaine mesure compensée par l'utilisation de fonds propres de la TAIG pour les visites de terrains avant ou après les enregistrements.

Expertise sur les cahiers des charges

L'engagement le plus significatif des États indonésien et vietnamien dans le développement des IG est observé dans la participation des acteurs publics à l'établissement des cahiers des charges. Les experts de la DG IPR et de la TAIG en Indonésie effectuent des missions de terrain pendant la phase de construction des projets ; ils échangent de manière permanente avec les acteurs locaux et reçoivent de façon régulière les CdC en cours de construction. Ces experts nationaux apportent des corrections et se chargent fréquemment de la rédaction de parties entières des CdC. Au Vietnam, les chercheurs du CASRAD, du RUDEC et du FAVRI (sous tutelle du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural) fournissent l'expertise nécessaire à l'établissement des CdC. Dans quelques cas, les CdC ont été rédigés localement par des experts également reliés à des structures publiques (centres de recherches locaux, DST).

Dans les deux pays, si les producteurs sont parfois consultés lors d'ateliers sur le CdC, leur rédaction est donc globalement supervisée par des acteurs publics nationaux ou locaux qui peuvent en orienter le contenu. Les règles de production sont le plus souvent le résultat de la recherche et reprennent les principales recommandations des services de conseil agricole. La participation des producteurs se limite à une validation de ces règles de production qui leur sont présentées lors d'ateliers organisés par les autorités publiques locales.

Outre la mise en place d'un cadre juridique opérant, les États indonésien et vietnamien se montrent donc particulièrement volontaires et proactifs dans le développement des IG. Ils s'impliquent dans la sélection des produits candidats, assurent des financements et supervisent la construction des CdC. Cet engagement de l'État dans le développement des IG dépasse largement la seule fonction de garantie des informations et de vérification des dossiers de demandes d'enregistrement telle qu'elle a été envisagée dans le modèle des IG présenté dans la première partie. Cet engagement important des acteurs publics apparaît nécessaire à l'émergence des IG qui sont un outil récent en Indonésie et au Vietnam, encore relativement peu connu des producteurs. Cependant, comme nous l'avons vu dans les études de cas, cette forte implication de l'État peut aboutir à des IG enregistrées mais peut utilisées par les producteurs qui ne se sentent pas partie prenante de la démarche.

1.3. Concevoir les indications géographiques comme des outils de développement au service de la politique agricole

Nous revenons dans cette partie sur les **fonctions attendues des IG (1.3.1.)** par les acteurs indonésiens et vietnamiens. Nous abordons ensuite un élément observé dans l'ensemble des expériences locales d'IG, l'objectif de **modernisation des pratiques agricoles (1.3.2.)** que les acteurs relient aux fonctions de différenciation des produits et de développement rural, associées aux politiques agricoles de ces deux pays.

1.3.1. Validation des multiples fonctions attendues des IG

Nous avons souligné dans l'introduction générale l'existence de multiples fonctions des IG relevées dans la littérature. Cinq fonctions principales avaient été observées : (1) l'amélioration des **règles de l'échange** en garantissant une concurrence juste et loyale entre les producteurs et en protégeant les consommateurs des usurpations, (2) une meilleure **maitrise de l'offre** sur les marchés agricoles grâce à la délimitation d'aires de production (gestion des volumes) et l'établissement de CdC (maintien des qualités typiques), (3) un renforcement du **développement rural** par la valorisation des productions locales, la mise en avant des cultures locales et des traditions, l'emploi en milieu rural, (4) la

préservation du **patrimoine et la conservation des ressources** (biodiversité, savoir-faire) et (5) la **différenciation** des produits sur les marchés internationaux, leur permettant de sortir des marchés des *commodities*. Notre enquête montre que l'ensemble de ces cinq fonctions potentielles des IG sont attendues par les acteurs indonésiens et vietnamiens (tableau 20).

Tableau 20 : Fonctions attendues des IG en Indonésie et au Vietnam

Justification (reprise des termes utilisés par les acteurs)	Acteur ayant cité cette fonction	En lien à quel produit
1. Améliorer les règles de l'échange		
« Protéger et mettre en valeur les produits agricoles »	Chercheur participant à la construction du CdC	Nuoc Mam Phu Quoc, Miel de Menthe de Mèo Vac
« Répondre aux attentes de traçabilité des consommateurs »	Chercheur	Miel de Menthe de Mèo Vac, litchi de Thanh Hà
« Protéger juridiquement le nom »	NOIP, association locale d'IG	Café de Buôn Ma Thuôt
« Construire des bases législatives pour régler des conflits commerciaux dans le contexte de mondialisation »	NOIP	Café de Buôn Ma Thuôt, Nuoc Mam de Phu Quoc
« Protéger les noms géographiques dans le commerce international »	DG IPR	<i>Tous produits</i>
« Récupérer le nom : appropriation de 'Toraja' pour une marque de café japonaise »	Chercheurs café	Café de Toraja
2. Maîtriser l'offre sur les marchés agricoles		
« Limiter la production de café et la développer uniquement sur les sols adaptés »	Association locale d'IG, gouvernement local	Café de Buôn Ma Thuôt
« Garantir l'origine et la qualité à nos acheteurs »	Exportateur de café	Café de Gayo, café de Toraja
« Être sûr que le café vient de Kintamani seulement et qu'il est de qualité : cerises rouges et traitement voie humide »	Association locale d'IG	Café de Kintamani Bali
3. Renforcer le développement rural		
« Améliorer la valeur du produit sur le marché et les profits de producteurs »	Producteurs, gouvernements locaux	Miel de Menthe de Mèo Vac, litchi de Thanh Hà
« Stabiliser les prix des produits »	Producteurs	Litchi de Thanh Hà
« Supporter l'agriculture de petite taille et l'isolement des producteurs sur le marché »	Gouvernements locaux	Riz de Hai Hau
« Promouvoir la valeur du produit »	Associations locales d'IG	Litchi de Thanh Hà
« Promouvoir le district et la province de bonnes opportunités de développement économique »	Associations locales d'IG, gouvernements locaux	Litchi de Thanh Hà
« Mise en valeur optimale des ressources naturelles pour un bénéfice collectif »	Ministère de l'Agriculture Indonésien	<i>Tous produits</i>
« Augmenter la production, augmenter les revenus », « Stabiliser les prix des café »	Producteurs	Café de Kintamani Bali
« Faire des filières d'agriculture durable pour le développement de la province »	Gouvernements locaux, extension agricole	Poivre blanc de Muntok
« Augmenter la production et mettre en valeur avec le tourisme »	DG IPR, experts	Sel d'Amed
4. Protéger le patrimoine, conserver les ressources		
« Préserver la biodiversité et les savoir faire locaux »	Chercheurs	Miel de Menthe de Mèo Vac
« Diversifier l'agriculture / « Sustainable development » / Protéger la diversité culturelle et les savoir locaux »	Chercheurs	<i>Tous produits</i>
5. Différencier les produits		
« Améliorer la qualité des produits agricoles, trouver de nouveaux marchés avec des prix plus élevés »	Chercheurs, producteurs	<i>Tous produits</i>

« Exporter car on rend le produit plus identifié »	Associations locales d'IG, chercheurs	Litchi de Thanh Hà, café de Buôn Ma Thuôt, litchi de Thanh Hà
Ouverture des marchés : " <i>Thanks to intellectual property and clear geographical indications in particular, some specialties of Vietnam have entered large markets such as the US, Japan and France. Binh Thuan dragon fruit</i> "	Gouvernement locaux	Fruit du dragon de Binh Thuan, Litchi de Luc Ngan
" <i>To raise the Vietnamese enterprises' competitiveness through support in terms of creation, exploitation, protection and development of their intellectual properties, with priority given to support for enterprises having strategic products with export potential</i> ".	NOIP	<i>Tous produits</i>
« Faire connaître le produit sur les marchés internationaux de café de spécialité »	Association locale d'IG, chercheurs, DG IPR	Café de Kintamani Bali
« Monter la qualité du poivre car il est différent des autres »	Gouvernements locaux, exportateurs	Poivre blanc de Muntok
« Faciliter l'exportation des produits »	UbiFrance, Ambassade de France en Indonésie	<i>Tous produits</i>

Nous pouvons souligner qu'aucune nouvelle fonction des IG n'apparaît dans notre enquête et que les cinq fonctions sont fréquemment citées par les acteurs indonésiens et vietnamiens (ces fonctions ont été citées suite à une question ouverte et non sur la base de propositions de notre part). Il est intéressant de remarquer la répartition des catégories d'acteurs selon les types de fonctions citées :

La première fonction, relativement classique de « règles de l'échange et lutte contre les usurpations », est essentiellement citée par la DG IPR et le NOIP. Certains chercheurs sensibilisés aux IG comme DPI citent également cette fonction mais elle n'est pas reprise de manière significative par les acteurs locaux (sauf dans le cas du café de Buôn Ma Thuôt qui, comme nous l'avons vu a fait l'objet d'une démarche juridique internationale particulièrement importante).

La « maîtrise de l'offre sur les marchés » est plus attendue par les acteurs locaux, notamment les associations locales d'IG, les gouvernements locaux et les exportateurs quand ils sont présents dans la zone de production.

La fonction des IG pour « renforcer le développement rural » apparaît comme une préoccupation forte des acteurs locaux (producteurs, associations d'IG et gouvernements locaux).

Il est particulièrement intéressant d'observer que la fonction de « protection du patrimoine et conservation de ressources » n'est pas citée par les acteurs locaux, ni par les acteurs publics nationaux, mais exclusivement par les chercheurs. Ceci soulève une question quand à la perception par les producteurs et les autres acteurs locaux participant à la construction des IG des ressources communes mises en œuvre dans les processus de qualification.

Enfin, la fonction des IG comme outil de différenciation est fortement présente et citée par l'ensemble des acteurs. Les IG sont ainsi construites en vue d'améliorer la qualité des produits et de leur permettre d'accéder à des marchés de qualités pour bénéficier de prix plus élevés que les cours internationaux des produits standards.

1.3.2. Indication géographique et modernisation agricole

Un des résultats principaux ressortant de l'analyse des expériences locales d'IG est l'orientation donnée aux CdC vers une modernisation des pratiques agricoles. Ces changements de pratiques résultant de la mise en œuvre des CdC sont en effet attendus pour l'ensemble des cas observés (seul le cas du litchi *Thieu* de Thanh Hà est moins prononcé sur ce point). Les CdC pour les IG café de Kintamani Bali, de Buôn Ma Thuôt et de Gayo sont basés sur des techniques de production proches des « bonnes pratiques » recommandées par les centres de recherches nationaux et les services agricoles des provinces mais elles diffèrent des pratiques de production actuelles d'une majorité de producteurs. Le même constat peut être fait pour les CdC du poivre blanc de Muntok (qui recommande une production

biologique et l'usage de tuteurs vivants) et du miel de menthe de Mèò Vac qui impose l'utilisation de ruches en bois, non utilisées par les producteurs H'Mong.

Dans chaque cas, le CdC apparaît davantage basé sur un savoir expert que sur les pratiques locales traditionnelles. Ces CdC sont construits de façon à encourager les producteurs à adopter des pratiques innovantes visant à augmenter les volumes et orienter la production pour rendre plus conforme aux standards durables reconnus sur les marchés d'export. Il est attendu que cette modernisation au travers de l'IG permettra de différencier les produits et de favoriser leur exportation. Ces orientations sont cohérentes avec les objectifs généraux des politiques agricoles de ces deux pays, présentées dans première section du chapitre 5.

Construire des CdC « modernisateurs » en vue de différencier les produits est un choix fait par les constructeurs des IG, une autre option aurait été de fonder ces CdC sur les pratiques agricoles locales. Cependant, les acteurs publics ont choisi des règles de production qui modifient en partie ces techniques et incitent parfois les producteurs à abandonner certaines techniques traditionnelles, pourtant à la base de la typicité des produits.

Dans d'autres contextes, les IG ont été critiquées pour leur impact potentiellement négatif sur la capacité d'adaptation des systèmes de production (Bowen et De Master, 2011 ; Niederle et Gelain, 2013). Cette réduction de la capacité d'adaptation des systèmes serait due à la formalisation des règles de production dans les CdC et à leur évolution contrainte une fois l'IG enregistrée. Les IG sont analysées comme des « *significant brake on innovation* » et sont considérées comme inappropriées pour des systèmes de production dont les méthodes locales et traditionnelles ne sont pas bien établies et qui devront probablement réaliser « *a rapid adaptation to changing competitive environments* » (Van Caenegem, 2003). Nous pouvons observer qu'au lieu de créer des « *museums of production* » (Bowen et De Master, 2011), les États indonésien et vietnamien tentent de stimuler le développement de systèmes de production compétitifs basés sur des CdC innovants.

Cependant, cette introduction d'innovations techniques visant la modernisation des pratiques agricoles peut engendrer des difficultés. En effet, ne pas inclure les méthodes de production et de transformation traditionnelles dans les CdC entraîne la création de « nouveaux » produits qui ne pourront pas nécessairement s'insérer dans les marchés des produits « traditionnels ». En outre, lorsque cette modernisation consiste en l'adoption par les producteurs de techniques standardisées et utilisées ailleurs, ceci peut limiter les possibilités de différenciation par une qualité liée à l'origine. Des CdC innovants peuvent également être source d'exclusion pour les producteurs ne disposant pas du capital

financier, humain ou social pour réaliser les investissements requis (comme ces le cas pour certains producteurs de miel à Mèo Vac).

La DG IPR et la TAIG soulignent que le développement national des IG (nombre d'enregistrements, promotion du signe au niveau national...) est freiné par le manque de budget. Au niveau local, la TAIG estime que la plus grande difficulté est de sensibiliser l'ensemble des producteurs.

Dit autrement, comment passer du « club » d'acteurs impliqués dans le projet à une utilisation et gestion de l'IG par l'ensemble de la communauté de production ? Ce travail de sensibilisation/diffusion est confié aux services agricoles locaux.

1.4. Décentralisation et dynamiques territoriales : le rôle-clé des gouvernements locaux et des associations IG

La modernisation attendue par les CdC ne pourra être atteinte que si les producteurs sont en mesure de mettre en œuvre ces CdC et de se mobiliser pour le développement de l'IG. Des degrés variés d'action collective émergente ou attendue ont été observés dans les cas étudiés.

Les États centraux et locaux en Indonésie et au Vietnam peuvent fournir des incitations fortes à l'adoption d'innovation et assurer le financement des projets d'IG mais la décision finale revient aux producteurs qui choisissent ou non de mettre en œuvre les règles de production des CdC. Cette décision dépend de la capacité de coordination des producteurs et doit relever d'une démarche collective.

Nous avons vu dans la partie 1 que la réputation du produit peut constituer cette ressource commune autour de laquelle les stratégies individuelles peuvent se fédérer. Mais dans les expériences locales d'IG étudiées, le fait que cette réputation préexiste à l'IG (poivre blanc de Muntok ou café de Buôn Ma Thuôt par exemple) ou qu'elle ne préexiste pas (café de Kintamani) ne modifie pas le fait que les CdC n'incluent pas les pratiques traditionnelles. L'action collective est alors incertaine car les producteurs ne retrouvent pas dans le CdC des pratiques de production traditionnelles mais des techniques innovantes dont la mise en œuvre requiert des investissements que tous les producteurs ne sont pas en mesure de réaliser.

Nous observons toutefois dans certains cas (comme à Kintamani, Buôn Ma Thuôt et Thanh Hà) l'émergence d'une action collective locale et l'investissement d'acteurs locaux dans l'IG. Dans ces situations, une gestion du dispositif institutionnel par des associations des IG dynamiques et une

implication des services agricoles semble expliquer la participation d'un « club » de producteurs investis dans la démarche. Bien que les producteurs soient encore hésitants quant à la certification formelle des produits, des actions collectives de promotion et des sensibilisations à l'IG pour les producteurs et les acheteurs ont été relevés.

Cette émergence de l'action collective autour des IG apparaît comme le résultat de la volonté des gouvernements locaux de fournir aux associations d'IG les moyens et les capacités de gestion des dispositifs associés aux IG. En outre, la participation des services agricoles dans l'établissement des CdC a favorisé leur participation à la sensibilisation des producteurs après l'enregistrement de l'IG. Ceci n'est pas le cas à Babel où les services agricoles n'ont pas été sollicités avant l'enregistrement et où leur participation pour diffuser le CdC du poivre blanc de Muntok s'avère compliquée car ces agents ne se sentent pas partie prenante du projet.

La participation des services agricoles relève d'une décision des gouvernements locaux dont ils dépendent et qui financent en partie les dynamiques d'IG. Une meilleure implication des agents de ces services dans les ateliers de construction des CdC pourrait faciliter la participation des quelques producteurs également invités, en jouant un rôle d'interface entre les producteurs, les experts nationaux et les acheteurs. En effet, ces agents de terrain connaissent la réalité des pratiques agricoles et pourraient faciliter la négociation entre les « bonnes pratiques » recommandées par les experts et les pratiques plus traditionnelles des producteurs. Ainsi, une « modernisation négociée » pourrait être l'objectif de ces CdC, ce qui faciliterait l'adoption progressive par les producteurs. L'importance des groupements de producteurs mais aussi les difficultés d'organisation des producteurs ont été soulignées en Indonésie (Neilson, 2008) et au Vietnam (Moustier et al., 2010). Dans chacun des cas locaux étudiés, le territoire comporte des organisations ou associations, plus ou moins anciennes/récentes et actives, mais qui peuvent être (ré)activées. Ces organisations sont le relais principal entre les producteurs et les services agricoles et renforcent les proximités entre producteurs. Une implication plus importante des agents du conseil agricole dans les dynamiques d'IG permettrait aux associations d'IG et aux gouvernements locaux de bénéficier de ce réseau de diffusion d'informations qui peut être mis au service du développement de l'IG.

II. Processus de qualification territoriale et indication géographique

Nous avons défini les processus de qualification territoriale en introduction générale comme un double mouvement qui reflète, d'une part, la qualification des produits et, d'autre part, la consolidation (ou la construction) de coordinations territoriales à l'œuvre autour du produit. Le PQT apparaissait alors comme un processus qui fonde la qualification du produit sur l'activation de ressources spécifiques et qui offre aux acteurs du territoire la possibilité de gouverner ce processus.

Nous revenons dans une première sous-partie sur la **temporalité des processus de qualification (2.1.)** pour souligner la diversité des stades auxquels se trouvaient les produits dans les processus de qualification territoriale avant la construction des IG. Nous soulignons ensuite **l'importance des contextes économiques des filières et des contextes politico-institutionnels des territoires (2.2.)** pour comprendre l'initiation et les évolutions des dynamiques d'IG.

2.1. Temporalité du processus de qualification territoriale et indications géographiques

Notre première hypothèse de travail était que le rôle des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale dépendait de la phase de ce processus dans laquelle l'IG était construite. Il s'agissait dans un premier temps de montrer que des IG étaient construites pour des produits situés à **différents moments d'un processus de qualification territoriale (2.1.1.)**, et par conséquent, que l'on pouvait observer des cas d'IG construites pour des produits présentant des stades avancés de ce processus (proches de la définition d'un produit de terroir), mais aussi pour des produits moins avancés dans ce processus, moins qualifiés par l'origine, pour lesquels l'objectif de l'IG serait de tenter d'initier ce processus de qualification. Dans un second temps, nous observons la trajectoire des PQT après le début de la mise en œuvre des IG pour les produits étudiés. Ceci nous permet d'analyser les premiers **effets des IG sur ces PQT (2.1.2.)** ou les effets anticipés lorsque l'enregistrement de l'IG est très récent (comme pour le miel de Mèo Vac enregistré en 2013).

2.1.1. Des produits situés à différents moments dans les processus de qualification territoriale

Pour analyser cette diversité de situations *préexistant à la construction des IG*, nous avons positionnés les produits des expériences locales d'IG étudiées selon deux axes. Le premier axe (en ordonnées) correspond à la qualification du produit par l'origine avant l'IG, que nous avons évalué au regard (i) de la spécificité des facteurs naturels et humains mobilisés pour la production et la transformation du produit, (ii) de l'intensité de la réputation de qualité dont bénéficie le produit et (iii) du premium de prix que les acteurs parviennent à capter. Le second axe (en abscisse) désigne le degré de construction territoriale autour du produit avant l'IG, qui correspond à l'intensité des coordinations entre les acteurs privés de la filière (proximité entre producteurs, organisation locale) et entre ces acteurs et les autres acteurs du territoire (acteurs publics, secteur du tourisme, etc.).

Nous avons positionné les six expériences locales en fonction de ces deux axes, en évaluant les situations les unes par rapport aux autres. Trois types de situations apparaissent, dessinant des groupes de produits situés à des stades avancés, intermédiaires et récents du PQT (figure 27).

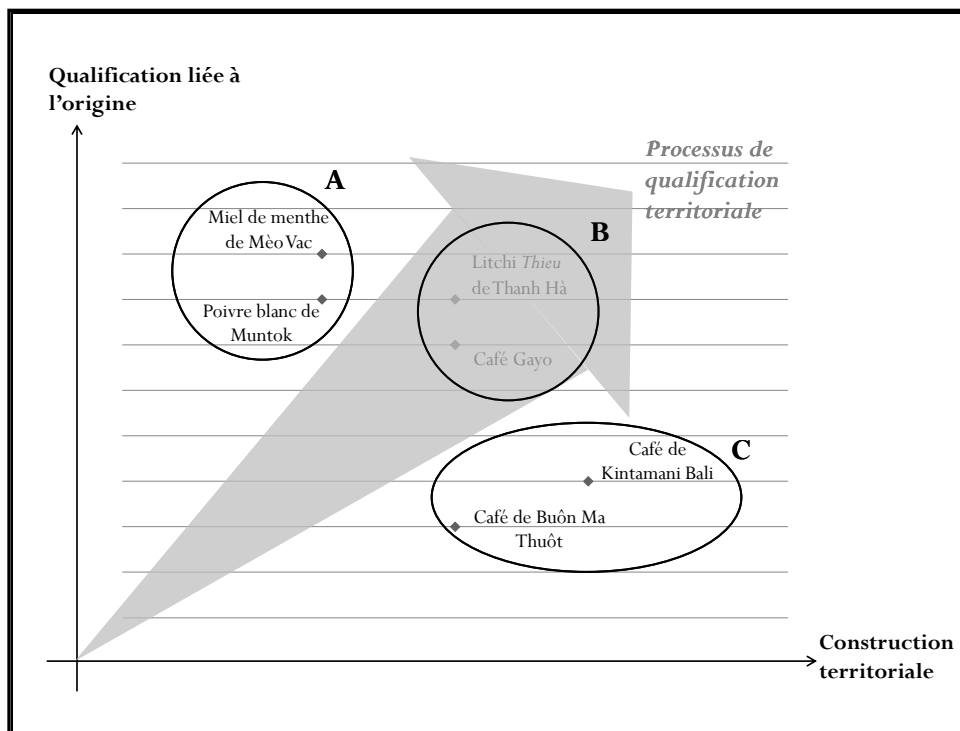


Figure 27: Processus de qualification territoriale avant la démarche d'indication géographique

Les produits appartenant au **Groupe A** étaient situés à un stade relativement avancé du PQT au moment où le projet d'enregistrer l'IG a été initié (le cas du sel d'Amed, présenté en annexe, pourrait également être classé dans ce groupe). Ces produits présentent une qualité liée à l'origine reconnue et

bénéficient d'une réputation auprès des acheteurs et des consommateurs. Un premium pour cette qualité est attesté, avant la création de l'IG, par les producteurs en comparaison à d'autres produits de la même catégorie mais présentant des caractéristiques différentes. Des problèmes d'usurpation du nom sur les marchés ont été repérés dans le passé ou apparaissent récemment. Les coordinations territoriales ont déjà été fortes, notamment entre les producteurs et les autres acteurs de la filière, ce qui a permis de qualifier le produit grâce à une spécification des techniques de production conduisant à une qualité liée à l'origine valorisée par le marché. Cependant, les coordinations territoriales entre les acteurs privés et les acteurs publics sont encore relativement faibles autour du produit.

Les produits appartenant au **Groupe B** étaient situés à un stade intermédiaire du PQT au moment où la construction de l'IG a débuté. Le potentiel de qualité du café de Gayo a été identifié relativement récemment (dans les années 1990) et les techniques de production et de transformation mises en œuvre localement sont comparables à celles d'autres filières de production de café arabica. La réputation du produit est en cours de construction. Le PQT est stimulé localement depuis les années 2000 avec la coopération de divers acteurs privés (acheteurs, coopératives de producteurs), publics (gouvernement local, services agricoles) et d'ONG au travers de projets de développement de la filière et du plateau de Gayo. Le litchi *Thieu* de Thanh Hà est un produit réputé de longue date au Vietnam qui a bénéficié d'un processus de qualification territoriale par le passé (associé à une rente de qualité territoriale élevée), mais dont la qualité et la réputation ont été fragilisées depuis une quinzaine d'années du fait d'usurpation du nom et d'une perte de confiance de la part des consommateurs (entraînant une érosion progressive de la rente). En outre, la conversion vers d'autres variétés de litchi ou vers d'autres cultures (goyave, échalote) fragilise également la filière. Les projets de développement de la production de litchi à Thanh Hà ont permis une bonne structuration de la filière et une organisation des producteurs, grâce au soutien de projets de développement et aux actions des services agricoles, mais cette dynamique territoriale autour du produit reste réservée à un petit groupe de producteurs et peine à s'étendre à l'ensemble de la filière.

Enfin, les produits du **Groupe C**, se trouvaient à un stade relativement récent du PQT au moment où le projet d'IG a débuté. Les cafés de Kintamani et de Buôn Ma Thuôt étaient en cours de qualification depuis quelques années mais leurs réputations comme café de qualité n'étaient pas acquises sur les marchés internationaux (ces deux produits ne bénéficiaient d'aucun premium pour une qualité particulière). Le nom « Buôn Ma Thuôt » était connu mais non associé à une réputation de café de qualité. En revanche, ces deux cas présentaient une dynamique territoriale déjà relativement avancée avant l'IG, avec plusieurs projets de soutien à la filière (conduits par les services agricoles, sur recommandations de centres de recherches nationaux ou locaux et grâce au soutien du gouvernement

provincial), une bonne organisation des producteurs à Kintamani (les *subak abian*), une proximité entre les compagnies achetant le café à Buôn Ma Thuôt (sauf pour la compagnie Trung Nguyen qui est restée en retrait de cette dynamique). Dans ces deux cas, le café était déjà perçu comme le produit phare de la région, il était consommé localement et une promotion du café lors d'événements et de festivités locales.

Nous observons donc que des IG se construisent en Indonésie et au Vietnam pour des produits situés à différents moments du processus de qualification territoriale. Nous verrons dans la sous-partie suivante les premiers effets observés (ou anticipés) en retour de l'IG sur le PQT.

2.1.2. Effets des indications géographiques sur les processus de qualification territoriale

Nous représentons sur la figure 28 les évolutions en cours ou anticipées²⁴⁸, décrites dans le chapitre 6, des PQT après l'enregistrement et le début de la mise en œuvre de l'IG (sous formes de flèches de couleur rouge).

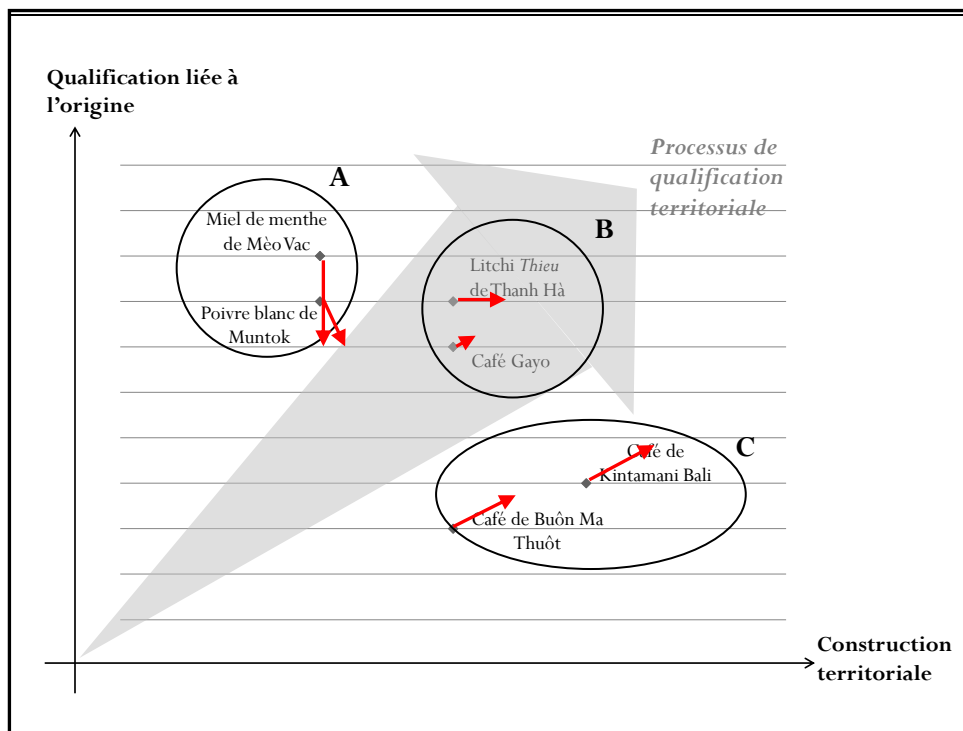


Figure 28 : Effets des IG sur les processus de qualification territoriale

²⁴⁸ Le cas de l'IG sur le miel de menthe de Mèo Vac, enregistrée en 2013 est analysé selon les effets anticipés de l'IG sur le PQT. Pour les autres IG enregistrées depuis cinq à dix ans, la trajectoire du PQT représentée combine les premiers effets observés et les effets anticipés.

Nous pouvons d'ores et déjà observer que les trajectoires des PQT empruntent des chemins variés. Les effets des IG sur ces PQT sont donc différents selon les contextes. Nous analysons maintenant ces évolutions pour chacun des groupes A, B et C identifiés dans la sous-partie précédente.

Les produits du **Groupe A**, le miel de menthe de Mèo Vac et le poivre blanc de Muntok, qui présentaient avant l'IG un stade relativement avancé du PQT illustrent un effet négatif de l'IG sur la qualité liée à l'origine du produit, sans effet notable de renforcement des coordinations territoriales. En effet, la mise en œuvre de l'IG sur ces produits pourrait entraîner une réduction de la typicité du fait de CdC particulièrement modernisateurs comme nous l'avons vu au chapitre 6. De plus, les innovations attendues par le CdC - en vue d'augmenter les volumes et la rentabilité (miel de menthe de Mèo Vac) ou d'orienter les systèmes de production vers un respect de certains standards internationaux environnementaux (poivre blanc de Muntok) – pourraient générer un effet d'exclusion important des producteurs les plus vulnérables qui ne disposent pas du capital nécessaire pour investir dans ces innovations. Enfin, les acteurs porteurs de l'IG localement ne témoignent pas de leur volonté à intégrer plus largement les producteurs et reconnaissent souhaiter se concentrer sur les quelques producteurs pouvant respecter le CdC. Pour ces deux territoires, les services agricoles ont été relativement peu consultés pendant l'établissement du CdC et ne se sentent pas partie prenante de la dynamique d'IG. Ceci compromet leur implication dans la sensibilisation des producteurs au CdC et finalement limite la capacité d'action collective locale autour du produit, de l'IG et de la promotion du nom.

Pour les produits du **Groupe B**, le litchi *Thieu* de Thanh Hà et le café de Gayo, nous observons des trajectoires d'évolution des PQT variables suite à la mise en œuvre de l'IG. Le CdC du litchi est proche des techniques de production actuelles des producteurs et sa mise en œuvre ne modifie pas la qualité liée à l'origine déjà reconnue. Cependant, la dynamique actuelle de l'IG (organisation des producteurs, traçabilité, certification des produits) reste limitée aux groupements de producteurs ayant participé antérieurement au projet DIALOGS sur lequel la dynamique d'IG s'est appuyée en 2005. L'association de l'IG se montre dynamique (diffusion d'informations sur le CdC, contrôle de qualité et traçabilité, promotion), mais ne souhaite pas s'agrandir du fait de débouchés commerciaux encore trop faibles. Pour le café de Gayo, le CdC cherche à renforcer le traitement par voie humide (qui est déjà pratiqué mais pas de manière systématique) et à orienter les pratiques vers une production biologique (ce qui n'est réalisé que par certains producteurs liés aux coopératives certifiées). En ce sens, la mise en œuvre du CdC permet de stimuler le processus de qualification du produit. Mais ce CdC n'est pas encore connu de la majorité des producteurs et la faible participation des services agricoles ne facilite par sa diffusion. La dynamique de l'IG a été largement portée par des agents travaillant dans des ONG et des projets de développement internationaux, et peu de producteurs ont été véritablement associés à la

construction du dispositif institutionnel local. De même, la plupart des exportateurs se trouvant à Medan n'ont pas participé à la construction de l'IG et se déclarent encore peu intéressé par cet outil. Les intérêts des différents acteurs de la filière à utiliser l'IG sont donc très variables, ce qui limite leur capacité d'action collective. Étant donné que la majorité des producteurs ne sont pas encore informés de l'IG et du contenu du CdC, le développement de la voie humide ne peut véritablement être entendu comme un effet de l'IG mais plutôt comme une réponse de la filière à la demande des marchés internationaux du café qui valorisent depuis une dizaine d'années les cafés arabicas transformés par voie humide.

Enfin, les produits appartenant au **Groupe C** (café de Kintamani Bali et café Buôn Ma Thuôt) se distinguent par une stratégie claire de différenciation et de qualification grâce à l'IG. Pour ces deux produits, les acteurs ont pensé la construction de l'IG et du CdC de manière à différencier le produit sur les marchés internationaux et à lui conférer une qualité spécifique (un robusta d'altitude transformé par voie humide à Buôn Ma Thuôt et un arabica voie humide cultivé sous ombrage et associés à des mandariniers à Kintamani). Comme pour le café de Gayo, il est également possible de voir dans le développement de la voie humide dans ces deux régions un effet de la demande des marchés internationaux. Mais ce qui distingue ces deux cafés du cas du café Gayo c'est la dynamique territoriale qui est en train d'émerger autour de ces deux produits. Pour le cas de Kintamani, les producteurs ont été particulièrement associés ; les porteurs de l'IG ont su s'appuyer sur l'organisation villageoise existante pour représenter les producteurs dans les ateliers de construction du CdC et de négociation des règles de production. Depuis l'enregistrement, les services agricoles de Bali continuent de sensibiliser les producteurs sur l'IG, participent à la promotion du produit et à la recherche de nouveaux acheteurs. L'utilisation croissante du nom « Kintamani Bali » et du logo de l'IG - à l'initiative des groupements de producteurs - sur le marché national et d'export, témoigne de la volonté des producteurs à faire connaître le nom et à renforcer la réputation du produit. En outre, la mise en avant du café, de la dénomination et de l'existence de l'IG dans des lieux touristiques de la région illustre la prise de conscience des acteurs. Le cas du café de Buôn Ma Thuôt pourrait poser question du fait de son CdC relativement difficile à interpréter (cf. chapitre 6). Mais les entretiens que nous avons eus avec l'association locale de l'IG et les compagnies qui achètent le café traduisent une intentionnalité commune de ce servir de ce CdC comme d'un outil pour qualifier le café en sélectionnant le café en fonction de l'altitude, en encourageant la récolte de cerises rouges (ce qui est déjà bien développé) et en augmentant la part de café transformée par voie humide. Ces compagnies possèdent des services de formation interne efficaces qui pourront être mis plus largement au service du développement de l'IG dès lors que les premières utilisations du logo pourront être analysées (premières utilisations en 2012).

L'association de l'IG café de Buôn Ma Thuôt nous est apparue comme particulièrement dynamique, grâce à ses interactions fréquentes avec les centres de recherche provinciaux sur le café, les services agricoles et le gouvernement de la province de Dak Lak. Les compagnies membres de cette association se réunissent régulièrement et sont en train de développer une proximité qui n'existait pas avant l'IG. Tous ces acteurs partagent une vision commune du produit, de son potentiel de qualité et des objectifs de production, de promotion et de commercialisation du café.

Ces analyses nous permettent de valider notre première hypothèse. Les IG indonésiennes et vietnamiennes que nous avons étudiées interviennent pour des produits situés à des moments différents des processus de qualification territoriale. De plus, nous observons que, en retour, les IG sont susceptibles d'influencer ces PQT différemment selon le stade de qualification territoriale avec l'IG. Un résultat étonnant est que les produits *a priori* les plus avancés dans ces processus et bénéficiant déjà d'une réputation de qualité liée à l'origine et d'un premium (groupe A) sont en fait ceux pour lesquels l'IG ne vient pas stimuler ce PQT, ni protéger une rente, mais tente plutôt de développer et « moderniser » une nouvelle filière, au travers de CdC innovants. Pour les produits encore peu qualifiés (groupe C), l'IG constitue un outil de qualification du produit, mais aussi de différenciation sur les marchés en constituant un argument commercial pour faire la promotion du produit en se basant sur la qualité liée à l'origine (bien qu'elle soit encore en cours de construction). Enfin, les trajectoires d'évolution des PQT pour les produits du groupe B varient, en fonction des contextes des filières, ce qui nous renvoie à notre seconde hypothèse de travail qui fait l'objet de la sous-partie suivante.

2.2. Importance des contextes économiques des filières et des contextes politico-institutionnels des territoires

Notre seconde hypothèse de travail était fondée sur l'idée que les trajectoires d'évolution des IG sont également conditionnées par le contexte économique des filières et par les configurations politico-institutionnelles particulièrement actives dans les périodes d'émergence des dispositifs d'IG. Ces influences, que l'on pourrait qualifier d'externes aux IG, conditionnent leur évolution, en particulier pour ce qui est de la capacité d'action collective.

2.2.1. Influence du contexte économique des filières

Nous pouvons observer que les cas des IG litchi *Thieu* de Thanh Hà et café de Gayo, pourtant situés dans des phases similaires du PQT avant l'IG empruntent des trajectoires variées, qui peuvent s'expliquer par des contextes de filières différents. En effet, nous avons vu que le groupe *leader* de l'IG à Gayo n'a pas encore réussi à stimuler une participation importante des producteurs à la dynamique de

l'IG, même si les acteurs locaux attribuent les succès économiques des dernières années, notamment la hausse des prix, à l'enregistrement de l'IG. Il semble plus probable que cette hausse des prix soit, comme nous l'avons souligné, un effet du contexte économique actuellement favorable aux cafés d'origine sur le marché international. En revanche, l'association de l'IG litchi *Thieu* de Thanh Hà qui montre un dynamisme certain, ne relève pas cette hausse de prix. Le contexte particulièrement concurrentiel des marchés de litchi au Vietnam, du fait d'importations massives de litchi chinois, peut expliquer cette situation.

Le développement de la voie humide pour les IG café de Kintamani et de Buôn Ma Thuôt est le résultat de plusieurs années d'accompagnement par les services agricoles, soutenus par les gouvernements provinciaux. L'IG intervient comme un projet fédérateur de cette dynamique mais elle ne peut être entendue comme le seul facteur à l'origine de cette orientation vers la qualité. De plus, la stabilisation de ces pratiques depuis quelques années est également une conséquence des marchés internationaux du café depuis les années 2000 qui valorisent ce mode de transformation par rapport au traitement par voie sèche.

À Muntok, nous avons relevé l'influence des attentes des acheteurs sur les marchés internationaux (standards environnementaux) sur le contenu du CdC de l'IG.

Nous pouvons ainsi observer que les contenus des CdC des IG sont influencés par des éléments extérieurs aux systèmes de production et que le succès économique de ces produits après l'enregistrement de l'IG reste largement dépendant des évolutions générales des marchés.

2.2.2. Importance du contexte politico-institutionnel de chaque territoire

Le contexte politico-institutionnel de chaque territoire apparaît également comme un élément fondamental dans l'émergence des dynamiques locales d'IG.

Comme nous l'avons souligné, la DG IPR et le NOIP reconnaissent l'importance de la bonne collaboration des gouvernements locaux pour l'aboutissement des demandes d'enregistrements d'IG. Sans cette volonté politique locale, les démarches d'enregistrement peuvent rester bloquées pendant des années, comme ce fut le cas du café de Toraja en Indonésie.

La participation des différents acteurs du territoire est également très dépendante des contextes politiques et institutionnels. Nous avons pu observer que les acteurs membres des groupes *leaders* des IG étaient fréquemment des figures politiques locales importantes. Par exemple, à Mèo Vac, la coopérative de miel au cœur de la dynamique de l'IG est dirigée par un acteur local politiquement fort, qui est

soutenu par le Comité populaire du district. En comparaison, la seconde coopérative apicole, créée par un producteur moins inséré dans les réseaux politiques locaux a été largement écartée de la dynamique. L'existence de groupements de producteurs reconnus avant l'enregistrement de l'IG facilite la participation des producteurs. Le cas de Kintamani est particulièrement illustratif sur ce point ; en comparaison, la faible structuration organisationnelle des apiculteurs H'Mong à Mèo Vac ou des producteurs de sel à Amed peut expliquer leur mauvaise représentation dans la dynamique locale autour du produit.

Dans le cas de l'IG café de Buôn Ma Thuôt, nous avons souligné la volonté locale forte du gouvernement provincial d'accompagner la filière de production vers une meilleure qualité. L'importance des moyens engagés et le soutien public apporté à l'association de café de Buôn Ma Thuôt influence grandement la dynamique de cette association. Cependant, le choix de la compagnie dominante Trung Nguyen de rester en retrait de la dynamique d'IG permet de relativiser le succès potentiel de l'IG dans les prochaines années.

Nous observons donc que l'initiation des projets d'IG ainsi que les difficultés liées à la participation des différents acteurs et à la diffusion des CdC sont le reflet des configurations politiques et institutionnelles locales. Ainsi, si les IG sont capables de renforcer des proximités existantes, elles peinent à stimuler l'inclusion de producteurs ou d'acteurs encore peu structurés.

Conclusion du chapitre 7

Ce chapitre nous a permis de revenir sur l'engagement des États indonésien et vietnamien dans le développement des IG dans ces deux pays, à la suite des éléments présentés dans le chapitre 5. Cet engagement, qui va au-delà de l'établissement d'un cadre juridique permettant d'enregistrer les dénominations géographiques, apparaît nécessaire dans la construction et la mise en œuvre des IG, compte tenu de la méconnaissance du signe par les acteurs privés. Ces deux États affichent une volonté de former des acteurs publics pour coordonner les évolutions des systèmes nationaux d'IG et d'accompagner les acteurs locaux dans les projets d'enregistrement.

L'apport de ce chapitre se situe dans la double mise en perspective des expériences locales d'IG qui sont analysées en fonction (i) du moment où les IG sont construites par rapport aux processus de qualification territoriale des produits (plus larges que l'IG et impliquant différentes formes d'investissements collectifs) ; et (ii) d'une vision forcément interactive entre la constitution des dispositifs institutionnels associés aux IG et les contextes économiques et politiques dans lesquels ils émergent.

Trois conditions institutionnelles de fonctionnement du modèle économique des IG avaient été présentées à la fin du chapitre 3 : (1) un produit spécifique et un marché pertinent, (2) des coordinations locales, une organisation de producteurs et une action collective et (3) des garanties du bon fonctionnement du système apportées par l'État. Nous pouvons discuter de la première condition, notamment en ce qui concerne la spécificité du produit. En effet, les deux expériences locales d'IG suscitant la plus forte d'adhésion des producteurs et décrites par les acteurs locaux et nationaux comme des IG « réussies » (émergence d'une action collective locale, promotion et renforcement de la réputation, premières exportations portant les logos d'IG) concernent le café de Kintamani Bali et le café de Buôn Ma Thuôt, deux produits pour lesquels la spécificité et la qualité liée à l'origine n'étaient pas particulièrement marquées avant le début de la dynamique locale d'IG. Il ne s'agit pas de dire ici que la spécificité des produits n'est pas un facteur de succès des IG, mais celle-ci n'est sans doute pas une condition strictement *ex-ante*. Cette spécificité reste une construction socio-technique pour des produits présentant des degrés de qualification variables selon l'histoire locale de production. Le processus de construction de l'IG fait entrer de nouveaux jeux d'acteurs dans la gouvernance des systèmes de production, très liés à l'État dans les pays étudiés, et des formes d'actions (et « objets ») innovantes, comme la montré l'analyse de la construction des CdC. Il nous semble ainsi important d'intégrer cette diversité des utilisations des IG observée en Indonésie et au Vietnam. La typicité du produit demeure un facteur de succès, mais ne devrait pas selon nous être entendue comme une condition absolue à tout

enregistrement, ce qui permet de penser les IG comme des outils de développement pouvant accompagner les processus de qualification territoriale pour des produits encore faiblement réputés et différenciés.

L'importance des coordinations et d'une organisation locale pour porter l'IG et stimuler les actions collectives (condition 2) est validée par l'ensemble de nos études de cas. Nous ajoutons que les gouvernements locaux ont un rôle particulier à jouer pour soutenir l'implication de leurs services agricoles, qui apparaissent comme les plus indiqués pour faciliter la négociation entre acteurs aux intérêts et poids économiques variables, notamment pendant la rédaction des CdC. Ces services agricoles sont également les acteurs locaux les plus aptes à assister les associations locales d'IG après les enregistrements. Ces éléments nous invitent à concevoir le processus de construction, d'enregistrement puis de développement de l'IG comme une innovation insérée dans le « système d'innovation agricole » de chaque pays (Touzard et al., 2014).

Le rôle de l'État (condition 3), comme nous l'avons vu, est renforcé par rapport à ce que nous avons présenté dans le modèle des IG. L'intervention publique semble nécessaire au développement des IG en Indonésie et au Vietnam, mais les exemples étudiés montrent que cette intervention doit se faire de manière équilibrée, en favorisant les apprentissages des acteurs publics locaux qui resteront impliqués dans la gestion des IG après l'enregistrement. Cette action publique nationale et locale doit s'efforcer d'associer les producteurs dès les premiers stades des démarches d'IG, afin de favoriser leur appropriation du dispositif et leur participation à la gestion de l'IG. L'émergence et le développement des IG en Indonésie et au Vietnam questionnent donc les modalités de l'action publique dans ces deux pays, les niveaux de décentralisation et les formes de contrôle ou d'incitation vis-à-vis de groupes locaux d'acteurs innovants, engagés dans des marchés de qualités des produits agroalimentaires et des processus de développement territorial.

Conclusion générale

Conclusion

Nous proposons de revenir dans cette conclusion sur les principaux apports et limites de la thèse, ce qui nous permettra d'identifier de nouvelles perspectives de recherche.

Principaux apports de la thèse

Nous avons présenté dans la première partie de la thèse le processus de qualification des produits de terroir pouvant entraîner une réputation de qualité lorsque les caractéristiques typiques sont appréciées et recherchées par les consommateurs. Un premium de qualité, fondé sur la reconnaissance et la valorisation de la typicité du produit, peut alors émerger et se renforcer grâce aux coordinations territoriales autour du produit, pour aboutir à une rente de qualité territoriale. Cette rente demeure fragile et soumise, d'une part, à la confiance des consommateurs dans les informations transmises par les vendeurs, et, d'autre part, à la capacité des acteurs locaux à maintenir la qualité spécifique du produit, à en faire la promotion sur les marchés et à gérer durablement les ressources locales dont elle dépend. La réputation collective du produit que peuvent utiliser l'ensemble des producteurs devient alors une ressource commune reflétant l'interdépendance (et l'histoire partagée) des producteurs.

Afin de gérer cette ressource, d'éviter les usurpations du nom pouvant entraîner une baisse de la typicité du produit et une érosion de la rente, l'indication géographique apparaît comme un dispositif institutionnel permettant aux acteurs de gérer la qualité et l'usage du nom en vue de maintenir la rente. Comme d'autres signes de qualité, le risque de transférer l'incertitude du produit au signe est important ; un engagement de l'État comme garant de la validité des enregistrements d'IG et des informations véhiculées apparaît donc nécessaire au bon fonctionnement de ces systèmes.

Trois pôles de conditions ont été identifiés comme facteurs de succès des IG. Tout d'abord, la spécificité du produit et la pertinence du marché sont pointés comme des facteurs de succès. Nous avons discuté de la spécificité du produit dans le cas des expériences locales d'IG étudiées en Indonésie et au Vietnam en soulignant que cette spécificité, qui reste un élément facilitant le succès des produits IG, peut également être vue comme un objectif dans le cas des produits présentant un degré de qualification et une réputation encore faibles avant l'initiation de la dynamique d'IG – dans ces cas, l'IG contribuant effectivement à stimuler ou renforcer ce processus. Les deux autres pôles de conditions (organisation et coordinations locales ; rôle de l'État) ont été confrontés à nos résultats ce qui nous a permis de relever

l'importance des services agricoles locaux pour la stimulation des coordinations entre acteurs locaux et pour l'accompagnement des associations d'IG après l'enregistrement.

Nos observations montrent un rôle de l'État considérablement élargi par rapport au modèle économique présenté dans la partie 1. Les États indonésien et vietnamien ont en effet compris qu'ils devaient investir largement dans le développement des IG, en assurant un financement des démarches d'enregistrement, un appui aux associations locales et une expertise tout au long de ces projets grâce à des experts nationaux formés. L'analyse des expériences locales d'IG dans ces deux pays nous a conduits à discuter de l'équilibre nécessaire entre une intervention publique indispensable pour stimuler le développement de ces systèmes encore récents et une participation locale des acteurs, notamment des producteurs, qui doivent être plus fortement associés à la construction des IG.

Ce travail montre l'importance de considérer les IG dans leurs contextes économiques, politiques et sociaux, comme des outils de développement construits par les acteurs et non comme des signes de qualité venant résoudre des problèmes économiques pré-identifiés et dont l'utilisation serait de ce fait « automatique », « rationnelle ». Nous avons mis en lumière les liens entre les stades des PQT dans lesquels se trouvent les produits avant l'IG et les objectifs orientant la construction de ces IG. Qu'il existe ou non une réputation de qualité fondée sur des pratiques de production et des savoir-faire spécifiques, les CdC des IG rassemblent des règles de production proches de « bonnes pratiques » et visent à une modernisation des pratiques agricoles. Ainsi, les produits présentant des degrés élevés de qualification par l'origine risquent de perdre en typicité du fait de la mise en œuvre du CdC, alors que les produits initialement peu qualifiés peuvent gagner en homogénéité des pratiques et en spécificité par rapport aux produits concurrents, notamment en bénéficiant d'un élargissement de techniques de production de qualité (comme le traitement par voie humide pour les cafés). Dans tous les cas, l'adhésion des producteurs reste un défi pour les acteurs locaux porteurs de la démarche d'IG. Nous avons alors relevé l'importance d'associer véritablement les producteurs (et non uniquement de les solliciter lors d'ateliers) à la construction des CdC, ainsi que les agents des services agricoles locaux qui peuvent participer à la diffusion du CdC après l'enregistrement.

L'analyse des systèmes d'IG émergents en Indonésie et au Vietnam montre qu'il est nécessaire de considérer de manière combinée les approches d'économie de la qualité et d'économie des territoires pour comprendre les premiers succès et les difficultés de la mise en œuvre concrète de ces outils. Il est possible de construire des CdC relativement stricts, qui pourront être respectés seulement par une petite partie des producteurs (comme c'est le cas pour le miel de menthe de Mèo Vac), mais l'exclusion engendrée pour les producteurs ne pouvant respecter le CdC contraint grandement la dynamique

territoriale pourtant nécessaire à la construction ou au maintien d'une réputation collective. En revanche, des CdC relativement flexibles, comme c'est le cas du café de Buôn Ma Thuôt laissent aux acteurs la possibilité de gérer progressivement la qualité du produit et de construire peu à peu une gouvernance locale du dispositif.

Notre travail soulève donc *in fine* la question de l'organisation de l'action publique, de sa décentralisation et de la place laissée aux acteurs locaux dans le pilotage de ces dispositifs innovants. Les processus émergents d'IG en Indonésie et au Vietnam expriment l'influence forte des régulations nationales et la volonté de construire des IG en cohérence avec les évolutions des politiques agricoles, mais également l'existence de marges de manœuvres disponibles pour l'action locale et variables selon les contextes.

Limites de la thèse

La méthodologie présentée dans le chapitre 4 a été construite en fonction de notre problématique, tout en tenant compte autant que possible des contraintes liées au terrain et aux moyens disponibles pour la recherche. Plusieurs choix méthodologiques ont été opérés tout au long de ce travail dont certains limitent les résultats apportés par la thèse.

La modélisation, ou plus généralement, toute volonté d'abstraction, est une forme de sélection de la réalité. Certains éléments du modèle économique des IG auraient pu être développés, notamment les aspects liés à la consommation et à la coexistence de plusieurs certifications pour certains produits (agriculture biologique, Global GAP, etc.).

Nous souhaitons revenir dans cette conclusion sur le fait, plusieurs fois mentionné dans le chapitre 4, que la comparaison entre l'Indonésie et le Vietnam n'a en aucun cas visé à déterminer « le bon élève » entre ces deux pays récemment engagés dans le développement des IG. Combiner la comparaison et la modélisation peut accroître les risques de construire la comparaison vers la recherche du « meilleur modèle » ou de l'exemple à suivre. Cette thèse ne cherche aucunement à évaluer les systèmes observés sur la base de la meilleure application d'un modèle, d'autant que les observations ont porté sur des dynamiques encore en émergence.

L'enquête en comparaison telle que nous l'avons menée, contrairement à la monographie, ne cherche pas à « épuiser » le terrain mais à en tirer les éléments les plus significatifs au regard de notre question de recherche. Ainsi, nous ne prétendons pas avoir proposé une analyse complète des IG dans ces deux pays. Nous avons travaillé sur certains cas locaux d'IG, choisis afin d'illustrer la diversité des

processus de qualification territoriale et des configurations de construction des IG que nous avons repérés dans ces deux pays.

La sélection des expériences locales d'IG étudiées a induit des limites importantes dans notre travail. Une contrainte certaine de la comparaison est qu'il faut pouvoir comparer. Cette contrainte a influencé le choix des expériences locales que nous avons pu conserver pour le second volet de l'enquête de terrain. Certains produits, filières ou territoires trop difficiles d'accès pour collecter les données nécessaires à la comparaison, ont dû être abandonnés.

Une limite importante de notre dispositif d'enquête est liée aux contraintes de temps, en particulier pour la durée de chaque enquête sur les expériences locales d'IG. Le temps total (repérage et enquête approfondie lors du second passage) consacré à chaque expérience locale a été d'en moyenne trois semaines. Ce temps nous paraît réduit au regard de la variété des catégories d'analyses utilisées. Ceci est d'autant plus limitant compte tenu de la taille étendue de certaines zones de production. Cette durée limitée dans les régions a contraint le nombre et le choix des acteurs enquêtés. Le nombre de producteurs notamment devrait être augmenté.

Les biais linguistiques ainsi que les difficultés de communication (discours officiel des représentants de l'État) ont également constitué des limites pendant l'enquête de terrain. Plusieurs entretiens ont dû être interprétés plusieurs fois, avec l'aide de nos interprètes au Vietnam, afin de réduire les risques de contre-sens.

Le nombre de pays et de cas locaux d'IG étudiées de manière approfondie pourrait être augmenté en vue de renforcer la robustesse des résultats. Nous avons justifié notre choix de l'Indonésie et du Vietnam au sein de l'Asie du Sud-Est, bien que la thèse ne prétende pas à une portée pour l'ensemble de la région. Il est donc difficile de généraliser les résultats de cette thèse au-delà de l'Indonésie et du Vietnam.

Perspectives de recherche

Les perspectives concernent d'une part les recherches sur les IG, d'autre part des recherches sur les politiques agricoles ou les dynamiques de développement territorial qui viennent éclairer nos travaux sur les IG.

Concernant les travaux sur les IG, une perspective de recherche intéressante pour ce travail serait de tester la validité de nos résultats sur d'autres pays, notamment sur des pays extérieurs à l'Asie du Sud-Est. Le choix d'un pays faisant office de contre-exemple au modèle, par exemple un pays dans

lequel le développement des IG se produit sans soutien important de l'État, pourrait enrichir profondément ce travail (une question intéressante serait dans ce cas de voir dans quelle mesure les IG incorporent également un objectif de « modernisation » des pratiques). Par ailleurs, l'intégration d'une enquête de consommation apporterait un éclairage utile sur le potentiel des IG pour le marché national dans les deux pays étudiés, et permettrait d'enrichir les analyses sur la sélection des produits candidats à l'enregistrement en IG et l'inclusion dans les CdC de règles de production visant à répondre à des demandes formulées par les acheteurs sur les marchés internationaux. Un travail plus poussé sur la rente, qui interrogerait l'articulation entre rente de qualité territoriale et rente d'innovation sur le cas des IG en émergence dans les PED, constituerait un prolongement du travail que nous avons proposé. Ces perspectives de recherche permettraient de poursuivre la formalisation théorique du modèle économique des IG présenté dans la première partie de la thèse.

Une mobilisation du calcul économique, pour analyser la rentabilité des IG pour les producteurs mettant en œuvre les CdC et utilisant effectivement la certification pourrait être envisagée (ce calcul n'étant pas effectué dans ce travail du fait de l'émergence trop récente du phénomène). De même, un pas de temps plus important serait nécessaire pour analyser plus finement l'installation d'une gouvernance territoriale pour les dispositifs locaux des IG qui sont encore des outils récents et originaux en Indonésie et au Vietnam.

Concernant les recherches sur les politiques agricoles et rurales ou les dynamiques de développement territorial, une perspective intéressante pourrait s'ouvrir à travers des travaux visant à comparer les modalités et les effets de l'action publique au sein des dynamiques d'IG et celles au sein de projets de soutien à la production agricole plus « conventionnels ». Sur ce point, une analyse des formes d'organisation locale et de décentralisation des décisions politiques dans l'accompagnement des dynamiques permettrait de saisir l'originalité des IG comme outils de développement territorial dans le paysage institutionnel de ces deux pays.

Plus généralement, les apports de cette thèse sur les rôles de l'État (central et local) dans l'émergence et le développement des IG, ainsi que sur les jeux de pouvoir et la participation variable des différents acteurs des territoires dans les dynamiques locales d'IG, invitent à poursuivre l'analyse vers une économie politique des IG qui interrogerait les formes d'action publique et d'action collective dans des contextes nationaux variés.

Bibliographie

- Abdelmalki, L., Dufourt, D., Kirat, T. et Requier-Desjardins, D. (1996). Technologie, institutions et territoires : le territoire comme création collective et ressource institutionnelle. In: B. Pecqueur (ed.) *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan, 177-194.
- Addor, F. et 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*, 5(6), 865-897.
- Afrizal (2013). Oil Palm Plantations, Customary Rights, and Local Protest. In: A. Lucas et C. Warren (eds.), *Land for the People. The State and Agrarian Conflict in Indonesia*. Athens: Ohio University Press, 149-182.
- Agence Française de Développement (ed.) (2011). *Transitions décrétées, transitions vécues. Du global au local : approches méthodologiques, transversales et critiques. Université d'été régionale en sciences sociales « Les Journées de Tam Đáo » (Viêt Nam)*. Hà Nội: TRI THỨC, AFD - Conférences et Séminaires.
- Agrawal, A. (2002). Common resources and institutional sustainability. In: E. Ostrom, T. Dietz, N. Dolsak, P. C. Stern, S. Stonich, et E. Weber (eds.), *The Drama of the Commons*. Washington: National Academies Press, 41-85.
- Agrawal, S. et Barone, M. J. (2005). Emerging Issues for Geographical Indication Branding Strategies. MATRIC Research Paper 05-MRP 9, Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center, 23.
- Akerlof, G. (1970). The Market for "Lemons" : Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Alary, P. et Lafaye de Micheaux, E. (2013). L'économie politique de l'Asie : état des lieux et perspectives de recherche pour l'Asie du Sud-Est. *Revue de la régulation* [en ligne], 13 Page consultée le 05/02/2014, <http://regulation.revues.org/10266>.
- Alary, P., Bazille, D., Bélizal, E. et Berland, S. (2009). *Nourrir les hommes, un dictionnaire*. Paris: Atlande.
- Allaire, G. (2009). Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international. In: Y. Tekelioğlu, H. Ilbert, et S. Tozanli (eds.), *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable dans les pays méditerranéens*. Montpellier: CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes) - Série A : Séminaires Méditerranéens, N° 89, Options Méditerranéennes, 53-65.
- Allaire, G. et Sylvander, B. (1997). Qualité spécifique et innovation territoriale. *Cahiers d'Économie et de Sociologie Rurales*, -(44), 29-59.
- AND International et Commission Européenne (2012). *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)*. European Commission / AND International, N° AGRI-2011-EVAL-04, 85.
- Angsriawan (2011). Laporan bulanan supervisor pengolahan hasil dans pengawalan indikasi geografis kopi Kintamani Bali, tahun 2011. Dinas Perkebunan Propinsi Bali, 12.
- Aoki, M. (2001). *Toward a Comparative Institutional Analysis*. Cambridge, England: The MIT Press.
- Arrègle, J. L. (1996). Analyse Resource Based et identification des actifs stratégiques. *Revue Française de Gestion*, 25-36.
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and the welfare economics of medical care. *The American Economic Review*, 53(5), 941-973.
- Arthur, B. (1989). Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events. *Economic Journal*, 99(3), 116-131.
- Assouly, O. (2004). *Nourritures nostalgiques. Essai sur le mythe du terroir*. Paris: Actes Sud.

- Audier, J. (1998). Génériques et semi-génériques. *Bulletin de l'OIV*, 71(809-810), --- (2003). Indications géographiques : le virus 'générique'. *Propriétés intellectuelles*, -(8), 252. --- (2008). Passé, présent et avenir des appellations d'origine dans le monde : vers la globalisation ? *Bulletin de l'OIV*, 81(929-930-931), 405-435.
- Aydalet, Ph. (1986). *Milieus innovateurs en Europe*. Paris: GREMI.
- Banque Mondiale (1994). *Transmigration in Indonesia*. Département d'Evaluation des Opérations, --- (2002). *World Development Indicators*. Washington, DC,
- Barbier, E. B. (1989). cash Crops, Food Crops, and Sustainability: The Cas of Indonesia. *World Development*, 17(6), 879-895.
- Bardin, L. (2003). *L'analyse de contenu*. Paris: PUF.
- Barham, E. (1997). Social movements for sustainable agriculture in France: a polanyian perspective. *Society and Natural Resources*, 10(3), 239-249. --- (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, - (19), 127-138.
- Barjolle, D. (2006). Appellations d'origine contrôlée, un outil de propriété intellectuelle au service du développement rural ? *III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentation y Territorios"*, Universidad Internacional de Andalucia / SYAL European Research Group / CSIC / Prodar / IIC4, Baeza, 18-21 octobre 2006.
- Barjolle, D. et Sylvander, B. (2002). Some Factors of Success for "Origin Labelled Products" in Agri-Food Supply Chains in Europe : Market, Internal Ressources and Institutions. *Économie et Société*, -(25), 1441-1461.
- Barjolle, D., Boisseaux, S. et Dufour, M. (1998). Le lien au terroir. Bilan des travaux de recherche, Institut d'économie rurale, ETHZ, 33.
- Barjolle, D., Chappuis, J. M. et Dufour, M. (2000). Competitive Position of Some PDO Cheeses on their Own Reference Market: Identification of Key Success Factors. *The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains : spatial, institutional and co-ordination aspects, 67th European Association of Agricultural Economics Seminar*, Università degli Studi di Pama. ESR - Actes et Communications n°17-2 INRA, Le Mans, 28-30 Octobre 1999, 13-33.
- Barjolle, D., Paus, M. et Perret, A. (2009). Impacts of Geographical Indications, Review of Methods and Empirical Evidences *International Association of Agricultural Economists Conference*, Beijing, China, 16-22 Août 2009.
- Barral, S. (2012). Le nouvel esprit du capitalisme agraire. Les formes de l'autonomie ouvrière dans les plantations de palmier à huile en Indonésie. Thèse pour le doctorat de sociologie. Ecole des Hautes Etudes en Science Sociales, 480.
- Barrey, S. et Teil, G. (2011). Faire la preuve de l'"authenticité" du patrimoine alimentaire. *Anthopology of food* [en ligne], (8), Page consultée le 19/12/2014, <http://aof.revues.org/6783#quotation>.
- Becattini, G. (1992). Le District Marshallien : une notion socio-économique. In: G. Benko et A. Lipietz (eds.), *Les régions qui gagnent*. Paris: PUF, 35-55.
- Belletti, G. (2000). Origin labelled products, reputation and heterogeneity of frims. *The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects, INRA Série Actes et Communications, n°17, vol 1*, 67th European Association of Agricultural Economics Seminar, Le Mans, 28-30 octobre 1999, 239-260.
- Belletti, G. et Marescotti, A. (2002). *Link between Origin Labelled Products and rural development*. European Commision, DOLPHINS Project, WP 3 Final Report, 16. --- (2006). *GI social and economic issues*. European Commission, SINER-GI Project, WP2 Report, 54.
- Belletti, G., Marescotti, A. et Scaramuzzi, S. (2002). Paths of rural development based on typical products: a comparison between alternative strategies. *5th IFSA European Symposium, "Farming and Rural Systems Research and Extension. Local Identities and Globalisation"*, Florence, 8-11 avril 2002, 384-395.

- Belletti, G., Brazzini, A. et Marescotti, A. (2014). To use or not to use protected geographical indications? An analysis of firms' strategic behavior in Tuscany. *3rd AIEAA Conference "Feeding the Planet and Greening Agriculture: Challenges and opportunities for the bio-economy"*, Associazione Italiana di Economia Agraria e Applicata, Alghero, Italy, 25-27 juin 2014.
- Belletti, G., Marescotti, A. et Touzard, J. M. (2015). Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies. *World Development* - (In Press - <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X15001138>),
- Belletti, G., Marescotti, A., Paus, M., Reviron, S., Deppeler, A., Stamm, H. et Thévenod-Mottet, E. (2011). *The Effects of Protecting Geographical Indications. Ways and Means of their Evaluation*. Swiss Federal Institute of Intellectual Property, Publication No 7 (07.11), 122.
- Bencardino, F. et Marotta, G. (2000). Slivuppo rurale e produzioni tipiche. *Economia agri-alimentare*, - (237-253),
- Benkahl, A., Boutonnet, J. P. et Fort, F. (2005). Enjeux de la certification d'origine et stratégies d'acteurs : le cas de l'AOC pélarçon. *Économies et Société*, -(27), 877-894.
- Benko, G., Dunford, M. et Lipietz, A. (1996). Les districts industriels revisités. In: B. Pecqueur (ed.) *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan, 119-134.
- Benko, G. et Lipietz, A. (eds.). (1992). *Les régions qui gagent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie industrielle*. Paris: P.U.F.
- Bérard, L. (2011). Du terroir au sens des lieux. In: C. Delfosse (ed.) *La mode du terroir et les produits alimentaires*. Paris: Les Indes Savantes, 41-55.
- Bérard, L. et Marchenay, P. (1995). Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir. *Terrain - Carnets du patrimoine ethnologique*, -(24), 153-164.
- (1998). Terroirs, produits et enracinement. *Pour une anthropologie impliquée. Argumentations face aux extrémismes. L'ARA, Numéro spécial de l'Association Rhône-Alpes d'Anthropologie*, 43(-), 16-17.
- (2006). Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. *International Social Science Journal*, 58(-), 109-116.
- (2007). *Produits de terroir. Comprendre et agir*. Bourg-en-Bresse: CNRS.
- Bérard, L., Beucherie, O., Fauvet, M., Marchenay, P. et Monticelli, C. (2001). Les facteurs historiques, culturels, économiques et environnementaux dans la délimitation des zones IGP. *Ingénieries - E A T*, -(28), 49-63.
- Bérard, L., Hirczak, M., Marchenay, P., Mollard, A. et Pecqueur, B. (2005a). Le panier de biens : une construction patrimoniale et territoriale. L'exemple de la Bresse. *Symposium international PSDR "Territoires et enjeux du développement régional"*, INRA, Lyon, 9-11 mars 2005.
- Bérard, L., Cegarra, M., Djama, M., Louafi, S., Marchenay, P., Roussel, B. et Verdeaux, F. (2005b). *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*. Cirad, Iddri, IFB, Inra.
- Bergeret, P. (1999). La question agricole au Vietnam à l'heure des réformes libérales, 1988-1996. *Tiers-Monde*, 40(158), 421-450.
- Bertrand, N., Gorgeu, Y. et Moquay, P. (2001). Intégration des formes de proximité dans la gouvernance locale. *Les 3e journées de la proximité Nouvelles Croissances et Territoires*, Paris, 13-14 décembre 2001.
- Bertrand, R. (2000). Le Désordre nouveau. *Critique Internationale*, -(8), 28-35.
- Biénabe, E., Kirsten, J. et Bramley, C. (2013). Collective Action Dynamics and Product Reputation. In: C. Bramley, E. Biénabe, et J. Kirsten (eds.), *Developping Geographical Indications in the South*. New York London: Springer, 51-72.
- Bigot, J. (2011). The Elaboration of Geographical Indications in Indonesia and their impact on rural development. Two case studies: Gayo Coffee and Muntok White Pepper (Sumatra). *Mémoire de Master : Sustainable development in developing and transition countries*. Clermont-Ferrand: CERDI, 141.

- Boisard, P. et Letablier, M. T. (1987). Le camambert : normand ou normé. Deux modèles de production dans l'industrie fromagère. *Entreprise et produits. Cahier du Centre d'Etudes de l'Emploi*, - (30), 1-29.
- Boisseau du Rocher, S. (2001). L'ASEAN et les nouvelles règles du jeu. La régionalisme en Asie du Sud-est à l'épreuve de la mondialisation. *Revue internationale de politique comparée*, 8(-), 395-417.
- Boltanski, L. et Thevenot, L. (1991). *De la justification. les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.
- Booth, A. et McCawley, P. (eds.). (1981). *The Indonesian Economy during the Soeharto Era*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Bornarel, F. (2007). La confiance comme instrument d'analyse de l'organisation. *Revue Française de Gestion* [en ligne], 6 (175), Page consultée le 19/11/15, www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2007-6-page-95.htm.
- Boutonnet, J. P., Devautour, H. et Danflous, J. P. (2009). Conditions d'émergence des produits de terroir en zone méditerranéenne française : études de cas en France. In: Y. Tekelioğlu, H. Ilbert, et S. Tozanli (eds.), *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*. Montpellier: CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes) - Série A : Séminaires Méditerranéens, N° 89, Options Méditerranéennes, 185-198.
- Bowen, J. et Petersen, R. (eds.). (1999). *Critical Comparisons in Politics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bowen, S. (2010a). Development from Within ? The Potential for Geographical Indications in the Global South. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 231-252.
- (2010b). Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy. *Rural Sociology*, 75(2), 209-243.
- Bowen, S. et Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(-), 108-119.
- Bowen, S. et De Master, K. (2011). New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice. *Journal of Rural Studies*, 27(-), 73-82.
- Boyer-Paillard, D. (2014). Indications géographiques, appellations d'origine et marques au niveau international : panorama mondial. Vers l'émergence d'une norme commune supérieure "le Territoires des Productions Typiques". *11ème Edition A la découverte du monde du vin*, ICV Conseil Général de l'Hérault, Montpellier SupAgro, Béziers, novembre 2014.
- BP3L (2009). Cahier des Charges de l'IG Poivre Blanc de Muntok - Buku persyaratan Indikasi Geografis Lada Putih Muntok. 37.
- (2011). Socialisasi Sertifikat Indikasi Geografis Lada Putih Muntok (Muntok White Pepper). BP3L, 26.
- Bramley, C. (2012). A review of the socio-economic impact of geographical indications : considerations of the developing world. *Wordwide Symposium on Geographical Indications*, Indecopi, Ministerio de Relaciones Exteriores, et WIPO, Lima, 22-24 juin 2011, 54-72.
- Bramley, C. et Kirsten, J. (2007). Exploring the Economic Rationale for Protecting Geographical Indicators in Agriculture. *Agrekon*, 46(1), 69-93.
- Bramley, C., Biénabe, E. et Kirsten, J. (2009). The economics of geographical indications : towards a conceptual framework for geographical research in developing countries. In: World Intellectual Property Organization (ed.) *The economics of intellectual property. Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition*. Genève: World Intellectual Property Organization, 109-149.
- (eds.). (2013). *Developing Geographical Indications in the South. The Southern African Experience*. London: Springer.
- Bresson, A. (2013). Geographical Indications & territorial development : an analysis of the Code of Practices implications - Two case studies in Indonesia - Sikka tenun ikat and Amed salt.

- Mémoire de Master pour l'obtention du Diplôme Ingénieur Spécialité Systèmes agricoles et agro-alimentaires durables au Sud (SAADS). Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 142.
- Buchanan, J. M. (1965). An Economic Theory of Club. *Economica*, 32(125), 1-14.
- Cadot, Y. (2006). Le lien du vin au terroir : complexité du concept de typicité. *Revue des Oenologues*, - (118), 9-11.
- (2010). Influence de la date de vendange sur les composés phénoliques de la baie de raisin ; conséquences pour la typicité du vin. Thèse de doctorat : Sciences des Procédés - Sciences des Aliments. Montpellier: Centre International d'Études Supérieures en Sciences Agronomiques Montpellier Supagro, 269.
- (2011). Etude du lien au terroir : de la représentation conceptuelle à la représentation perceptuelle. Mise en évidence de l'importance de certains choix techniques. Fiche de Synthèse, INRA / UMT Vinitera, 4.
- Callon, M., Méadel, C. et Rabeharisoa, V. (2000). L'économie des qualités. *Politix*, 13(52), 211-239.
- Camagni, R. (2008). Regional competitiveness: Towards a concept of territorial capital. In: R. Capello, R. Camagni, B. Chizzolini, et U. Fratesi (eds.), *Modelling regional scenarios for the enlarged Europe: European competitiveness and global strategies*. Berlin: Springer, 33-46.
- CAPSA-ESCAP (2013). *Expert Consultation on Strengthening Linkages between Research and Extension to Promote Food and Nutrition Security, 11-12 December 2013, Bangkok, Thailand*. 56.
- Casabianca, F., Sylvander, B., Noël, Y., Béranger, C., Coulon, J. B. et Roncin, F. (2005). Terroir et typicité : deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlées. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. *Symposium International PSDR "Territoires et enjeux du développement régional"*, INRA, Lyon, 9-11 mars 2005.
- Caswell, J. A. et Mojduszka, E. M. (1996). Using Informational Labeling to Influence the Market for Quality in Food Products. *American Journal Of Agricultural Economics*, 78(-), 1248-1253.
- Chamberlin, E. H. (1953a). The product as an economic variable. *Quarterly Journal of Economics*, 67(1), 1-29.
- (1953b). *La théorie de la concurrence monopolistique*. Paris: PUF.
- Chambolle, C. et Giraud-Héraud, E. (2005). Certification of Origin as a Non-Tariff Barrier. *Revue of International Economics*, 13(3), 461-471.
- Chambre d'Agriculture d'Aquitaine (2012). *Inventaire dynamique des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine en Aquitaine*. Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural, 100.
- Chever, T. (2013). Importance économique et diversité des indications géographiques (IG) au sein de l'Union européenne. *Economie et sociétés*, -(11-12), 1881-1893.
- (2015). les indications géographiques (IG) au sein de l'Union européenne (UE) : aspects économiques. *Colloque mondial sur les indications géographiques*, WIPO, Budapest, 21 octobre 2015.
- Cheyns, E. (1998). Identification et construction sociale de la qualité de produits agro-alimentaires. Le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso. Thèse de doctorat en Economie du Développement agricole, agro-alimentaire et rural. Montpellier: Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier, 381.
- Cheyns, E., Bricas, N. et Aka, A. (2004). Attentes de qualité et structuration des filières alimentaires : la segmentation du marché urbain des huiles de palme rouges en Côte d'Ivoire. *Cahiers Agricultures*, 13(1), 135-141.
- Chiffolleau, Y. (2008). Les circuits courts de commercialisation en agriculture : diversité et enjeux pour le développement durable. In: G. Marechal (ed.) *Les circuits courts alimentaires*. Dijon: Educagri Editions, 21-30.
- CIRAD-SAR (1996). Système Agroalimentaires Localisés : organisations, innovations et développement local. Orientations et perspectives issues de la consultation du Cirad " Stratégies de recherche dans le domaine de la sioco-économie de l'alimentation et des industries agroalimentaires ". 134/96, 27.

- Cling, J. P., Razafindrakoto, M. et Roubaud, F. (2013). Is the World Bank compatible with the "Socialist-oriented market economy"? *Revue de la régulation* [en ligne], 13 Page consultée le 17/10/2014, <http://regulation.revues.org/10081>.
- Colletis-Wahl, K., Copataux, J., Crevoisier, O., Kebir, L., Pecqueur, B. et Peyrache-Gadeau, V. (2008). The territorial economy: a general approach in order to understand and deal with globalization. In: M. J. Aranguren Querejeta, C. Iturrioz Landart, et J. Wilson (eds.), *Networks, Governance and Economic Development: Bridging Disciplinary Frontiers*. Northampton: Edward Elgar Publishing Limited, 21-29.
- Colletis, G. et Pecqueur, B. (2005). Révélation de ressources spécifiques et coordination située. *Economie et Institutions*, -(6 et 7), 51-74.
- Colonna, P., Fournier, S. et Touzard, J. -M. (2013). Food systems. In: C. Esnouf, M. Russel, et N. Bricas (eds.), *Food System Sustainability - Insights from duALLne*. Cambridge University Press, 69-100.
- Comité de la Sécurité Alimentaire Mondiale (2012). *S'entendre sur la terminologie* 39^{ème} session, Rome, 15-20 octobre 2012, 17.
- Coombe, R. J., Ives, S. et Huizenga, D. (2014). Geographical Indications: The Promise, Perils and Politics of Protecting Place-Based Products. In: M. David et D. Halbert (eds.), *The SAGE Handbook of Intellectual Property*. London: SAGE Publications Ltd, 207-223.
- Cornes, R. et Sandler, T. (1996). *The Theory of externalities, public goods, and club goods*. Cambridge University Press.
- Courlet, C. (2001). *Territoires et régions, les grands oubliés du développement économique*. Paris: L'Harmattan.
- (2002). Les Systèmes Productifs Localisés. Un bilan de la littérature. *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, -(33), 27-40.
- Cox, M., Arnold, G. et S., Villamayor-Tomas (2010). A review of design principles for community-based natural resource management. *Ecology and Society* [en ligne], 15 (4), Page consultée le 5/12/2014, <http://www.ecologyandsociety.org/vol15/iss4/art38/>.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: Sage Pub.
- Dao, D. H. (2011). Institutions de gestion de la qualité : action collective et apprentissage organisationnel. le cas de l'Indication Géographique (IG) "Nuoc mam de Phu Quôc" au Vietnam. Mémoire de Master 2 recherche Essor : Développement des territoires ruraux. Toulouse: Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Toulouse, Université de Toulouse le Mirail et Ecole Nationale de Formation Agronomique, 95.
- Dao, T. A., Truong, T. M., Vu, V. Q. et Pham, T. H. (2007). Building and protecting Thanh Ha lychee's status of Protected Geographical Indication by upgrading the value chain.
- Dao, T. A., Vu, T. B., Dao, D. H., Bui, V. M. et Sautier, D. (2009). Models of establishment of geographical indications for agricultural products in Vietnam: facts, difficulties and prospects. *XXVII IAAE Conferenxce "Geographical Indications in the landscape of global agriculture"*, IAAE, Beijing, 16-22 août 2009.
- Darby, M. et Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. *Journal of Law and Economics*, 16(-), 67-88.
- Das, K. (2010). Geographical Indications at the WTO: An Unfinished Agenda. Discussion Paper, N° 162, Research and Information System for Developing Countries, 82.
- De Koninck, R. (2004). Les agricultures du Sud-Est asiatique : interrogations sur l'avenir d'un nouveau modèle de développement. *L'Espace Géographique*, -(4), 301-310.
- de Sainte Marie, C. et Bérard, L. (2005). Comment les savoirs locaux sont-ils pris en compte dans l'AOC ? In: L. Bérard, M. Cegarra, M. Djama, S. Louafi, P. Marchenay, B. Roussel, et F. Verdeaux (eds.), *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*. Cirad, Iddri, IFB, Inra, 183-189.

- De Verdalle, L., Vigour, C. et Le Blanc, T. (2012). S'inscrire dans une démarche comparative. Enjeux et controverses. *Terrains et Travaux*, -(21), 5-21.
- Dedeire, M. (1997). Le concept d'agriculture du terroir. Thèse de doctorat en Sciences Economiques. Montpellier: Université de Montpellier 1, 474.
- (2011). Services environnementaux et produits d'origine géographique. Montpellier, France, Document de travail SERENA n°2011-03,
- Deffontaines, J. P. (2005). Le terroir, une notion polysémique. In: L. Bérard, M. Cegarra, M. Djama, S. Louafi, P. Marchenay, B. Roussel, et F. Verdeaux (eds.), *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*. Cirad, Iddri, IFB, Inra, 38-43.
- Dekhili, S. et Akli Achabou, M. (2011). La course des entreprises vers la certification environnementale : quelles conséquences sur la crédibilité des écolabels et la confiance des consommateurs ? *Management & Avenir*, 1(41), 294-310.
- Delfosse, C. (ed.) (2011). *La mode du terroir et les produits alimentaires*. Paris: Les Indes Savantes.
- Deloire, A., Prevost, P. et Kelly, M. (2008a). Le concept de terroir est-il quantifiable à travers une approche agro-socio-économique ? *Revue Française d'Oenologie*, 231(-), 5-11.
- Deloire, A., Prévost, P. et Kelly, M. (2008b). Unravelling the terroir mystique - an agro-socio-economic perspective. *CAB Reviews: Perspectives in Agriculture, Veterinary Science, Nutrition and Natural Resources*, -(032), 3-9.
- Deselnicu, O, Costanigro, M., Monteiro, D. et McFadden, D. T. (2011). What Determines the Success of a Geographical Indication? A Price-based Meta-Analysis for GIs In Food Products. *AAEA & NAREA Joint Annual Meeting*, Agricultural & Applied Economics Association / Northeast Agricultural and Resource Economics Association, Pittsburg, 24-26 juillet 2011.
- Desquilbet, M. et Monier-Dilhan, S. (2012). Are geographical indications a worthy quality label? A framework nwith endogenous quality choice. Working Paper, No : 11-236, Toulouse School of Economics, 38.
- Di Méo, G. (1998). *Géographie sociale et territoires*. Paris: Nathan Université.
- Dietz, T., Ostrom, E. et Stern, P. (2003). The Struggle to Govern the Commons. *Nature*, 302(5652), 1907-1912.
- Dogan, M. et Pélassy, D. (1982). *Sociologie politique comparative : problèmes et perspectives*. Paris: Economica.
- Doganova, L. (2015). Que vaut une molécule ? Formation de la valeur dans les projets de développement de nouveaux médicaments. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 9(1), 17-38.
- Domeirer-Feire, A. et Maurer, J. L. (2002). Le dilemme de la décentralisation en Indonésie. *Archipel*, 64(-), 255-287.
- Dung Cao, X. et Tran, T. D. (2005). Transition et ouverture économique au Vietnam : une différenciation sectorielle. *Economie Internationale*, 4(104), 27-43.
- Dupuy, C. et Torre, A. (1998). Liens de Proximité et Relations de Confiance : le cas de regroupements localisés de producteurs dans le domaine de l'alimentaire. In: M. Bellet, Th. Kirat, et C. Largeron-Leteno (eds.), *Proximités : approches multiformes*. Paris: Hermès, 175-192.
- Durand, C. (2009). Les Indications Géographiques, des outils de développement territorial ? Quatre études de cas en Indonésie. Mémoire pour l'obtention du Diplôme d'Ingénieur de spécialisation en agronomie tropicale. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 157.
- Durand, C., Fournier, S. et Thévenod-Mottet, E. (2013). Effects of geographical indication registration and activation. Thoughts on the Indonesian situation. *XXVth ESRS Congress "Rural resilience and vulnerability: The rural as locus of solidarity and conflict in time of crisis"*, European Society of Rural Sociology / Università Degli Studi Firenze, Florence, 29 juillet – 1 Août 2013, 321-322.
- Edwards, D. P. et Laurance, S. G. (2012). Green labelling, sustainability and the expansion of tropical agriculture: Critical issues for certification schemes. *Biological Conservation*, 151(-), 60-64.
- Eggan, F. R. (1966). Social Anthropology and the Method of Controlled Comparison, in F. W. Moore (ed.), *Readings in Cross-Cultural Methodology* (New Haven: HRAF Press) p.

- El Benni, N. et Reviron, S. (2009). Geographical Indications : review of seven case-studies world wide. Working Paper, No 2009/15, nccr trade regulation, Swiss national centre of competence in research, 78.
- ESCAP (2009). *Sustainable Agriculture and Food Security in Asia and the Pacific*. 123.
- Espósito-Fava, A. (2010). Territorialisations et action agricole : quelles ressources et dispositifs pour quelles gouvernances ? Une analyse à partir des cas du Parc Naturel Régional du Marais du Cotentin et du Bessin, de Métropole Savoie et de Rovaltain. Thèse de doctorat en Géographie. Grenoble: Université de Grenoble, Institut de Géographie Alpine, 408.
- Evans, G. E. et Blakeney, M. (2006). The protection of Geographical Indications after Doha: Quo Vadis. *Journal of International Economic Law*, 9(3), 575-614.
- Eymard-Duvernay, F. (1989). Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue économique*, 40(2), 329-360.
- (1993). La négociation de la qualité. *Économie rurale*, -(217), 12-17.
- Faguet, J. P. (2014). Decentralization and Governance. *World Development*, 53(-), 2-13.
- Fane, G. et Warr, P. (2008). Agricultural protection in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 44(1), 133-150.
- FAO, IFAD et WFP (2014). *The State of Food Insecurity in the World 2014. Strengthening the enabling environment for food security and nutrition*. Rome, FAO, 53.
- Fernandez Barcala, M., Gonzalez-Diaz, M. et Raynaud, E. (2013). European Geographical Indications: more than just a brand name. *JRSS 2013*, Société française d'économie rurale, Angers, 12-13 décembre 2013.
- Fforde, A. (1990). Major Policy Changes and Socio-Economic developments in Viet Nam since mid 1988. In: P. Ronnas et O. Sjoberg (eds.), *Doi Moi: economic reforms and development policies in Viet Nam*,. Stockholm: SIDA, 7-29.
- (2003). *Decentralization in Vietnam—Working Effectively at Provincial and Local Government Level. A Comparative Analysis of Long An and Quang Ngai Provinces*. Report prepared for the Australian Agency of International Development. Hanoi: Ausaid,
- Filippi, M. et Triboulet, P. (2006). Coordination des acteurs et valorisation de produits liés à l'origine. Les signes d'identification comme signes d'exclusion ? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 1(-), 103-129.
- Filser, M. (1996). Vers une consommation plus affective ? *Revue Française de Gestion*, -(110), 90-99.
- Fischer, U., Roth, D. et Christmann, M. (1999). The impact of geographic origin, vintage and wine estate on sensory properties of *Vitis vinifera* cv. Riesling wines. *Food Quality and Preference*, - (10), 281-288.
- Forest, A. (2004). De l'Asie du Sud-Est et du comparatisme. In: S. Doyet (ed.) *Réfléchir l'Asie du Sud-Est. Essai d'épistémologie*. Paris: Les Indes Savantes, 123-140.
- Fort, F. et Rastoin, J. L. (2009). Marchés agroalimentaires, choix du consommateur et stratégies d'entreprises fondées sur le territoire : le modèle européen des indications géographiques. In: Y. Tekelioğlu, H. Ilbert, et S. Tozanli (eds.), *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*. Montpellier: CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes) - Série A : Séminaires Méditerranéens, N° 89, Options Méditerranéennes, 93-119.
- Fortunel, F. (1998). la caféiculture et l'organisation des exploitations familiales des plateaux du Centre Viêt Nam, le cas de la province de Dak Lak. Mémoire de maîtrise. Université de Toulouse 2, 126.
- (2003). L'Etat, les paysanneries et les cultures commerciales pérennes dans les plateaux du centre du Viêt Nam. Thèse de Doctorat - Etudes rurales mention géographie. Toulouse: Université de Toulouse II - Ecole doctorale temps Espaces Sociétés Cultures, 519.
- Fouilleux, E. et Loconto, A. (2012). L'Alliance ISEAL, ambassadeur des standards volontaires. Emergence et affirmation d'un acteur politique transnational privé. In: P. Alphanéry, M.

- Djama, A. Fortier, et E. Fouilleux (eds.), *Normaliser au nom du développement durable*. Versailles: Quae - Collection UpDate Sciences Technologies, 41-61.
- Fournier, S. (2002). Dynamiques de réseaux, processus d'innovation et construction de territoires dans la production agroalimentaire artisanale. Etudes de cas autour de la transformation du Gari de manioc et de l'huile de palme au Bénin. Thèse de doctorat en Economie. St-Quentin-en-Yvelines: Université de Versailles, 546.
- (2008). Les Indications géographiques : une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés ? *Cahiers Agricultures*, 17(6), 547-551.
- Fournier, S. et Durand, C. (2012). Le développement des Indications Géographiques en Indonésie et au Vietnam : un nouveau modèle et ses multiples dilemmes. *6èmes Journées de Recherches en Sciences Sociales*, INRA / SFER / CIRAD, Toulouse, 13 et 14 décembre 2012.
- Fournier, S. et Touzard, J. -M. (2014). La complexité des systèmes alimentaires : un atout pour la sécurité alimentaire ? *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement* [en ligne], 14 (1), Page consultée le 10/06/2014, <http://vertigo.revues.org/14840>.
- Fournier, S., Mawardi, S. et Septiono, S. (2012). *Study on the Potential of GIs and selection of 4 specific products for support*. ISIP Project, Objective 7. IPI / Montpellier Supagro / ICCRI / DG IPR, 72.
- Fournier, S., Marie-Vivien, D., Sallée, B. et Sautier, D. (2006). *Country Report : Indonesia*. European Commission, Siner-GI Project, Task1-WP2. GI social and economic issues, 14.
- Fournier, S., Verdeaux, F., Avril, M. et Durand, C. (2009). Le développement des indications géographiques au sud : attentes des acteurs locaux et fonctions jouées. Etudes de cas en Indonésie et en Ethiopie. *Colloque international "Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Suds ?"*, Unesco IRD, MNHN, CIRAD, Paris, 9-11 juin 2009.
- François, M., Seyrevath, P. et Brun, J. M. (2009). Indications géographiques au Cambodge. Protéger les marques de territoire au profit des producteurs ruraux. *Autrepart*, 2(50), 75-91.
- Frankel, S. (2011). The mismatch of geographical indications and innovative traditional knowledge. *Prometheus: Critical Studies in Innovation*, 29(3), 253-267.
- Frayssignes, J. (2009). *L'impact économique et territorial des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine. Aspects comptables, évaluation de l'importance économique et synergies entre activités*. Conseil Régional Midi-Pyrénées / Institut Régional de la Qualité Alimentaire Midi-Pyrénées, 102.
- Friedberg, S. et Goldstein, L. (2010). Alternative food in the global south: Reflections on a direct marketing initiative in Kenya. *Journal of Rural Studies*, XXX(-), 1-11.
- Fritzen, S. A. (2006). Probing system limits: decentralization and local political accountability in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, 28(1), 1-23.
- Fudenberg, D. et Maskin, E. (1986). The folk theorem in repeated games with discounting or with incomplete information. *Econometrica*, 54(3), 389-403.
- Galtier, F., Belletti, G. et Marescotti, A. (2008). Are Geographical Indications a way to "decommodify" the coffee market? *XIIIth EAAE Congress "People, Food and Environments: Global Trends and European Strategies"*, European Association of Agricultural Economists, Ghent, 26-29 Août 2008.
- (2013). Factors Constraining Building Effective and Fair Geographical Indications for Coffee: Insights from a Dominican Case Study. *Development Policy Review*, 31(5), 597-615.
- Garcia, P. O. (2011). Comparer l'adaptation au changement climatique : du problème au choix des terrains et vice-versa. PACTE / LETTS / EPFL, 9.
- Gergaud, O. et Vignes, A. (2000). Emergence et dynamique du phénomène de réputation - le vin de Champagne : entre savoir-faire et faire savoir. *Revue d'économie industrielle*, 91(-), 55-74.
- Gergaud, O., Livat, F. et Warzynski, F. (2012). Collective Reputation Effects: An Empirical Appraisal. [en ligne], Page consultée le 09/02/2015, <http://ssrn.com/abstract=1708464>.
- Geuze, M. (2009). The Provisions on Geographical Indications in the TRIPS Agreement. *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 10(1), 50-64.

- Ghorra-Gobin, C. (1998). La démarche comparative en sciences sociales Esquisse pour un débat sur la méthode et les objectifs à partir de trois projets MOST menés au sein d'un réseau international de chercheurs. Note de synthèse, 16.
- Ghuman, B. S. et Singh, R. (2013). Decentralization and delivery of public services in Asia. *Policy and Society*, 32(-), 7-21.
- Gilly, J. P. et Perret, A. (2003). La dynamique institutionnelle des territoires : entre gouvernance locale et régulation globale. Cahiers du GRES, Groupement de Recherches Economiques et Sociales, 15.
- Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B. et Yeung, M. T. (2009). *Guide des IG : faire le lien entre les produits et leurs origines*. Centre du Commerce International, 221.
- Glaser, B. G. et Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Hawthorne, NY: Aldine Press.
- Goodman, D. (2003). The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19(-), 1-7.
- Goulet, F. et Le Velly, R. (2013). Comment vendre un bien incertain ? Activités de détachement d'attachement d'une firme d'agrofourmiture. *Sociologie du travail*, 55(3), 369-386.
- Grenier, C. et Josserand, E. (2014). Recherches sur le contenu et recherches sur le processus (4ème édition). In: R. A. Thiétart (ed.) *Méthodes de recherche en management*. Paris: Dunod, 129-165.
- Gumuchian, H. et Pecqueur, B. (2007). *La ressource territoriale*. Paris: Economica.
- Gumuchian, H., Grasset, E., Lajarge, R. et Roux, E. (2003). *Les acteurs, ces oubliés du territoire*. Paris: Economica (Anthropos).
- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. *Science*, 162(-), 1243-1248.
- Hassenteufel, P. (2005). De la comparaison internationale à la comparaison transnationale. Les déplacements de la construction d'objets comparatifs en matières de politiques publiques. *Revue française de science politique*, 55(1), 113-132.
- Hendiadi, A. et Alihamsyah, T. (2007). Sustainable Agriculture Development in Indonesia: Problems and Policies. *The third sessions of the Governing Council and the Technical Committee of APCAEM The UN Asian and Pacific centre for Agricultural Engineering and Machinery*, Beijing, China, 20-23 Novembre 2007.
- Hervieux, B. (1993). *Les Champs du futur*. Paris: François Bourin.
- Hickson, D. J., Butler, R. J. et Cray, D. (1986). *Top decisions : strategic decision-making in organization*. Oxford: Blackwell.
- Higgins, V., Dibden, J. et Cocklin, C. (2008). Building alternative agri-food networks: Certification, embeddedness and agri-environmental governance. *Journal of Rural Studies*, 24(-), 15-27.
- Hirczak, M. (2007). La co-construction de la qualité agroalimentaire et environnementale dans les stratégies de développement territorial. Une analyse à partir des produits de la région Rhône-Alpes. Thèse de doctorat de Géographie. Grenoble: Université Joseph Fourier - Grenoble I, Institut de Géographie Alpine, 355.
- Hirczak, M., Moalla, M., Mollard, A., Pecqueur, B., Rambonilaza, M. et Vollet, D. (2008a). From the model of « basket of goods » to a more general model of territorialized complex goods: concepts, analysis grid and questions. *The Canadian journal of regional science*, 31(2), 241-259.
- (2008b). Le modèle du panier de biens. Grille d'analyse et observations de terrain. *Économie rurale*, - (308), 55-70.
- Hughes, J. (2003). The Spirited Debate Over Geographic Indications. *Law Review*, XX(X), 1-101.
- (2006). Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications. *Hastings Law Journal*, 58(-), 299-386.
- (2009). *Coffee and chocolate – can we help developing country farmers through geographical indications?* International Intellectual Property Institute, 152.
- Hung, B. N. et Nguyen, D. T. (2002). Le développement de l'agriculture vietnamienne au cours des 15 dernières années. *VertigO* [en ligne], 3 (2), Page consultée le 29/12/2010, <http://vertigo.revues.org/3738>.

- Huynh Viet, K. et Mitsuyasu, Y. (2015). Consumer preferences for agricultural products considering the value of biodiversity conservation in the Mekong Delta, Vietnam. *Journal for Nature Conservation*, 25(-), 62-71.
- Insight Consulting (2004). *Geographical indications and TRIPs : 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection on other WTO Members*. European Commission / O'Connor and Company / Insight Consulting, 454.
- Irawati, A. F. et Issukindarsyah, A. (2009). Pengkajian budidaya lada Bangka Belitung. *BPTP Buletin*, 12(1-10).
- Jeanguyot, M., Séguier-Guis, M. et Duris, D. (2003). *Terres de café*. Paris: Cirad-Magellan & Cie.
- Jena, P. R. et Grote, U. (2010). Does Geographical Indications (GI) Reduce Vulnerability to Poverty? A case Study of Basmati Rice from Northern India. *Advancing Sustainability in a Time of Crisis, International Society for Ecological Economics Conference*, Oldenburg, Bremen,
- Josling, T. (2006). The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict. *Journal of Agricultural Economics*, 57(3), 337-363.
- Jouen, D. (2013). Production systems and supply chains analysis to implement Geographical Indications in Indonesia. Two cases study : The “milkfish of Sidoarjo” and the “mandarin of SoE”. Mémoire de Master pour l'obtention du Grade d'Ingénieur des Systèmes agricoles et du secteur agroalimentaire dans les pays du Sud. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 113.
- Kalinda, F. X. (2010). La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement. Thèse de doctorat en Droit. Strasbourg: Université de Strasbourg, 450.
- Kaplinski, R. et Fitter, R. (2004). Technology and Globalisation: Who Gains when Commodities are De-Commodified? *International Journal of Technology and Globalization*, 1(1), 5-28.
- Karpik, L. (1989). L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*, 30(2), 187-210.
- (2007). *L'économie des singularités*. Lonrai: Gallimard - NRF, Bibliothèque des Sciences Humaines.
- Kebir, L. (2006). Ressource et développement régional, quels enjeux ? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5(-), 701-723.
- Kireeva, I. et O'Connor, B. (2010). Geographical Indications and the TRIPS Agreement: What Protection is Provided to Geographical Indications in WTO Members ? *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 275-303.
- Klein, B. et Leffler, K. B. (1981). The Role of Market Forces in Assuring Contractual Performance. *Journal of Political Economy*, 89(41), 615-641.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Kreps, D., Milgrom, P., Roberts, J. et Wilson, R. (1982). Rational cooperation in the finitely repeated prisoner's dilemma. *Journal of Economic Theory*, 27(2), 245-252.
- Kurniawati, I. A. (2008). The product specification and delimitation of area : some experiences in Indonesia. Présenté au "Geographical Indication Training : a way forward for local development". Présentation pour le “Geographical Indication Training: A way forward for local development”, 11- 23 May 2008, Montpellier, France, Directorate of Trademark of Indonesia, 10.
- Labussière, O. et Aldhuy, J. (2012). Le terrain ? C'est ce qui résiste. Réflexion sur la portée cognitive de l'expérience sensible en géographie. *Annales de géographie*, 5(687-688), 583-599.
- Lacour, C. (1996). La tectonique des territoires : d'une métaphore à une théorisation. In: B. Pecqueur (ed.) *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan, 25-48.
- Ladwein, R. (1998). Le jugement de typicalité et le choix de la marque : le rôle de l'incertitude. *XIVème Congrès de l'AFM*, Bordeaux, Mai 1998, 519-536.
- Laerne van Delden, L. (1885). *Verslag over de Koffiecultuur in Amerika, Azie en Afrika*. Minister van Kolonien Nederland Indie. Gravenhage: Martinus Nijhoff.
- Lahire, B. (2005). *L'esprit sociologique*. Paris: La Découverte, coll. "Textes à l'appui".

- Lajarge, R. (2000). Territorialités intentionnelles. Des projets à la création de Parc Naturels Régionaux (Monts d'Ardèche et Chartreuse). Thèse: Géographie. Grenoble: Université Joseph Fourier, 663.
- Lamani, O., Ilbert, H. et Khadari, B. (2015). Stratégies de différenciation par l'origine des huiles d'olive en Méditerranée. *Cahiers Agricultures*, 24(3), 145-150.
- Lamara, H. (2009). Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales. *Développement durable et territoires* [en ligne], Varia Page consultée le 16/11/2011, <http://developpementdurable.revues.org/8208>.
- Lancaster, K. (1966). A New Approach to Consumer Theory. *The Journal of Political Economy*, 74(2), 132-157.
- Landon, S. et Smith, C. E. (1998). Quality Expectations, Reputation, and Price. *Southern Economic Journal*, 64(3), 628-647.
- Langley, A., Mintzberg, H., Pitcher, P., Posada, E. et Saint-Macary, J. (1995). Opening up decision making: The view from the black tool. *Organization Science*, 6(-), 260-279.
- Larson Guerra, J. (2004). Geographical Indications and biodiversity: bridges joining distant territories. *Bridges*, 8(2), 17-18.
- (2007). *Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources*. Global Facilitation Unit for Underutilized Species, 95.
- (2010). *Geographical Indications, in Situ Conservation and Traditional Knowledge*. ICTSD Policy Brief N°3, 15.
- Larue, D. (2007). Quelles sont les conditions à la mise en place d'une Indication Géographique ? Cas du café Arabica de Kintamani (Indonésie). Mémoire de Master. Cergy-Pontoise: ISTOM (Ecole d'Ingénieur d'agro-développement International), 66.
- Lazega, E. (1992). Analyse de réseaux d'une organisation collégiale : les avocats d'affaires. *Revue française de sociologie*, 33(4), 559-589.
- Le Goffic, C. (2010). La protection des indications géographiques en France, dans la communauté européenne et aux Etats-Unis. Thèse de doctorat en Droit. Paris: Université Panthéon-Assas (Paris III), 566.
- Le Velly, R., Goulet, F. et Mallard, A. (2015). Les connaissances dans le marché. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 9(1), 1-16.
- LeCompte, M. D. et Preissle, J. (1993). *Ethnography and Qualitative Design in Educational Research*. San Diego: Academic Press.
- Leloup, F., Moyart, L. et Pecqueur, B. (2005). La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ? *Géographie, Économie, Société*, 7(4), 321-332.
- Lendaro, A. (2012). Revisiter l'analyse sociétale aujourd'hui, Comparer la construction et les usages sociaux des catégories de l'immigration. *Terrains et Travaux*, 2(21), 109-124.
- Letablier, M. T. et Delfosse, C. (1995). Génèse d'une convention de qualité. Cas des appellations d'origine fromagères. In: G. Allaire et R. Boyer (eds.), *La grande transformation de l'agriculture*. 1995: Inra Editions - Economica, 97-118.
- Levang, P. (1997). *La terre d'en face. La transmigration en Indonésie*. ORSTOM Editions, A travers champs.
- Lewin, B., Giovannucci, D. et Varangis, P. (2004). Coffe Markest. New Paradigms in Global Supply and Demand. Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3, The World Bank, 150.
- Lima, L. (2004). Prendre en compte la mise en oeuvre de l'action publique dans la comparaison. *Revue Internationale de politique comparée*, -(3), 435-455.
- Loranzini, E. (2010). Origin labelled products, territorial marks and their contribution to rural development. Evidence from Italy and France. Working Paper, No 649, Società italiana di economia pubblica, Università di Pavia, 19.
- Louargant, S. (2003). L'approche de Genre pour relire le territoire. Thèse de doctorat en Géographie. Grenoble: Université Joseph Fourier - Grenoble I / Institut de Géographie Alpine, Laboratoire PACTE-Territoires UMR 5194, 422.

- Lupton, S. (2002). Incertitude sur la qualité et économie des biens controversés. Le marché d'épandage des boues de stations d'épuration urbaines. Thèse de doctorat : Economie de l'environnement et des ressources naturelles. Paris: Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 271.
- Marchesnay, M. (2006). Galbraith : d'un institutionnalisme à l'autre ? *Innovations*, 1(23), 31-48.
- Marescotti, A. (2003). Typical products and rural development : Who benefits from PDO/PGI recognition ? *83rd EAAE Seminar "Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy"*, European Association of Agricultural Economists, Chania, 4-7 septembre 2003.
- Margolin, J. L. (2001). Indonésie 1965 : un massacre oublié. *Revue Internationale de Politique Comparée*, 8(1), 59-92.
- Marie-Vivien, D. (2010a). The Role of the State in the Protection of Geographical Indications: From Disengagement in France/Europe to Significant Involvement in India. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 121-147.
- (2010b). Le droit des indications géographiques en Inde. Un pays de l'ancien monde face aux droits français, communautaire et international. Thèse de doctorat en Droit et Sciences Sociales. Paris: Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 612.
- (2013). La protection de l'indication géographique de produits industriels et artisanaux : le choix d'un régime juridique spécifique en question. *Contrats Concurrence Consommation* [en ligne], (12), Page consultée le 03/03/2014, <http://www.lexisnexis.com/fr/droit/auth/bridge.do?rand=0.057187381177139285>.
- (2014). The protection of Geographical Indications in Vietnam: Opportunities and Challenges. *Making Geographical Indications work for Rural Communities in selected Asian Countries*, UNCTAD, Phnom Penh, Cambodge, 11-12 décembre 2014.
- Marie-Vivien, D. et Chabrol, D. (2014). *Geographical Indications, Biodiversity and Poor Communities: The opportunity of geographical indications to provide protection of traditional indigenous biodiversity products and benefits to poor agricultural communities. A Desk Study on six target countries: Cambodia, Laos, Indonesia, Vietnam, Ethiopia, Mauritania*. CIRAD, commissioned by UNCTAD and CFF, 80.
- Marsden, T., Banks, J. et Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Rôle in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438.
- Marsh, A. (2005). A Review of the Aceh Coffee Industry. ERTR Livelihood Component, PNUD, 31.
- Maurer, J. L. (1985). La mutation de l'agriculture indonésienne. *Études rurales*, -(99-100), 87-113.
- (1993). L'Ordre nouveau et le monde rural indonésien. *Archipel*, 46(-), 131-152.
- Mawardi, S. (2005). Geographical Indication Application in Indonesia : Opportunities and Challenges. *Seminar on Geographical Indications : A land of opportunities*, European Commission, Hanoi, 15-16 novembre 2005.
- (2008). Evaluation of variety cupping profile of arabica coffee grown at different altitudes and processing methods in Gayo highland of Aceh (Sumatra). *22nd International Conference on Coffee Science*, ASIC, Campina, SP, Brésil, 14-19 septembre 2008, 372-376.
- (2009). Establishment of geographical indication protection system in Indonesia, case in coffee. *Worldwide Symposium on Geographical Indications*, WIPO / Patent Office of the Republic of Bulgaria, Sofia, 10-12 juin 2009.
- McCarthy, J. F. (2004). Changing to gray: decentralization and the emergence of volatile socio-legal configurations in central Kalimantan, Indonesia. *World Development*, 32(-), 1199-1223.
- Mears, L. A. (1984). Rice And Food Self-Sufficiency in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 20(2), 122-138.
- Mekki, R. (2005). Comportement stratégiques des firmes et commerce international. Thèse de doctorat pour obtenir le grade de docteur en Sciences Economiques. Université du Maine, 292.
- Miles, B. M. et Huberman, A. M. (2003). *Analyse de données qualitatives*. Bruxelles: Editions De Boeck - Collections Méthodes et Sciences humaines, 2ème Edition.

- Ministère de l'Agriculture (2012a). République d'Indonésie, Pedoman Umum, P2HO Tahnu Anggaran 2012. 135.
- (2012b). Pedoman teknis pelaksanaan Indikasi Geografis tahun 2012, Direktorat Pengembangan Usaha dan Investasi, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Kementerian Pertanian. 15.
- Ministère de la Justice (2011). Potensi Indikasi Geografis Indonesia, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Republik Indonesia. 16.
- Minsitry of Agriculture of Indonesia (2006). *Indonesian Agricultural Development Plan for 2005-2009*. 59.
- (2010). *Rencana strategis kementerian pertanian. Tahun 2010-2014*. 149.
- Moalla, M., Mollard, A. et Pecqueur, B. (2005). Offre de produits-services territorialisés et approche lancasterienne de la demande de biens combinés. In: A. Torre et M. Filippi (eds.), *Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux*. Paris: Inra Editions - Collection "Un point sur", 73-93.
- Mollard, A. (2001). Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente. *Économie rurale*, -(263), 16-34.
- Mollard, A., Pecqueur, B. et Lacroix, Ay. (1998). La rencontre entre qualité et territoire. Un relecture de la théorie de la rente dans une perspective de développement territorial. *Second International ESEE Conference "Ecological Economics and Development"*, European Society for Ecological Economics / Université de Genève, Genève, 4-7 mars 1998.
- Montagnon, C. (2006). *Coffee: Terroirs and Qualities*. Versailles: Quae.
- Morlat, R. (1998). The relationships between "terroir", vines and wines. *Comptes Rendus de l'Académie d'Agriculture de France*, 84,
- Morlat, R. et Asselin, C. (1992). Un terroir de référence pour la qualité et la typicité des rouges du Val-de-Loire : la craie tuffeau. *Bulletin de l'OIV*, 65(329-343),
- Morlat, R. et Bodin, F. (2006). Characterization of viticultural terroirs using a simple field model based on soil depth - II. Validation of the grape yield and berry quality in the Anjou vineyard (France). *Plant and Soil*, -(281), 55-69.
- Moschini, G., Menapace, L. et Pick, D. (2008). Geographical Indications and the Competitive Provision of Quality in Agricultural Markets. *American Journal Of Agricultural Economics*, 90(3), 794-812.
- Moser, R., Raffaelli, R. et Thilmany-McFadden, D. (2011). Consumer Preferences for Fruits and Vegetables with Credence-Based Attributes: A review. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), 121-142.
- Moustier, P., Figuié, M., Loc, N. T. T. et Son, H. T. (2006). The role of coordination in the safe and organic vegetable chains supplying Hanoi. *Acta Horticulturae*, 699(-), 297-305.
- Moustier, P., Phan, T. G. T., Dao, T. A., Vu, T. B. et Nguyen, T. T. L. (2010). The role of farmer organizations in supplying supermarkets with quality food in Vietnam. *Food Policy*, 35(1), 69-78.
- Moustier, P., Dao, T. A. et Figuié, M. (eds.). (2003). *Marché alimentaire et développement agricole au Vietnam*. Hanoi: Consortium MALICA (CIRAD, IOS, RIFAV, VASI).
- MPIG Kintamani (2007). Book of Requirements of the Geographical Indication "Kopi Kintamani Bali". Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Kintamani Bali, 52.
- MPKG (2009). Cahier des Charges de l'IG Café de Gayo - Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi (Arabika) Gayo. 91.
- Muchnik, J. et de Sainte Marie, C. (eds.). (2010). *Le temps des SYAL. Techniques, vivres et territoires*. Versailles: Quae - Collection *Update Sciences & Technologies*.
- Neilson, J. (2007). Institutions, the governance of quality and on-farm value retention for Indonesian specialty coffee. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 28(-), 188-204.
- (2008). Global private regulation and value-chain restructuring in Indonesian smallholder coffee systems. *World Development*, 36(9), 1607-1622.
- Nelson, P. (1970). Information and Consumer Behavior. *Journal of Political Economy*, 78(2), 311-329.

- Ngo, V. L. (1993). Reform and Rural Development: Impact on Class, Sectoral, and Regional Inequalities. In: W. Turley et M. Selden (eds.), *Reinventing Vietnamese Socialism: Doi Moi in Comparative Perspective*. Boulder: CO: Westview Press, 165-207.
- Ngo Bagal, M. et Vittori, M. (2011). *Manuel Pratique sur les Indications Géographiques pour les pays ACP*. CTA, oriGIn, 65.
- Nguyen, D. Q. et Argenti, O. (1999). Pre-case study of food supply and distribution to Hanoi. Presentation to the workshop "Food Supply and Distribution in Hanoi". Hanoi, 17-18 sept 1999. FAO Feeding the cities. AC/22-99 E. [en ligne], Page consultée le 25/04/2012, <http://www.fao.org/org/sada.htm>.
- Niederle, P. A. et Gelain, J. (2013). Geographical Indications in Brazilian food markets: quality conventions, institutionalization, and path dependence. *Journal of Rural Social Sciences*, 28(1), 26-53.
- NOIP (2007). Intellectual Property Protection for Geographical Names used for Local Specialities. MOST, 15.
- (2009). Guide à la construction du projet "Gestion et Développement des IG. 31.
- O'Connor, B. (2004). *The Law of Geographical Indications*. Londres: Cameron May.
- (2007). GIs around the world. *O'Connor and Company* [en ligne], Page consultée le 03/07/11, <http://www.gi-mongolia.com/en/docs/gis%20in%20the%20world.pdf>.
- Olii, A. H. (2008). Toward Implementation of the Geographical Indication in Indonesia. Mémoire de Master: Sustainable Development in Agriculture. Montpellier: Faculty of Life Sciences University of Copenhagen, IRC - Montpellier SupAgro, 104.
- Olivier, V. et Waller, S. (2005). Filières agro-alimentaires et développement territorial : une lecture des dynamiques de proximités institutionnelles. *Economie et Institutions*, -(6 et 7), 75-107.
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge: Harvard University Press.
- Orléan, A. (1991). Logique walrasienne et incertitude qualitative : des travaux d'Akerlof et Stiglitz aux conventions de qualité. *Economie et Société*, 14), 137-160.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. New York: Cambridge University Press.
- (1992). *Crafting Institutions for self-governing irrigation systems*. Institute for Contemporary Studies, San Francisco, ICS Press, 111.
- (2005). *Understanding Institutional Diversity*. Princeton: Princeton University Press.
- (2007). Collective action theory. In: C. Boix et S. Stokes (eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Politics*. Oxford, UK: Oxford University Press, 186-208.
- (2010). Analyzing collective action. *Agricultural Economics*, 41(s1), 155-166.
- (2012). Par-delà les marchés et les Etats. La gouvernance polycentrique des systèmes économiques complexes. *Revue de l'OCDE*, 2012/1(120), 13-72.
- Ostrom, V. et Ostrom, E. (1977). Public Goods and Public Choices. In: E. S. Savas (ed.) *Alternatives for Delivering Public Services: Toward Improved Performance*. Boulder: Westview Press, 7-49.
- Otten, M. (1986). *Transmigrasi: Myths and realities : Indonesian resettlement policy 1965-1986*. International Work Group for Indigenous Affairs, IWGIA document, 254.
- Pacciani, A., Belletti, G., Marescotti, A. et Scaramuzzi, S. (2001). The role of typical products in fostering rural development and the effects of regulation (EEC) 2081/92. *73rd EAAE Seminar "Policy experience with rural development in diversified Europe"*, European Association of Agricultural Economists, Ancona, 28-30 juin 2001.
- Padgee, A., Kim, Y. et Daugherty, P. J. (2006). What makes community forest management successful: a meta-study from community forests throughout the world. *Society and Natural Resources*, 19(1), 33-52.

- Panizzon, M. (2006). Traditional Knowledge and Geographical Indications: Foundations, Interests and Negotiating Positions. Working Paper, No. 2005/01, NCCR trade regulation Swiss national center of competence in research, 34.
- Parti communiste du Vietnam (1996). *VIIIème Congrès national, Rapport politique, Hanoi, The Doi*.
- Passeri, S. (2014). FAO/AFD Project on the Promotion of Rural Development through Development of Geographical Indications at Regional Level in Asia. *Regional Workshop on Making Geographical Indications work for Rural Communities in selected Asian Countries: Identify Products and Drafting of Disciplinary for Geographical Indication Registration*, AFD FAO, Phnom Penh, Cambodia, 11-12 Decembre 2014.
- Paus, M. et Reviron, S. (2010a). Crystallisation of Collective Action in the Emergence of a Geographical Indication System. *116th EAAE Seminar "Spatial Dynamics in Agri-food Systems: Implications for Sustainability and Consumer Welfare"*, European Association of Agricultural Economists, Parma, 27-30 octobre 2010.
- (2010b). Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires. Enseignement de deux cas suisses. *Economie Rurale*, 315(--), 28-45.
- Pecqueur, B. (1989). Milieu économique et nouvelle industrialisation. *Tiers-Monde*, 30(118), 423-432.
- (1996). *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan.
- (2001). Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie rurale*, 261(-), 37-49.
- (2003). Territoire et gouvernance : quel outil pertinent pour le développement ? *Colloque international Umr Sagert*, Montpellier, 25-27 février 2003.
- (2006). Le tournant territorial de l'économie globale. *Espaces et sociétés*, 2(124-125), 17-32.
- (2009). De l'exténuation à la sublimation : la notion de territoire est-elle encore utile ? *Géographie, Economie, Société*, 11(1), 55-62.
- (2011). Les terroirs constituent-ils un objet économique ? In: C. Delfosse (ed.) *Le mode du terroir et les produits alimentaires*. Paris: Les Indes Savantes, 59-73.
- Pecqueur, B. et Lajarge, R. (2012). *Ressources Territoriales, Politiques Publiques et Gouvernance. Rapport scientifique de fin de projet Programme PSDR 3 (2007-2011)*. UMR Pacte-Territoires / Métafort / GIS Alpes du Nord, 43.
- Pernin, J. L. (1994). Réseaux et rendements croissants d'adoption dans l'agriculture biologique en France. *Revue d'économie industrielle*, -(70), 49-71.
- Perrier-Cornet, P. (1990). Les filières régionales de qualité dans l'agro-alimentaire. Etude comparative dans le secteur laitier en Franche-Comté, Emilie Romagne et Auvergne. *Économie rurale*, -(195), 27-33.
- Perrier-Cornet, P. et Sylvander, B. (2000). Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine. *Économie rurale*, -(258), 79-89.
- Perrin, L., Symoneaux, R., Maitre, I., Asselin, C., Jourjon, F. et Pages, J. (2008). Comparison of three sensory methods for the use with the Napping (R) procedure: case of ten wines from Loire valley. *Food Quality and Preference*, -(19), 1-11.
- Peyrache-Gadeau, V. (2002). L'innovation en agriculture : contribution à la négociation de projets collectifs de développement. In: B. Guesnier et A Joyal (eds.), *Le développement territorial, regards croisés sur la diversification et les stratégies*. Poitiers: ADICUEER, 249-272.
- (2007). Modes de développement et vulnérabilités : quels enjeux pour l'économie territoriale ? *XLIIIème colloque de l'ASRDLF*, Grenoble-Chambéry, 11, 12 et 13 juillet 2007.
- Peyrache-Gadeau, V., Perron, L. et Janin, C. (2010). Les temporalités de la ressource territoriale. Enseignements à partir d'expérience en Rhône-Alpes. *Colloque AISRe-ASRDLF "Identité, Qualité et compétitivité territoriale"*, Associazione Italiana di Scienze Regionali / Association de Science Régionale De Langue Française, Aoste, 20-22 septembre 2010.
- Pingali, P. (2007). Westernization of Asian diets and the transformation of food systems: Implications for research and policy. *Food Policy*, 32(-), 281-298.

- Pingali, P. et Xuan, V. T. (1992). Viet Nam: Decollectivization and Rice Productivity Growth. *Economic Development and Cultural Change*, 40(4), 697-718.
- Piveteau, A. et Rougier, E. (2010). Emergence, l'économie du développement interpellée. *Revue de la régulation* [en ligne], (7), Page consultée le 16/04/2012, <http://regulation.revues.org/7734>
- Poméon, T. (2011). De la rhétorique à la pratique du patrimoine : processus de qualification des fromages traditionnels Mexicains. Thèse de doctorat pour l'obtention du grade de Docteur en problèmes économique-agro-industriels. Chapingo, Mexico, 533.
- Poméon, T. et Fournier, S. (2010). La construction sociale des labels liés à l'origine des produits agroalimentaires : une conciliation entre des intérêts contradictoires ? Etudes de cas au Mexique et en Indonésie. *Colloque ISDA 2010 "Innovation et Développement Durable dans l'Agriculture et l'Agroalimentaire"*, Cirad / INRA / SupAgro, Montpellier, 28 juin-1er juillet 2010.
- Poret, N. (2007). Les défis du commerce équitable dans l'hémisphère Nord. *Economie rurale*, 302(-), 56-70.
- Poteete, A. R., Janseen, M. et Ostrom, E. (2010). *Working Together: Collective Action, the Commons et Multiple Methods in Practice*. Princeton: Princeton University Press.
- Potter, L. (2001). Agricultural intensification in Indonesia : outside pressure and indigenous strategies. *Asia Pacific Viewpoint*, 42(2/3), 305-324.
- Pouchain, D. (2012). Les labels au sein du commerce équitable : entre délégation et démission du consommateur. *Mondes en Développement*, 4(160), 27-44.
- Prévost, P. (2011). Enjeux didactiques dans la formation des agronomes : cas de la notion de terroir. *Natures Sciences Sociétés*, -(19), 50-55.
- Prévost, P., Capitaine, M., Gautier-Pelissier, F., Michelin, F., Jeanneaux, P., Fort, F., Javelle, A., Moïti-Maïzi, P., Lérique, F., Brunschwig, G., Fournier, S., Lapeyronie, P. et Josien, E. (2014). Le terroir, un concept pour l'action dans le développement des territoires. *VertigO* [en ligne], 14 (1), Page consultée le 04/06/2014, <http://vertigo.revues.org/14807>.
- Rafini, I. (2014a). Law No. 41/2009 on protection of sustainable food crops farmland in Indonesia. *Food and Fertilizer Technology Center Agricultural Policy Database, Asia-Pacific Information Platform on Agricultural Policy* [en ligne], Page consultée le 6/08/2015, http://ap.ffc.agnet.org/ap_db.php?id=222.
- (2014b). The Law No. 18/2012 Governing Food Security in Indonesia. *Food and Fertilizer Technology Center Agricultural Policy Database, Asia-Pacific Information Platform on Agricultural Policy* [en ligne], Page consultée le 16/11/14, http://ap.ffc.agnet.org/files/ap_policy/182/182_1.pdf.
- Ramesh, M. (2013). Decentralization in Asia: survey. *Policy and Society*, 32(-), 1-5.
- Rangnekar, D. (2004a). *The Socio-Economics of Geographical Indications. A review of empirical evidence from Europe*. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No. 8, 46.
- (2004b). The International Protection of Geographical Indications: The Asian Experience. *UNCTAD / ICTSD Regional Dialogue "Intellectual Property Rights (IPRs), Innovation and Sustainable Development"*, United Nations Conference on Trade and Development / International Centre for Trade and Sustainable Development, Hong Kong, 8-10 novembre 2004.
- Rasyid, M. R. (2004). The policy of decentralization in Indonesia. In: J. Alm, J. Martinez-Vazquez, et S. M. Indrawati (eds.), *Reforming intergovernmental fiscal relations and the rebuilding of Indonesia: the 'Big Bang' program and its economic consequences*. Northampton, MA: Edward Elgar, 65-74.
- Raub, W. et Weesie, J. (1990). Reputation and efficiency in social interaction: an exemple of network effects. *American Journal of Sociology*, 96(3), 626-654.
- Ravallion, M. et Van de Walle, D. (2008). *Land in transition : reform and poverty in rural Vietnam*. Washington: Palgrave Macmillan and the World Bank.
- Raynolds, L. T., Murray, D. et Heller, A. (2007a). Regulating sustainability in the coffee sector: a comparative analysis of third party environmental and social certification initiatives. *Agriculture and Human Values*, 24(-), 147-163.

- Raynolds, L. T., Murray, D. et Wilkinson, J. (eds.). (2007b). *Fair trade : The challenges of transforming globalization*. Routledge.
- Razafindramamba, R. (1958). Biologie de la rouille du caféier. *Revue de Mycologie*, 23(2), 177-200.
- Reardon, T. et Timmer, P. (2014). Five Inter-Linked Transformations in the Asian Agrifood Economy: Food Security Implications. *Global Food Security*, 3(-), 108-177.
- Remaud, H. (2001). Modes de Gouvernance et "Création de Valeur" en petite Entreprise, Application au secteur agroalimentaire du Languedoc-Roussillon. *Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique*, FSA AIMS, Laval, Québec 13, 14 et 15 juin 2001.
- République d'Indonésie (2001). Law of the Republic of Indonesia regarding Marks, N° 15-2001.
- (2008). Penjelasan atas Peraturan Pemerintah republik Indonesia nomor 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis, n° 4763.
- (2011a). Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme, Ministère de l'Intérieur, Ministère de l'Agriculture - Nota Kesepahaman antara Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia dan Kementerian Pertanian Republik Indonesia, n° 520-285.
- (2011b). Keputusan Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intellektual tentang Pembentukan tim persiapan ratifikasi *Lisbon Agreement* n°04 oT0301.
- Requier-Desjardins, D. (2007). Systèmes agroalimentaires localisés et qualification : une relation complexe. *Colóquio Internacional sobre Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS)*, Florianópolis, Brésil, août 2014.
- (2009). Territoires - Identités - Patrimoine : une approche économique ? *Développement durable et territoires* [en ligne], (12), Page consultée le 01/04/15, <http://developpementdurable.revues.org/7852>.
- Revel, J. (2000). Histoire vs. Mémoire en France Aujourd'hui. *French Politics, Culture and Society*, 18(1), 1-12.
- Reviron, S. (2009). Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries. Working paper, Nccr trade regulation / Swiss national centre of competence in research, 30.
- Ribot, J., Agrawal, A. et Larson, A. M. (2006). Recentralizing while decentralizing: how national governments reappropriate forest resources. *World Development*, 31(11), 1864-1886.
- Rigg, J. (1997). *Southeast Asia. The Human Landscape of Modernization and Development*. New York: Routledge.
- Risang Ayu, M. (2009). *Geographical Indications protection in Indonesia based on cultural rights approach*. Jakarta: Nagara.
- Roosen, J., Lusk, J. et Fox, J. (2003). Consumer Demand for Attitudes toward Alternative Beef Labeling Strategies in France, Germany and the UK. *Agribusiness*, 19(1), 77-90.
- Ruffieux, B. et Valceschini, E. (1996). Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agro-alimentaire. *Revue d'économie industrielle*, 75(-), 133-146.
- Saez, C. (2013). Food culture clash: EU, US conflicting concepts for GIs; both covet Asian market. *bilaterals.org* [en ligne], Page consultée le 03/11/2015, <http://www.bilaterals.org/?food-culture-clash-eu-us&lang=en>.
- Salais, R. et Storper, M. (1992). The four "worlds" of contemporary industry. *Cambridge Journal of Economics*, 16(--), 169-193.
- Salette, J. (1997). La typicité : une notion nouvelle au service du produit, de ceux qui l'élaborent, et de ceux qui le consomment en l'appréciant. *Revue des Oenologues*, -(85), 11-18.
- (2006). Agrément des vins d'appellations et typicité. *Le Vigneron du Val de Loire*, -(246),
- Samuelson, P. A. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387-389.

- Sasongko, W. (2013). The legal protection of geographical indications in Indonesia towards the Asean economic community. *The First International Conference on Law, Business and Government*, UBL, 56-62.
- Sautier, D., Biénabe, E. et Cerdan, C. (2011). Geographical Indications in Developing Countries. In: E. Barham et B. Sylvander (eds.), *Labels of origin for food. Local development, global recognition*. Oxfordshire: Cabi, 138-153.
- Sauvageot, F. (1994). Les sciences de l'aliment et le concept de typicité ou le chercheur en sciences de la nature a-t-il quelque chose à déclarer sur la typicité d'un produit alimentaire ? *Sciences Des Aliments*, 14(5), 557-571.
- Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ., *Recherches Qualitatives - Hors Série* -(5), 99-111.
- Schlager, E. et Ostrom, E. (1992). Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis. *Land Economics*, 68(3), 249-262.
- Schreinemachers, P., Schad, I., Tipraqsa, P., Williams, P. M., Neef, A., Riwthong, S., Sangchan, W. et Grovermann, C. (2012). Can public GAP standards reduce agricultural pesticide use? The case of fruit and vegetable farming in northern Thailand. *Agriculture and Human Values*, 29(-), 519-529.
- Schultheis, F. (1989). Comme par raison - comparaison n'est pas toujours raison. Pour une critique sociologique de l'usage de la comparaison interculturelle. *Droit et société*, -(11-12), 219-244.
- Scott, J. C. (1998). *Seeing like a state: how certain schemes to improve the human condition have failed*. New Haven: Yale University Press.
- Shapiro, K. (1983). Premiums for high Quality Products as Returns to Reputations. *Quarterly Journal of Economics*, 98(4), 659-679.
- Shepherd, B. (2006). Costs and Benefits of Protecting Geographical Indications: Some Lessons from the French Wine Sector. Working Paper, Groupe d'Economie Mondiale (GEM), Sciences Po, Paris, 28.
- Sherr, S. J. et McNeely, J. A. (2008). Biodiversity conservation and agricultural sustainability: towards a new paradigm of "ecoagriculture" landscapes. *Philosophical Transactions, The Royal Society Publishing*, 363(-), 477-494.
- Silva Repetto, R. et Cavalcanti, M. (2000). Multilateral Trade Negotiations on Agriculture: A Resource Manual, IV, TRIPS Agreement, Module 3: Provisions of the TRIPS Agreement Relevant to Agriculture (Part One), Food and Agriculture Organization (FAO), Rome, Chapter 3.4.1. [en ligne], Page consultée le 28/04/15, <http://www.fao.org/docrep/003/x7355e/X7355e03.htm#TopOfPage>.
- Smelser, N. J. (1976). *Comparative Methods in the Social Sciences*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs:
- Sommeng, A. N. (2008). *Indikasi Geografis, Sebuah Pengantar*. Jakarta: DJHKI.
- Sorgho, Z (2014). Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce. Thèse de Doctorat en études internationales. Québec, Canada: Université Laval, 385.
- Stefanini, M., Porro, D., Colugnati, G. et Voltolini, J. A. (2003). Interaction c.V. Cabernet Franc/terroir in Northeastern Italy. *Acta Horticulturae*, -(603), 627-632.
- Stigler, G. J. (1961). The Economics of Information. *The Journal of Political Economy*, LXIX(3), 213-225.
- Stiglitz, J. E. (1987). The Causes and Consequences of the Dependence of Quality on Price. *Journal of Economic Literature*, 25(1), 1-48.
- Stone, H. (1974). Sensory evaluation by quantitative descriptive analysis. *Food Technology*, 24-28.
- Storper, M. et Harrisson, B. (1992). Flexibilité, hiérarchie et développement régional : les changements de structure des systèmes productifs industriels et leurs nouveaux modes de gouvernance dans les années 1990. In: G. Benko et A. Lipietz (eds.), *Les régions qui gagnent*. Paris: PUF, 265-292.
- Sudarmanto (2005). Produk kategori Indikasi Geografis, potensi kekayaan intelektual masyarakat Indonesia (GI categorized products, IP potentiel for Indonesian community). In : *Kepentingan*

- negara berkembang terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional. FH, Depok, 61-72.
- Sudaryanto, T. (2014). The frame of agricultural policy and recent major agricultural policies in Indonesia. *International Workshop on Collection of Relevant Agricultural Policy Information and Its Practical Use*, Taipei, Taiwan, 24-26 Juin 2014.
- Sulaiman, R. et Hall, A. (2005). Extension Policy at the National Level in Asia. *Plant Production Science*, 8(3), 308-319.
- Sylvander, B. (2004). *Final Report, Synthesis and Recommendations, Concerted Action Dolphins (Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability)*, UE-FPR 5th. 96.
- Sylvander, B. et Allaire, G. (2007). *Conceptual synthesis*. European Commission, Siner-GI Project, Task 1 - WP3 69.
- Sylvander, B., Porin, F. et Mainsant, P. (1998). Les facteurs de succès des filières de qualité spécifiques dans l'agroalimentaire. *Communication aux VIIe Journées des Sciences du muscle et technologie de la viande*, CVT et INRA, Rodez, 1-2 octobre 1998.
- Sylvander, B., Allaire, G., Belletti, G., Maressotti, A., Barjolle, D., Thévenod-Mottet, E. et Tregear, A. (2006). Qualité, origine et globalisation : Justifications générales et contextes nationaux, le cas des Indications Géographiques. *Revue Canadienne des sciences régionales*, 29(1), 43-54.
- Tavoularis, G. (2008). Les signes officiels de qualités en perte de reconnaissance. 212, Crédoc - Consommation et Modes de Vie, 4.
- Teil, G. (2011). Le terroir existe-t-il ? *Revue Française d'Oenologie*, -(244), 2-6.
- Teuber, R. (2010). Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation : The Case of Coffee. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 22(3/4), 277-298.
- Teulières, R. (1961). La culture du caféier au Sud Viêt-nam. *Cahier d'Outre-Mer*, 55), 296-316.
- Thévenod-Mottet, E. (2001). The protection of geographical indications in multilateral systems : a cultural clash. Présenté au DOLPHINS Meeting, Florence, 10-12 septembre 2001, Université de Genève, 9.
- (2006). *Legal and Institutional issues related to GIs*. European Commission, Siner-GI Project, WP1 Report - Task 1, Theoretical frame, 67.
- (2013). *Reviewing the existing Indonesian legislation on GIs and providing inputs for a future Indonesian legislation on GIs*. Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle Suisse - ISIP Project, Activity 3.1 and 3.2, 52.
- Thiedig, F. et Sylvander, B. (2000). Welcome to the club?: an economical approach to geographical indications in the European Union. *Agarwirtschaft*, 49(12), 428-437.
- Thietart, R. A. (2007). *Méthodes de recherche en management*. Paris: Dunod.
- Thomas, F. (2012). De quelques troubles existentiels d'objets ordinaires. *Sciences de la Société - CNRS*, - (87), 28-43.
- Thomas, F. et Dao, T. A. (2009). Qualités et Origine au Vietnam. L'épineuse question de la preuve du lien entre Qualité et Origine. *Colloque international "Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Suds ?"*, Unesco IRD, MNHN, CIRAD, Paris, 9-11 juin 2009.
- Timmer, P. (2005). Food security and economic growth: an Asian perspective. *Asian-Pacific Economic Literature*, 19(1), 1-17.
- Tirole, J. (1996). A Theory of Collective Reputations (with Applications to the Persistence of Corruption and to Firm Quality). *The Review of Economic Studies*, 63(1), 1-22.
- Torre, A. (2002). Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. *Revue d'économie industrielle*, 1000(-), 39-62.
- (2006). Collective action, governance structure and organizational trust in localized systems of production. The case of the AOC organization of small producers. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 18(1),

- Torsen, M. (2005). Apples and Oranges: French and American models of Geographic Indications Policies Demonstrate an International Lack of Consensus. *Official Journal of the International Trademark Association*, 95(-), 1415-1445.
- Toth, B. I. (2014). Territorial Capital: Theory, Empirics and Critical Remarks. *European Planning Studies* [en ligne], Page consultée le 05/12/2014, <http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2014.928675>.
- Touzard, J. M. et Chiffolleau, Y. (2013). Understanding local agri-food systems through advice network analysis. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 19-32.
- Touzard, J. M., Coelho, A. et Hervé, H (2008). Les coopératives de la vigne et du vin: Un essai d'analyse comparée à l'échelle internationale. *Bulletin de l'OIV*, 81(929-931), 381-403.
- Touzard, J. M., Temple, L., Faure, G. et Triomphe, B. (2014). Systèmes d'Innovation et communautés de connaissances dans le secteur agricole et agroalimentaire. *Innovations*, 1(43), 13-38.
- Tran, C. T. (2014a). Food Security Policies of Vietnam. *Food and Fertilizer Technology Center Agricultural Policy Database, Asia-Pacific Information Platform on Agricultural Policy* [en ligne], Page consultée le 22/11/2014,
- (2014b). Overview of Agricultural Policies in Vietnam. *Food and Fertilizer Technology Center Agricultural Policy Database, Asia-Pacific Information Platform on Agricultural Policy* [en ligne], Page consultée le 24/11/14, http://ap.fftc.agnet.org/files/ap_policy/195/195_1.pdf.
- Tran, T. T. (2005). La référence au terroir comme signe de qualité : le cas des produits agroalimentaires vietnamiens. Mémoire de Master Recherche 2 : Economie et gestion du Développement Agricole, Agro-alimentaire et Rural. Montpellier: Université Montpellier 1, 117.
- Tran, T. T., Figuié, M., Sirieix, L. et Moustier, P. (2012). *Les produits de terroir vietnamiens : points de vue des consommateurs locaux*. CIHEAM, CIRAD, Supagro, INRA, Working paper, UMR MOISA, 2012-3, 9.
- Trân, T. T. (1997). L'agriculture en Asie du Sud-Est. L'expérience vietnamienne. *Biotechnologie, Agronomie, Société et Environnement*, 1(2), 85-91.
- Tran, T. A. D. (1999). Libéralisation commerciale et industrialisation en Asie du Sud-Est : implications pour le Vietnam. *Tiers-Monde*, 40(158), 397-420.
- Tran, T. T. T. (2011). Food Security versus Food Sovereignty: Choice of Concept, Policies, and Classes in Vietnam's Post-Reform Economy. *Philippines Journal of Third World Studies*, 26(1-2), 68-88.
- Tregear, A. (2001). What is a "Typical Local Food"? An examination of territorial identity in foods based on development initiatives in the agrifood and rural sectors. Working Paper, No. 58, University of Newcastle, Center for Rural Economy, 31.
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G. et Marescotti, A. (2004). The impact of territorial product qualification processes on the rural development potential of small scale food productions. *XI World Congress of Rural Sociology "Globalisation, Risks and Resistance"*, International Rural Sociology Association, Trondheim, 25-30 juillet 2004.
- (2007). Regional foods and rural development : The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23(-), 12-22.
- Trinh, K. Q. (2005). The situation of special agricultural products and the need for the protection of agricultural products in Vietnam (communication from the Ministry of Agriculture and Rural Development). ECAP Program III, Hanoi,
- Trognon, L. (2005). Contribution à l'étude des stratégies de la petite entreprise agro-alimentaire. Stratégie de distinction par la construction de la typicité. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion. Montpellier: Université Montpellier I, Institut Supérieur de l'Entreprise, ENITA de Clermont-Ferrand, 518.
- Trubek, A. B., Lémasson, J. P. et Jordan, H. L. (2013). *Produits du Terroir: Similarities and Differences Between France, Québec and Vermont*. Opportunities for Agriculture Working Paper Series, Vol 1, No. 2, Food System Research Collaborative, University of Vermont Center for Rural Studies, 8.

- UNIFAB (2010). *L'impact de la contrefaçon vu par les entreprises en France*. Union des fabricants pour la protection internationale de la propriété intellectuelle, 136.
- Valceschini, E. et Torre, A. (2002). Politique de la qualité et valorisation des terroirs. In: J. P. Sylvestre (ed.) *Agriculteurs, ruraux et citadins : les mutations des campagnes françaises*. Educagri, 20.
- Van Leeuwen, C. et Seguin, G. (2006). The Concept of Terroir in Viticulture. *Journal of Wine Research*, 17(1), 1-10.
- Van Arkadie, B. et Mallon, R. (2004). *Viet Nam : a transition tiger ?* Canberra: Asia Pacific Press at the Australian national University.
- Van Caenegem, W. (2003). Registered Geographical Indications. Between Intellectual Property and Rural Policy - part I. *The Journal of World Intellectual Property*, 6(5), 699-719.
- Van de Kop, P., Sautier, D. et Gerz, A. (eds.). (2006). *Origin-based Products. Lessons for pro-poor market development*. Bergisch Gladbach: Royal Tropical Institute / CIRAD.
- Van De Ven, A. (1992). Suggestions for Studying Strategy Process : a Research Note. *Strategic Management Journal*, 13 summer special issue(-), 169-188.
- Van Leeuwen, C., Friant, P., Chone, X., Tregoat, O., Koundouras, S. et Dubourdiou, D. (2004). Influence of climate, soil and cultivar on terroir. *American Journal of Enology and Viticulture*, - (55), 207-217.
- Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G. et Marescotti, A. (eds.). (2009). *Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité. Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables*. Rome: FAO / SENER-GI.
- Veblen, T. B. (1970). *La théorie de la classe de loisir*. Paris: Gallimard.
- Vigour, C. (2005). *La comparaison dans les sciences sociales : pratiques et méthodes*. Paris: La Découverte - Collection Guides Repères.
- Viju, C., Yeung, M. T. et Kerr, W. A. (2012). *Geographical Indications, barriers to market access and preferential trade agreements*. Canadian Agricultural Trade Policy And Competitiveness Research Network, 61.
- Vitrolles, D. (2012). La promotion de l'origine au Brésil. Thèse de doctorat de Géographie, Aménagement et Urbanisme. Lyon: Université Lumière Lyon 2, 326.
- Vittori, M. (2010). The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers. *Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 304 - 314.
- Vivas-Eugui, D. et Spennemann, C. (2006). The Treatment of Geographic Indicators in Recent Regional and Bilateral Free Trade Agreements. *Project de la CNUCED/ICTDS sobre la propiedad intelectual y el desarrollo sostenible, Diálogo Regional sobre Propiedad Intelectual, Innovación y Desarrollo Sostenible*, Costa Rica, 10-12 mai 2006.
- Vivez, J. (1943). *Traité des Appellations d'Origine*. Paris: R. Pichon et R. Durand-Auzias.
- Vu, N. Q. (2006). Upgrading litchi production and linking farmers to the end-users. The Approach by GTZ Vietnam. GTZ Vietnam, 3.
- Vu, T. B. et Dao, D. H. (2006). *Geographical Indications and Appellation of Origin in Vietnam: Reality, Policy, and Perspective*. Hanoi: IPSARD.
- Wagianto (2012). The agronomical aspects in the construction of code of practices of geographical indicators in indonesia. Case study in Sumatra (Caffee Gayo Aceh and Muntok White Pepper). Mémoire de Master en agronomie et agroalimentaire. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 81.
- Wallet, F. (2012). La protection des produits sous indications géographiques en Chine: une analyse du processus d'émergence d'une régulation de la qualité agro-alimentaire. *6ème Journées de recherches en Sciences Sociales*, INRA / SFER / CIRAD, Toulouse, 13-14 décembre 2012.
- Wallet, F., Sautier, D. et Dao, D. H. (2013). Collective action and organizational learning in the governance of quality institutions The case of GI Phu Quoc fish sauce in Vietnam. *Regional Science Association Congress*, Timisoara, Romania, Mai 2012.

- Wang, M. C. (2006). The Asian Consciousness and Interests in Geographical Indications. *Official Journal of the International Trademark Association*, 96(4), 906-942.
- Weinstein, O. (2014). Comment comprendre les « communs » : Elinor Ostrom, la propriété et la nouvelle économie institutionnelle. *Revue de la régulation* [en ligne], (14), Page consultée le 20/11/15, <http://regulation.revues.org/10452>.
- Wiegersma, N. (1988). *Vietnam: Peasant Land, Peasant Revolution*. London: Macmillan.
- Winfrey, J. A. et McCluskey, J. J. (2005). Collective Reputation and Quality. *American Journal Of Agricultural Economics*, 81(7), 206-2013.
- Zucker, L. (1986). Production of Trust : Institutional Sources of Economic Structure (1840-1920). *Research in Organization Behaviour*, 8(-), 53-111.

Sigles et abréviations

Liste des sigles utilisés

- ACF : Aceh Coffee Forum
- ADPIC : Accord sur les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
- AEKI : Association des Exportateurs de Café d'Indonésie
- AELI : Association des Exportateurs de Poivre d'Indonésie
- AFD : Agence Française de Développement
- APED : Aceh Partnership for Economic Development
- ASEAN : Association des nations de l'Asie du Sud-Est
- ASE : Asie du Sud-Est
- AO : Appellation d'origine
- AOC : Appellation d'origine contrôlée
- AOP : Appellation d'origine protégée
- BPTP : Bureau d'Évaluation des Technologies Agricoles – échelon provincial en Indonésie
(en indonésien : *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian*)
- BP3L : Organe de Gestion, Développement et Commercialisation du Poivre (poivre blanc de Muntok, Indonésie)
(en indonésien : *Badan Pengelolaan Pengembangan dan Pemasaran Lada*)
- Cirad : Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
- CdC : Cahier des charges
- CP : Comité populaire
- DARD : Département de l'Agriculture et du Développement Rural (Vietnam)
- DIL : Dispositif institutionnel local
- DST : Département des Sciences et Technologies (Vietnam)
- DPI : Droit de propriété intellectuelle
- ESCAP : Economic and Social Commission for Asia and the Pacific
- FAO : Food and Agriculture Organization of the United Nations
- GAM : Mouvement pour un Aceh Libre
(en indonésien : *Gerakan Aceh Merdeka*)
- DG IPR : Directorate General of Intellectual Property Rights
- GAP : Global Agricultural Practices
- ICCRI : Indonesian Coffee and Cocoa Research Institute
- IDR : Rupiah indonésienne
- IG : Indication géographique
- IGP : Indication géographique protégée
- INAO : Institut National de l'Origine et de la Qualité
- INRA : Institut National de la Recherche Agronomique
- IOM : International Organization for Migrants (sous tutelle de l'ONU)
- MARD : Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural du Vietnam
- MOST : Ministère des Sciences et des Technologies du Vietnam
- MoU : Memorandum of Understanding
- MPIG : Communauté pour la Protection de l'Indication Géographique
(en indonésien : *Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis*)

- MPKG : Communauté pour la Protection du Café de Gayo
(en indonésien : *Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo*)
- NOIP : National Office of Intellectual Property of Vietnam
- ODG : Organisme de Défense et de Gestion
- OMC : Organisation Mondiale du Commerce
- OMPI (WIPO) : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (WIPO en anglais)
- PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
- PED : Pays en développement
- P2HP : Direction Générale de la Transformation et Mise en Marché des Produits Agricoles
(en indonésien : *Pengolahan dan Permasaran Hasil Pertanian*)
- SA : *Subak Abian* (organisation traditionnelle villageoise balinaise)
- SCAI : Specialty Coffee Association Indonesia
- SYAL : Système agroalimentaire localisé
- TAIG : Commission d'Experts des Indications Géographiques
(en indonésien : *Tim Ahli Indikasi Geografis*)
- UE : Union Européenne
- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
- VND : Dong vietnamien

Liste des abréviations utilisées

- art. : article
- cf. : *confer*
- etc. : *et cetera*
- kg : kilogramme
- ha : hectare
- t : tonne

Taux de change (en décembre 2015)

Source : site www.xe.com/fr/, convertisseur de devises en ligne.

Roupie Indonésienne (IDR) : 1 euro = 15 403 IDR

Đồng Việt Nam (VND) : 1 euro = 24 200 VND

Table des illustrations

Liste des tableaux

Tableau 1 : Types de rente appliqués aux produits de terroir et stratégies des producteurs	80
Tableau 2 : Classification des biens selon les critères de rivalité et d'exclusion	113
Tableau 3 : Classification des biens selon les gradients d'exclusion et de soustractibilité d'utilisation .	113
Tableau 4 : Principales différences entre IG <i>sui generis</i> et marques de certification	139
Tableau 5 : Contenu des règlements d'usage de quatre marques de certification	148
Tableau 6 : Différents niveaux de vérification des plans de contrôle	153
Tableau 7 : Synthèse des modes de comparaison utilisés selon les étapes de la recherche	185
Tableau 8 : Quatre stratégies de la comparaison selon la proximité entre les cas	187
Tableau 9 : Informations générales recueillies sur les IG en ASE pour sélection de nos terrains d'étude	189
Tableau 10 : Échantillon des expériences locales d'IG indonésiennes (terrain exploratoire)	198
Tableau 11 : Échantillon des expériences locales d'IG vietnamiennes (terrain exploratoire)	200
Tableau 12 : Réinterprétation des résultats du terrain exploratoire selon les trois approches de rente	201
Tableau 13 : Échantillon des expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie	202
Tableau 14 : Liste des types d'acteurs devant être enquêtés	207
Tableau 15 : Décompte et répartition des entretiens réalisés en Indonésie et au Vietnam	210
Tableau 16 : Type des données récoltées par le recueil de documentation et avantages/inconvénients méthodologiques	212
Tableau 17 : Décomposer et délimiter une variable processuelle	217
Tableau 18: Indices macroéconomiques de l'Indonésie et du Vietnam	243
Tableau 19 : Comparaison des cadres juridiques de protection indonésien et vietnamien	361
Tableau 20 : Fonctions attendues des IG en Indonésie et au Vietnam	367

Liste des figures

Figure 1 : Illustration de la question de recherche	46
Figure 2 : Temporalité de la ressource territoriale	87
Figure 3 : Le terroir vu comme une ressource pour le territoire	88
Figure 4 : Influence des micro et macro contextes sur les niveaux de coopération.....	123
Figure 5 : Première tentative de représentation du modèle IG avant l'enquête de terrain	174
Figure 6 : Deuxième tentative de représentation du modèle IG (après enquête exploratoire)	175
Figure 7 : Travail sur la variabilité des approches de rente	177
Figure 8 : Localisation de l'Indonésie et du Vietnam en Asie du Sud-Est et découpage administratif ..	228
Figure 9 : Étapes de la procédure d'enregistrement d'une IG en Indonésie et délais.....	271
Figure 10 : Logo national des indications géographiques en Indonésie	274
Figure 11 : Étiquette apposée sur les paquets de café de Kintamani vendus par Maharaja Coffee.....	278
Figure 12 : Exemples d'utilisation de logos d'IG en Indonésie	281
Figure 13 : Diversité des acteurs participant aux projets de gestion des IG au Vietnam	296
Figure 14 : Structure des systèmes de gestion et développement des IG au Vietnam	297
Figure 15 : Utilisation des logos d'IG enregistrées pour divers produits vietnamiens.....	299
Figure 16 : Délimitation de la zone de production de l'IG « café de Kintamani Bali »	311
Figure 17 : Évolution des prix des cerises rouges et du café « parche » à Kintamani entre 2002 et 2011	312
Figure 18 : Evolution du prix local du café parche de Kintamani Bali et de l'indice ICO pour les cafés « Brazilian Natural »	312
Figure 19 : Matériel de transformation du café jusqu'au stade café moulu dans un SA et paquets de café mentionnant la dénomination et l'IG vendu dans le zone	316
Figure 20 : Localisation du plateau de Gayo et de la ville de Medan (Sumatra)	318
Figure 21 : Répartition des volumes de cerises rouges en fonction des différents débouchés.....	321
Figure 22 : Mentions de la dénomination « Muntok » pour du poivre blanc vendu par des entreprises de quatre pays	335
Figure 23 : Évolution des prix du café vert payé aux producteurs entre 2001 et 2012	342
Figure 24 : Aire de production de l'IG café de Buôn ma Thuôt.....	344
Figure 25 : Plantations jeunes et anciennes de litchis Thieu a Thanh Hà	348
Figure 26 : Vente de miel de menthe et de produits de terroir dans la ville de Hà Giang	352
Figure 27: Processus de qualification territoriale avant la démarche d'indication géographique	374
Figure 28 : Effets des IG sur les processus de qualification territoriale	376

Table des matières

REMERCIEMENTS.....	11
SOMMAIRE.....	15
INTRODUCTION GENERALE.....	17
I. Contextes économiques et agricoles de l'Indonésie et du Vietnam.....	18
II. Qualification des produits et développement territorial.....	20
2.1. Les processus de qualification des produits agroalimentaires	20
2.2. Le développement territorial comme alternative à la concurrence globalisée	23
III. Institutionnalisation et internationalisation du lien à l'origine	25
3.1. Institutionnalisation du lien à l'origine, produits de terroir et appellations d'origine	26
3.2. Internationalisation des indications géographiques : un clash culturel ?	27
IV. Multiples fonctions et effets des indications géographiques.....	33
4.1. Les fonctions des indications géographiques	33
4.2. Effets des indications géographiques	36
4.3. Comment évaluer les effets des IG ?	41
4.4. Les « facteurs de succès » des indications géographiques	42
V. Problématique et hypothèses.....	43
5.1. Construction d'une question de recherche	43
5.2. Hypothèses de travail	46
VI. Démarche générale et organisation de la thèse	48
6.1. Méthode de recherche	48
6.2. Plan de la thèse.....	49

PREMIERE PARTIE

Utilité et usages du modèle des indications géographiques	51
--	-----------

CHAPITRE 1 - Du processus de qualification à la rente, une rencontre entre le terroir et le territoire.....	55
--	-----------

I. Du terroir au produit typique	57
1.1. Ce que l'origine veut dire	57
1.2. Du mot au concept de terroir	58
1.2.1. La signification du mot « terroir » : origine et évolution	59
1.2.2. Le terroir vu comme une entité physique	60
1.2.3. La notion de terroir en sciences humaines	62
1.2.4. Épuisement du terme « terroir » et besoin de définir le concept	64
1.2.5. Les enjeux de la traduction du terme terroir	65
1.3. Stratégie de qualification et produits typiques.....	66
1.3.1. Des biens homogènes aux produits de qualité : la différenciation comme enjeu stratégique	67
1.3.2. Le renforcement du rôle des consommateurs par l'approche des caractéristiques et des attributs	68
1.3.3. La typicité comme expression du lien entre un terroir et ses produits	69

II. Reconnaissance de la typicité et valorisation économique des ressources par la rente.	72
2.1. La convention de qualité comme fondement de la réputation	72
2.2. Un nom géographique comme support d'une réputation collective	74
2.3. Valorisation de la réputation : une rente de qualité pour les produits de terroir	76
2.3.1. De la réputation au premium de qualité	76
2.3.2. Les différents types de rentes	78
2.3.3. Rente de qualité pour les produits de terroir et risque de disparition de la rente	80
2.4. Territorialisation de la rente de qualité	82
2.4.1. Distinction entre le terroir et le territoire	83
2.4.2. La rente de qualité territoriale	88
CHAPITRE 2 - Le maintien de la rente grâce à l'information et l'action collective	95
I. Le besoin de garantie sur la qualité des biens et l'asymétrie d'information	97
1.1. Quand l'échange comporte des risques...	98
1.2. ... les « mauvais » produits chassent les « bons »	99
1.3. Des institutions qui signalent et garantissent de la qualité	101
1.3.1. Le prix comme indicateur de qualité ?	102
1.3.2. Recherche, expérience et confiance, trois options complémentaires pour acquérir une information sur la qualité	102
1.3.3. La confiance et le réseau comme institutions informelles dans les marchés différenciés	104
1.3.4. Licences, labels et marques comme signes formels de qualité	106
1.3.5. Économie des qualités et des singularités : rôle des consommateurs et complémentarité des institutions	107
1.4. Le transfert de l'incertitude du produit au signe de qualité	110
II. Le problème de l'action collective	111
2.1. La réputation des produits typiques comme ressource commune	112
2.1.1. Exclure et soustraire : une approche des types de biens	112
2.1.2. La réputation comme ressource commune ou bien-club ?	114
2.2. Des « passagers clandestins » dans la <i>logique de l'action collective</i> ?	115
2.2.1. Le passager clandestin dans la gestion des « communs »	116
2.2.2. Solutions envisagées pour dépasser les problèmes d'action collective : le marché, l'État, les groupes	117
2.3. Pour une gestion locale et collective des ressources	119
2.3.1. Conditions de l'action collective localisée	120
2.3.2. Influence du contexte institutionnel général	123
CHAPITRE 3 - De l'usage de l'indication géographique	127
I. Protéger juridiquement les dénominations géographiques	129
1.1. Remarques préliminaires à propos des indications géographiques	129
1.2. Différents régimes de protection des noms géographiques	131
1.2.1. Protection des noms géographiques par le régime des marques	133
1.2.2. Protection <i>sui generis</i> des noms géographiques	136
1.3. Un droit individuel ou collectif, privé ou public ?	138

II. L'indication géographique institue un droit de propriété validant la qualité liée à l'origine.....	140
2.1. Conditions d'enregistrement d'une indication géographique	140
2.1.1. Prouver le lien entre les qualités du produit et son origine géographique.....	141
2.1.2. Établir un cahier des charges pour fixer les règles de production.....	141
2.1.3. Généricité et indication géographique	144
2.2. Réduire l'asymétrie d'information en garantissant la validité de l'information transmise et la fiabilité des contrôles	145
2.2.1. Réduire l'aléa moral sur les qualités typiques	146
2.2.2. Installer les conditions d'une concurrence loyale entre produits	150
2.2.3. Un État garant de la qualité.....	151
III. L'indication géographique : un dispositif institutionnel permettant de renforcer l'action collective.....	154
3.1. Organisation des producteurs dans les dynamiques d'indications géographiques	154
3.2. Coordinations d'acteurs pour l'établissement du cahier des charges et <i>post</i> -enregistrement	157
IV. Conditions de fonctionnement des IG et moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale	158
4.1. Conditions institutionnelles de fonctionnement des indications géographiques.....	158
4.2. Importance du moment d'intervention de l'IG dans le processus de qualification territoriale . ..	161
CHAPITRE 4 - Posture de recherche et méthodologie.....	167
I. Démarche générale	169
1.1. Une recherche qualitative et pluridisciplinaire pour analyser les processus d'émergence ..	169
1.2. La comparaison, du choix à la posture de recherche	170
1.3. Une recherche ancrée dans le terrain, à la poursuite d'un modèle	172
1.3.1. Principes généraux de la théorie ancrée	172
1.3.2. « Le terrain ? C'est ce qui résiste », ou l'expérience du modèle	173
II. Construction du dispositif d'enquête et choix des terrains.....	180
2.1. Finalité et niveaux de la comparaison détermine le référentiel de la comparaison	181
2.1.1. La finalité détermine le référentiel de la comparaison	181
2.1.2. Réaliser une enquête en articulant plusieurs niveaux de comparaison	182
2.2. Modes et stratégie de comparaison mobilisés dans la thèse	183
2.2.1. Différents modes de comparaison combinés.....	183
2.2.2. Quelle stratégie de comparaison ?	185
2.3. Le choix de l'Indonésie et du Vietnam	188
2.4. Partenariats scientifiques et institutionnels de la thèse.....	192
2.5. Sélection des expériences locales d'indications géographiques	193
2.5.1. Méthode d'échantillonnage pour les expériences locales d'IG	193
2.5.2. Repérage de la diversité des expériences locales d'IG lors du premier passage sur le terrain	194
2.5.3. Sélection des expériences locales d'IG pour l'enquête approfondie.....	200
III. Matériel et méthode de collecte et de traitement des données	203
3.1. Des compromis dans la conduite du dispositif d'enquête	203
3.2. L'entretien semi-directif comme outil principal de recherche qualitative	205
3.3. Documentation sur les indications géographiques : de multiples sources d'information ...	210

3.4.	Collecte de données complémentaires.....	214
3.5.	Saturer les catégories centrales d'analyse	215
3.6.	Rédiger une analyse comparative combinant plusieurs niveaux	218
3.6.1.	Une mise en regard entre l'Indonésie et le Vietnam.....	218
3.6.2.	... grâce à la lecture croisée de plusieurs expériences locales d'indications géographiques..	219

DEUXIEME PARTIE

Émergence des indications géographiques en Indonésie et au Vietnam 221

CHAPITRE 5 - Les systèmes nationaux indonésien et vietnamien des indications géographiques..... 225

I. Évolution des politiques agricoles en Indonésie et au Vietnam et paysage institutionnel 227

1.1.	De l'indépendance à l'unité nationale	229
1.2.	Le développement agricole au centre des priorités.....	234
1.3.	Avènement du modèle de développement agricole, soutien aux exportations et désengagement progressif de l'État	239
1.4.	Comment renforcer la durabilité et la qualité dans les systèmes alimentaires ?	244
1.4.1.	Limites du modèle agroalimentaire « dominant »	245
1.4.2.	Une agriculture « <i>sustainable</i> » et un monde rural remis au centre des politiques publiques .	246
1.4.3.	Alimentation et « <i>quality turn</i> » en Asie ?	248
1.4.4.	Statut et moyens accordés à l'agriculture	255

II. Le système national des indications géographiques en Indonésie..... 261

2.1.	Étapes de la construction du dispositif national des indications géographiques.....	261
2.1.1.	Les indications géographiques mises à l'agenda	261
2.1.2.	Elaboration progressive du cadre juridique	263
2.2.	Le dispositif actuel de protection des indications géographiques.....	266
2.2.1.	Les organes publics compétents sur les indications géographiques	266
2.2.2.	Conditions, procédure et effets de l'enregistrement d'une indication géographique	269
2.2.3.	Modalités générales de mise en œuvre du dispositif.....	272
2.3.	Utilisation du dispositif des indications géographiques en Indonésie depuis 2007	276
2.3.1.	Un travail autour des terroirs de café indonésiens	277
2.3.2.	Tour d'horizon des indications géographiques indonésiennes	279
2.3.3.	Évolutions attendues du dispositif	282

III. Le système national des indications géographiques au Vietnam 284

3.1.	Étapes de la construction du dispositif national des indications géographiques.....	284
3.1.1.	Protection des dénominations géographiques par les appellations d'origine.....	285
3.1.2.	Loi de propriété intellectuelle de 2005, indications géographiques et marques de nature collective	286
3.2.	Le dispositif actuel de protection des indications géographiques.....	288
3.2.1.	Les organes publics compétents sur les indications géographiques	288
3.2.2.	Conditions, procédure et effets de l'enregistrement.....	289
3.2.3.	Mise en œuvre du dispositif et soutien des dynamiques locales sur les indications géographiques	291
3.3.	Utilisation du dispositif des indications géographiques au Vietnam depuis 1996.....	297

CHAPITRE 6 - Expériences locales de mise en place d'indications géographiques	303
I. Le café arabica de Kintamani Bali (Indonésie)	305
II. Le café de Gayo (Indonésie).....	317
III. Le poivre blanc de Muntok (Indonésie).....	328
IV. Le café de Buôn Ma Thuôt (Vietnam).....	340
V. Le litchi Thieu de Thanh Hà (Vietnam).....	347
VI. Le miel de menthe de Mèo Vac (Vietnam).....	351
CHAPITRE 7 - Discussion.....	357
I. Rôle des États dans l'émergence des systèmes nationaux des indications géographiques en Indonésie et au Vietnam	359
1.1. Des systèmes nationaux de protection des dénominations géographiques opérants	359
1.2. Une action publique au-delà des exigences de l'ADPIC	362
1.3. Concevoir les indications géographiques comme des outils de développement au service de la politique agricole	365
1.3.1. Validation des multiples fonctions attendues des IG	365
1.3.2. Indication géographique et modernisation agricole.....	369
1.4. Décentralisation et dynamiques territoriales : le rôle-clé des gouvernements locaux et des associations IG.....	371
II. Processus de qualification territoriale et indication géographique	373
2.1. Temporalité du processus de qualification territoriale et indications géographiques	373
2.1.1. Des produits situés à différents moments dans les processus de qualification territoriale	374
2.1.2. Effets des indications géographiques sur les processus de qualification territoriale	376
2.2. Importance des contextes économiques des filières et des contextes politico-institutionnels des territoires	379
2.2.1. Influence du contexte économique des filières	379
2.2.2. Importance du contexte politico-institutionnel de chaque territoire.....	380
CONCLUSION GENERALE.....	385
BIBLIOGRAPHIE	393
SIGLES ET ABBREVIATIONS	417
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	419
TABLE DES MATIERES.....	421

Annexes

Titres des annexes

Annexe du chapitre 1

A1.1 – Méthodes d'évaluation des « premium de prix » pour les produits de qualité

Annexes du chapitre 3

A3.1 – Le système de l'Union de Paris et autres conventions internationales sur les indications géographiques

A3.2 – Généricité des dénominations géographiques

Annexes du chapitre 4

A4.1 – Intérêt de la comparaison et application à notre recherche en Indonésie et au Vietnam

A4.2 – Calendrier des principales étapes et activités pendant la thèse

A4.3 – Le procédé d'abduction pour stabiliser les hypothèses

A4.4 – Fiche-produit « Litchi *Thieu* de Thanh Hà »

A4.5 – Premier bilan des fonctions attendues des IG

A4.6 – Échantillonnage théorique et comparaison constante

A4.7 – Guides d'entretien

Annexes du chapitre 5

A5.1 – Décret d'application No. 51 de 2007 sur les Indications Géographiques (Indonésie)

A5.2 – Synthèse des missions d'identification sur le café Kintamani Bali

A5.3 – Liste des indications géographiques enregistrées en Indonésie

A5.4 – Compilation des textes juridiques encadrant les IG au Vietnam

A5.5 – Liste des produits de spécialités et étapes de l'enregistrement et de la gestion des IG au Vietnam (Guide des IG de 2007)

A5.6 – Liste des indications géographiques enregistrées au Vietnam

Annexes du chapitre 6

A6.1 – Techniques de transformation du café

A6.2 – Cas du projet d'enregistrement de l'IG sel d'Amed à Bali (Indonésie)

Annexe A1.1

Méthodes d'évaluation des « premium de prix » pour les produits de qualité

Plusieurs méthodes ont été mises au point pour mesurer ce consentement à payer. Les méthodes les plus simples consistent à demander directement aux consommateurs le prix maximal qu'ils seraient prêts à payer pour différents produits (dont le produit typique) que l'enquêteur se contente d'énoncer ou de présenter en utilisant des photographies. Cette méthode dite « méthode d'évaluation contingente » (Robin et al., 1998) consiste donc en un relevé des préférences directement exprimées par les individus. On parle ici de méthodes déclaratives car les consommateurs déclarent leurs intentions au travers d'un prix sans qu'aucun achat effectif ne soit réalisé par la suite.

Les enquêtes déclaratives peuvent viser une mesure du consentement à payer total en demandant aux consommateurs de déclarer un prix global pour un produit. Il est également possible de décliner progressivement les qualités spécifiques du produit, en apportant éventuellement des compléments d'information concernant le contexte socio-économique, environnemental ou technique de la production, et de demander de manière répétée le consentement à payer au fur et à mesure que le consommateur dispose de nouvelles informations sur le produit. Cette méthode d'enquête porte le nom de méthode des prix hédonistes, elle a pour finalité de distinguer les prix implicites des divers attributs d'un bien complexe. Les travaux de Lancaster sur les biens hétérogènes constituent le fondement théorique de cette méthode qui a été formalisée ensuite par Rosen (1974). La méthode des prix hédonistes est souvent utilisée pour analyser la valorisation d'actifs non marchands tels que la qualité de l'air ou la satisfaction procurée par l'observation d'un paysage naturel. Les produits typiques, du fait leurs caractéristiques immatérielles telles que l'authenticité ou la valeur patrimoniale, renferment une part non marchande qui peut être analysée grâce à la méthode des prix hédonistes (Gergaud, 1998).

Enfin, des protocoles d'économie expérimentale consistent à recréer en laboratoire les conditions d'une situation réelle d'achat. Les consommateurs reçoivent une somme d'argent en début d'expérience, plusieurs produits leur sont ensuite présentés. Les participants doivent exprimer leurs consentements à payer pour les divers produits, en fonctions d'information de plus en plus précises sur leurs qualités. Lorsque toutes les informations sur les produits sont données, on demande aux consommateurs d'exprimer leur consentement à payer définitif. En fin d'expérience, un prix est tiré

aux dés pour chaque produit. Tous les participants ayant déclaré un consentement à payer supérieur au prix tiré aléatoirement achètent véritablement le produit au prix fixé par le tirage aux dés. Les personnes ayant déclaré des consentements à payer inférieurs ne peuvent pas acheter le produit. Ce type de protocole a notamment été testé par le laboratoire d'Économie Appliquée de Grenoble sur plusieurs produits de terroir de Rhône-Alpes. Le fait que les participants achètent effectivement les produits en fin d'expérience, sauf ceux ayant déclaré un consentement à payer plus faible que le prix tiré aux dés, limite certains biais liés aux enquêtes déclaratives (Robin et al., 1998).

Références utilisées :

- Gergaud, O. (1998). Estimation d'une fonction de prix hédonistiques pour le vin de Champagne. *Economie et Prévision*, (136), 93-105.
- Robin, S., Rozan, A. et Ruffieux, B. (1998). Mesurer les préférences du consommateur pour orienter les décisions des pouvoirs publics : l'apport de la méthode expérimentale. *Economie et Prévision*, (182), 113-127.
- Rosen, S. (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Products Differentiation in Pure Competition. *The Journal of Political Economy*, 82 (1), 34-55.

Annexe A3.1

Le système de l'Union de Paris et autres conventions internationales sur les indications géographiques

Le système de l'Union de Paris est système de protection international des noms géographiques mis en place avant la signature de l'accord ADPIC en 1994. Ce système, parfois nommé système de Lisbonne (du nom du dernier Arrangement signé), est constitué de la Convention d'Union de Paris (appelée ensuite Convention de Paris), qui est une convention générale relative à la propriété industrielle, et de deux Arrangements (Madrid et Lisbonne), spécifiques à la protection des indications de provenance et des appellations d'origine. Ce système international est géré par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), basé en Suisse.

La Convention de Paris

La Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle²⁴⁹ a été signée le 20 mars 1883. Elle constitue le premier texte multilatéral en matière de protection des noms géographiques. Sept révisions majeures ont été apportées depuis lors, notamment celle de La Haye du 6 novembre 1925, qui y inclut dans les « indications de provenance et appellations d'origine ». La convention reste très générale, elle ne donne pas de définition de ce qu'est une indication de provenance ou une appellation d'origine et ne précise ni les conditions de leur protection, ni les liens entre l'origine des produits et leurs qualités. À défaut de préciser la nature et l'étendue de la protection, la convention établit un cadre général pour la répression des fausses indications de provenance. La convention n'apporte donc pas un cadre de protection positif (« ce qui doit être »), mais plutôt un cadre de protection négatif, en indiquant ce qui doit être considéré comme illicite.

La Convention de Paris régit les conditions de saisie d'importations portant une fausse indication de provenance, ce qui en fait avant tout un moyen de contrôle douanier, plus qu'un cadre de protection des indications de provenance. L'article 10(1) stipule que « Les dispositions de l'article précédent seront applicables en cas d'utilisation directe ou indirecte d'une indication fausse concernant la provenance du

²⁴⁹ Pour une version complète de la Convention de Paris, voir le site de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/text.jsp?file_id=288516 (page consultée le 04/05/15).

produit ou l'identité du producteur, fabricant ou commerçant ». L'article précédent auquel il est fait référence indique que « Tout produit portant illicitement une marque de fabrique ou de commerce ou un nom commercial [*une indication de provenance également*], sera saisi à l'importation dans ceux des pays de l'Union dans lesquels cette marque ou ce nom commercial ont droit à la protection légale » (art. 9(1)).

L'article 10*bis* définit la concurrence déloyale contre laquelle les pays de l'Union sont tenus d'assurer une protection effective. Sont notamment interdites les « indications ou allégations dont l'usage, dans l'exercice du commerce, est susceptible d'induire le public en erreur sur la nature, le mode de fabrication, les caractéristiques, l'aptitude à l'emploi ou la quantité des marchandises » (art. 10*bis*(3)-iii). Si la tromperie sur l'origine n'est pas spécifiquement mentionnée, on remarque que la tromperie sur les caractéristiques des produits est considérée comme une fraude.

Ce sont les seules dispositions prévues par le Convention de Paris en matière d'indications de provenance. La protection reste donc générale et assez limitée. Il faut souligner qu'aucune mention ne concerne les indications dites fallacieuses, c'est-à-dire les mentions qui, sans être considérées comme des usurpations complètes, génèrent une confusion chez les consommateurs. L'article 19 de la convention autorise les signataires à prendre des dispositions supplémentaires concernant les droits de propriété industrielles. Parmi les 176 pays signataires en 2015²⁵⁰, plusieurs pays ont donc complété leur cadre de protection, notamment par la signature de l'Arrangement de Madrid et de l'Arrangement de Lisbonne.

Arrangement de Madrid

Quelques années après la signature de la Convention de Paris, l'Arrangement de Madrid relatif à la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses est signé le 14 avril 1891²⁵¹.

Cet Arrangement établit pour la première fois la distinction entre une indication « fausse » et une indication « fallacieuse ». Cependant, le texte de l'Arrangement de Madrid ne fournit pas d'explications sur ce qui doit être considéré comme une indication fausse et une indication fallacieuse. À ce stade, la distinction entre fausse et fallacieuse peut se comprendre comme suit :

²⁵⁰ La liste des pays signataires est disponible sur la page internet de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?lang=fr&treaty_id=2 (page consultée le 05/05/15).

²⁵¹ Pour une version complète de l'Arrangement de Madrid, voir le site de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/text.jsp?file_id=286798 (page consultée le 04/05/15).

- Une indication de provenance est jugée *fausse* lorsque le produit porte le nom géographique mais ne provient pas de la zone géographique mentionnée. Dans ce cas, il suffit de prouver que le produit n'a pas été élaboré dans la région géographique indiquée pour constater la fraude.
- Une indication de provenance est jugée *fallacieuse* lorsqu'elle peut induire en erreur les consommateurs quant à l'origine du produit par des mentions inexactes ou imprécises.

Nous donnons plus de détails sur ce qu'est une indication de provenance fallacieuse dans la partie suivante sur l'Arrangement de Lisbonne. Les dispositions de l'Arrangement de Madrid s'appliquent aux mentions apposées directement sur les produits (et leur emballage) mais également à toute référence faite à la provenance des produits sur les étalages, dans la communication commerciale et sur des supports publicitaires (art. 3bis).

La protection assurée par l'Arrangement impose aux pays signataires de saisir à l'importation les indications fausses ou frauduleuses (art. 1(1)). Une saisie directement dans les pays producteurs avant exportation, lorsqu'ils sont signataires de l'Arrangement, est également indiquée (art. 1(2)). L'Arrangement de Madrid place donc la responsabilité du contrôle des usurpations entre les mains des États et des services des douanes au niveau de l'import/export. Aucune mesure plus contraignante portant sur les acteurs économiques eux-mêmes n'est précisée. On peut donc estimer que l'Arrangement de Madrid n'apporte finalement que peu d'avancée par rapport à la Convention de Paris. L'absence de mesure d'exécution plus contraignante explique le nombre réduit de signataires. Seulement 36 pays ont signé l'Arrangement en 2015²⁵², ce qui limite grandement ses effets.

Arrangement de Lisbonne

L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international a été signé le 31 octobre 1958 et revu à Stockholm en 1967²⁵³. Cet Arrangement porte exclusivement sur la protection des appellations d'origine (il n'est plus ici question d'indications de provenance).

²⁵² La liste des pays signataires est disponible sur la page internet de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?lang=fr&treaty_id=3 (page consultée le 05/05/15). Les États-Unis, l'Australie, l'Argentine et le Chili notamment ne sont pas signataires. Cela peut être une conséquence de l'Article 4 qui retire aux pays le droit de juger de la généricité pour les « appellations régionales de provenance des produits vinicoles » (les tribunaux nationaux restant seuls juges de la généricité pour tous les autres produits). Cette exception, excluant la généricité pour les vins, impose donc aux signataires de reconnaître et protéger toutes les appellations vinicoles.

²⁵³ Pour une version complète de l'Arrangement de Lisbonne, voir le site de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/text.jsp?file_id=285857 (page consultée le 05/05/8/15).

Contrairement aux accords précédents, les appellations d'origine sont ici définies, « On entend par appellation d'origine, (...), la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains » (art. 2(1)). On note que la définition retenue est largement inspirée de la notion de terroir, mettant en avant les qualités du produit et le lien entre ces qualités et les facteurs (naturels ou humains) composants le terroir.

La protection prévue est élevée, dépassant largement les mesures douanières relatives aux importations prévues par la Convention de Paris et l'Arrangement de Madrid. En vertu de l'article 3, « La protection sera assurée contre toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "façon", "imitation" ou similaires ». Les indications fallacieuses sont ici indirectement définies. Elles peuvent être des imitations de noms géographiques dont une lettre a été modifiée, des traductions, des noms géographiques connus précédés des mentions délocalisantes telles que « style », « façon » « type », ou encore des produits portant une fausse indication mais mentionnant également la véritable provenance du produit (par exemple, « Médoc produit en Italie »). Plus difficile à constater, la confusion des consommateurs peut également porter sur les caractéristiques du produit. Prenons l'exemple d'un nom géographique réputé comme le Champagne, un produit peut provenir effectivement de la région de Champagne mais ne pas présenter les caractéristiques attendues pour ce produit du fait de pratiques de production différentes de celles mises en œuvre traditionnellement par les producteurs du vin pétillant bien connu. Cette indication est alors jugée fallacieuse car elle utilise de manière illégitime le renom d'une indication géographique connue, entraînant une confusion chez les consommateurs.

Une appellation enregistrée bénéficie d'une protection indéfinie dans le temps. Selon l'article 6, une appellation enregistrée ne peut plus devenir générique. En outre, l'Arrangement de Lisbonne prévoit l'établissement d'un système international d'enregistrement des appellations d'origine dont la gestion est confiée à l'OMPI. Deux conditions permettent l'enregistrement d'une appellation d'origine dans ce système international :

1. L'appellation doit être reconnue au préalable dans son pays d'origine (art. 1(2)). Cette condition établit indirectement comme condition supérieure que le pays en question reconnaisse les appellations d'origine et dispose d'un système de protection.

2. L'enregistrement est soumis à un examen formel de la demande par le Bureau de l'OMPI. Ceci implique là encore une condition supérieure pesant sur les pays signataires : afin de satisfaire à l'article 2 définissant les appellations d'origine, les pays signataires de l'Arrangement doivent donc être en mesure de justifier d'une évaluation substantive portant sur les liens entre terroir et qualités des produits réalisée nationalement.

Compte tenu de ces deux conditions, il apparaît que l'Arrangement de Lisbonne s'adresse en priorité aux pays qui disposent déjà d'un système national de reconnaissance et protection des appellations d'origine élaboré et opérant. Ces conditions étant remplies par un nombre restreint de pays, on comprend que seulement 28 pays aient signé l'Arrangement de Lisbonne²⁵⁴.

Une fois les conditions précédemment citées remplies, le fonctionnement de l'Arrangement de Lisbonne se révèle tout à fait avantageux. Lorsqu'une demande d'enregistrement est jugée conforme par l'OMPI, le Bureau valide l'appellation d'origine et transmet une notification à tous les pays signataires qui sont alors tenus de protéger cette nouvelle appellation sur leur territoire²⁵⁵. Enfin, un autre volet très contraignant de la protection prévue par l'Arrangement de Lisbonne, est que les pays disposent d'un délai de deux ans suivant l'enregistrement, pour annuler toute utilisation de la mention désormais protégée (art. 5(6)). Ceci s'applique notamment à une marque enregistrée précédemment.

Les deux Arrangements de Madrid et de Lisbonne sont toujours en vigueur et sont gérés par l'OMPI. Toutefois, leur fonctionnement reste limité du fait du nombre restreint de pays signataires. Bien que quelques nouveaux membres soient comptabilisés depuis 1994²⁵⁶, le cadre international de référence est désormais l'ADPIC qui protège les indications géographiques. La notion d'appellation d'origine reste valide dans les pays qui disposaient d'un cadre juridique de protection antérieur à la signature de l'ADPIC en 1994.

Autres Conventions internationales relatives aux appellations d'origine

D'autres conventions ou accords ont été signés en parallèle du système de l'Union de Paris. Ces accords, signés par un nombre restreint de pays, prévoient un niveau de protection élevé pour certaines

²⁵⁴ La liste des pays signataires est disponible sur la page internet de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?lang=fr&treaty_id=10 (page consultée le 05/05/15).

²⁵⁵ Un délai d'un an est respecté avant que la protection devienne active. Dans ce délai, les pays signataires peuvent opposer un refus à l'enregistrement au motif que l'appellation est générique dans leur territoire ou qu'elle a déjà été enregistrée dans son pays (art. 5(3)).

²⁵⁶ Notons la signature de l'Arrangement de Lisbonne par le Monténégro, l'Iran et le Nicaragua en 2006, le Pérou en 2005, la Bosnie-Herzégovine en 2013.

appellations d'origine, plus précisément pour les dénominations géographiques protégées par certaines familles de produits.

La Convention Internationale pour l'utilisation des appellations d'origine et dénominations pour les fromages, également appelée Convention de Stresa, a été signée en 1951. Huit pays²⁵⁷ avaient initialement ratifié la Convention, par la suite, le Danemark, la Norvège et la Suède se sont retirés dans la Convention. Les pays Membres s'engagent à interdire d'utilisation de fausses indications de provenance sur leur territoire. La Convention de Stresa différencie deux groupes de dénominations. Le premier groupe comprend quatre dénominations, considérées comme des appellations d'origine, qui bénéficient d'un niveau de protection élevé (il s'agit des appellations *Gorgonzola*, *Parmigiano Reggiano*, *Pecorino Romano* et Roquefort). Ces appellations d'origine ne peuvent être apposées que sur des fromages exclusivement élaborés dans la zone géographique indiquée. Le second groupe de dénominations (comprenant notamment Brie, Camembert, *Danablu*, *Edam*, Gruyère et *Pinzgauer Berkäse*) bénéficie d'un niveau plus faible de protection : les pays signataires peuvent utiliser ces dénominations lorsque le produit respecte certains critères portant sur « la forme, le poids, les dimensions, le genre et la couleur de la croûte ainsi que de la pâte, de même que sur la teneur en matière grasse du fromage » (art. 4(2)). Ce second groupe a été créé car, au moment de la signature de la convention, ces noms géographiques ont été considérés comme « quasi-génériques ». Ils étaient déjà utilisés pour des fromages présentant certains critères reconnaissables, mais ayant été élaborés à l'extérieur de la zone indiquée²⁵⁸.

Une série d'accords internationaux porte sur les dénominations géographiques apposées sur des huiles d'olive (Accord International sur l'Huile d'Olive (1956), suivi de l'établissement du Conseil International de l'Huile d'Olive (1959), suivi de l'Accord International sur l'Huile d'Olive et les Olives de Table (1986)). La dernière révision de l'accord étant l'Accord International de 2005 sur l'Huile d'Olive et les Olives de Table, signé dans le cadre de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement²⁵⁹. Selon l'article 22(3), « Les Membres s'engagent à analyser en détail la définition des dénominations et des indications géographiques pouvant revêtir un intérêt économique

²⁵⁷ Ces pays sont l'Autriche, le Danemark, la France, l'Italie, Les Pays-Bas, la Norvège, la Suède et la Suisse.

²⁵⁸ Pour certains fromages de ce second groupe, la protection a par la suite changé avec l'enregistrement en tant qu'IGP ou AOP au niveau européen. C'est par exemple le cas de l'*Edam* hollandais enregistré en IGP en 2010 et de l'AOP Camembert de Normandie enregistrée en 1996.

²⁵⁹ Le texte complet de l'accord est disponible sur internet à l'adresse : http://unctad.org/fr/docs/tdoliveoil10d6_fr.pdf (page consultée le 05/05/15). Cet accord a été signé par 19 pays (l'Albanie, l'Algérie, l'Allemagne, la Belgique, l'Égypte, l'Espagne, la France, la Fédération de Russie, la Grèce, l'Iraq, l'Iran, l'Italie, la Jordanie, le Luxembourg, le Maroc, la République dominicaine, la République Tchèque, le Tunisie, la Turquie).

pour eux, ainsi que les dispositions légales nationales minimales nécessaires en vue d'assurer ou assurant la protection de ces indications géographiques. À cette fin, le Conseil oléicole international fournit les moyens d'établir un système de reconnaissance mutuelles desdites indications ». De plus, selon l'article 22(6), les Membres s'engagent à « (...) établir un système de reconnaissance mutuelle des indications géographiques » afin de protéger ces indications et réprimer les mentions pouvant « constituer de fausses indications ou prêter à confusion sur l'origine, la provenance ou la qualité des huiles d'olives ».

Accords bilatéraux concernant les Indications géographiques

Une autre voie de protection des appellations d'origine consiste en la signature d'accords bilatéraux entre deux pays (ou groupe de pays dans le cas de l'UE) ou d'accords régionaux. Ces accords bilatéraux ont commencé à voir le jour dans les années 1960. Avant la signature de l'ADPIC en 1994, compte tenu de l'absence d'un cadre international de protection (le système de Lisbonne été appliqué par peu de pays), deux États souhaitant s'engager mutuellement pour la protection de certaines dénominations géographiques pouvaient le faire au moyen d'un accord bilatéral. Le recours à ces accords bilatéraux a été moindre à partir de 1994, du fait du développement de la mise en œuvre de l'ADPIC. En règle générale, ces accords précisent une liste des appellations d'origine, indications de provenance ou indications géographiques, selon le terme utilisé, pour lesquelles les deux pays s'engagent à assurer une protection. Nous relevons en particulier l'Accord entre l'Allemagne et la France de 1960 sur la protection des Indication de Provenance, appellations d'origine et autres Dénominations Géographiques ; le Traité de Libre Échange Nord Américain de 1992 ; l'Accord entre l'UE et la Hongrie sur le Commerce des Vins de 1994 et l'Accord entre l'UE et l'Australie sur le Commerce des Vins de 1994.

Pour conclure, il convient de noter que les divisions au sein de l'OMC, entre les pays favorables à une protection élevée et spécifique des IG (système *sui generis*) et ceux penchant pour le régime des marques, n'ont pas permis de faire évoluer le cadre international de protection des IG. Le blocage des négociations autour des IG à l'OMC peut expliquer la recrudescence constatée depuis 2010 des accords bilatéraux en la matière.

Annexe A3.2

Généricité des dénominations géographiques

Pour Giovannucci et al. (2009), un nom géographique devenu générique « a perdu son association *exclusive* avec un lieu [...]. Bien qu'il renvoie au lieu ou à la région où les produits sont initialement fabriqués, ce nom d'endroit désigne à présent non pas un produit donné lié à son origine, mais la catégorie de produits qui ne proviennent pas nécessairement de la région nommée » (p. 124).

À titre d'exemple, la dénomination « Cheddar », pour du fromage produit en Angleterre, est aujourd'hui considérée comme générique. Kerr (2006) explique que le produit a perdu son lien avec l'origine, qu'il n'existe pas de production significative de fromage dans la région de Cheddar, et que la dénomination est aujourd'hui passée dans le domaine public. De même, les dénominations « Camembert » et « moutarde de Dijon » ont été reconnues génériques respectivement en 1926 et 1929 au motif que leur fabrication ne dépend plus de facteurs liés au terroir. Leur définition n'est plus rattachée à l'origine mais uniquement à leur composition.

Les noms géographiques devenus génériques ne peuvent pas plus être protégés par une indication géographique. L'Accord ADPIC ne définit pas précisément le concept de généricité, mais traite indirectement de la question dans deux articles. Selon l'article 24(6), aucun Membre n'est tenu d'appliquer les dispositions sur les IG pour « [...] les produits ou services dont l'indication géographique pertinente est identique au terme usuel employé dans le langage courant comme un nom commun de ces produits ou services sur le territoire de ce Membre ». L'article 24(9) ajoute qu'« Il n'y aura pas d'obligation en vertu du présent accord de protéger les indications géographiques [...] tombées en désuétude dans [leur] pays ». La réglementation européenne est plus claire sur la question de la généricité, « Les dénominations génériques ne peuvent être enregistrées en tant qu'appellations d'origine protégées ou indications géographiques protégées » (Règlement UE N° 1151/2012, art. 6(1)). La transcription des dispositions de l'ADPIC concernant la généricité a été faite de manière similaire dans l'immense majorité des systèmes juridiques. Audier (1998, 2003) fait une analyse des cadres réglementaires de nombreux pays et conclut que la généricité jouit d'une « définition quasiment universelle ».

Nous retenons l'idée d'évolution dans le concept de généricité. Les termes ne sont pas initialement génériques, ils le deviennent, par un phénomène de dégénérescence. Il est quelque peu étrange de constater que la généricité, qui entraîne l'impossibilité de protection, intervient lorsqu'un nom devient extrêmement connu, tellement connu que le lien à l'origine se perd au profit d'une définition générale du produit. Pour Roubier (1954)²⁶⁰, la généricité apparaît dès lors que « nous sommes en présence d'une appellation géographique qui a consacré l'excellence de certains produits, ou de certains procédés de fabrication ; et la réputation de ces produits ou de ces procédés est devenue si forte que l'on ne désignera plus, dans les transactions, des produits ayant de telles qualités ou préparés dans de telles conditions que sous cette dénomination géographique, qui ne sera plus alors une indication de provenance, mais une appellation générique et nécessaire. »

Das (2010) estime que la généricité des termes géographiques est à analyser au regard des épisodes de migrations passés, en particulier ceux du XIX^{ème} siècle ayant conduit au déplacement de milliers d'agriculteurs européens vers les Amériques et plus largement vers les pays du Nouveau Monde. Dans leurs migrations, ces populations ont transporté avec eux leurs savoir-faire de production et de transformation, qu'ils ont pu mettre en œuvre dans d'autres régions du monde, soit en produisant sur place les matières premières, soit en les important pour les transformer ensuite. Les produits ainsi élaborés ont pu être commercialisés avec la mention géographique initiale, en référence à un procédé de fabrication connu et reproduit par les producteurs.

Certains noms géographiques reconnus et protégés en Europe depuis des décennies, tels que Champagne, Chablis ou *Gorgonzola*, ont ainsi été utilisés pour des produits élaborés dans d'autres régions du monde, car ces noms étaient jugés génériques, leur utilisation étant entendue comme une référence à un type de produit et non une région de production (Das, 2010). Le problème peut être particulièrement marqué dans le cas de produits d'artisanat pour lesquels la spécificité est principalement liée à des savoir-faire, et dans une moindre mesure à des conditions naturelles locales. Sur ce point, des travaux attestent que si les savoir-faire particuliers sont transmissibles entre générations (dans le temps), ils ne sont pas facilement transférables au sens de transportables dans l'espace (Casabianca et De Sainte Marie, 1997). Ce type d'utilisation de dénominations géographiques peut rester dans l'ombre pendant de nombreuses années, jusqu'à ce que les producteurs effectivement installés dans la région en question tentent de protéger la dénomination dans le pays étranger. Évaluer la généricité s'avère alors compliqué, il s'agit de vérifier si le lien à l'origine a été perdu ou non, c'est-à-

²⁶⁰ Roubier, P. (1954). Le droit de la propriété industrielle, Tome 2, Paris, p. 817.

dire, si les consommateurs perçoivent la dénomination comme un gage de qualités typiques liées à l'origine ou bien comme une référence à un type de produit (recette, composition générale...).

La genericité de dénominations est à l'origine de conflits juridiques internationaux importants (O'Connor, 2004). Chaque partie étant persuadée du bien fondé de sa position, comme en témoignent les activités du *Consortium for Common Food Names* qui tentent de faire reconnaître la genericité de certaines dénominations. Le *Consortium for Common Food Names*²⁶¹ est une alliance internationale indépendante à but non lucratif fondée suite aux désaccords entre l'UE et les États-Unis sur la question des IG dans les négociations à l'OMC. Le consortium compte notamment parmi ses membres des industriels des filières lait et fromages américaines et australiennes.

Selon Vivas-Eugui et Spennemann (2006), la pire situation pour une dénomination géographique est de devenir générique dans certains marchés. Une fois enregistrée en tant qu'IG, une dénomination géographique ne peut pas devenir générique.

Références utilisées :

- Audier, J. (1998). Génériques et semi-génériques. *Bulletin de l'OIV*, 71(809-810), --- (2003). Indications géographiques : le virus 'générique'. *Propriétés intellectuelles*, -(8), 252.
- Casabianca, F. et De Sainte Marie, C. (1997). Concevoir des innovations pour des produits typiques. *52nd Seminar of the European Association of Agricultural Economists, EU typical and traditional productions : rural effects and agro-industrial problems*, Parma, 19-21 juin 1997.
- Das, K. (2010). Geographical Indications at the WTO: An Unfinished Agenda. Discussion Paper, N° 162, Research and Information System for Developing Countries, 82.
- Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B. et Yeung, M. T. (2009). *Guide des IG : faire le lien entre les produits et leurs origines*. Centre du Commerce International, 221.
- Kerr, W. A. (2006). Enjoying a Good Port with a Clear conscience: Geographic Indicators, Rent Seeking and Development. *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 7(1), 1-14.
- O'Connor, B. (2004). *The Law of Geographical Indications*. Londres: Cameron May.
- Vivas-Eugui, D. et Spennemann, C. (2006). The Treatment of Geographic Indicators in Recent Regional and Bilateral Free Trade Agreements. *Project de la CNUCED/ICTDS sobre la propiedad intelectual y el desarrollo sostenible, Diálogo Regional sobre Propiedad Intelectual, Innovación y Desarrollo Sostenible*, Costa Rica, 10-12 mai 2006.

²⁶¹ Leur site internet est accessible à l'adresse : <http://www.commonfoodnames.com/> (page consultée le 16/05/2014).

Annexe A4.1

Intérêt de la comparaison et application à notre recherche en Indonésie et au Vietnam

La comparaison en sciences sociales

La comparaison est une méthode de recherche couramment utilisée, pourtant elle fait moins souvent l'objet d'une réflexion méthodologique ou épistémologique sur ses usages (Vigour, 2005). Le détour épistémologique que nous avons mené, notamment au cours des deux premières années de thèse, a mis en lumière l'intérêt des démarches comparatives. En citant le célèbre précepte de Durkheim « on n'explique qu'en comparant », De Verdalle et al. (2012) rappellent que le raisonnement comparatif est à l'origine des sciences sociales. « La comparaison est presque partout implicitement dans les travaux de sciences sociales » (Darmon, 2008).

L'idée de la thèse a germé à la suite du stage de master précédemment évoqué et effectué en Indonésie. Le choix de la comparaison est d'abord apparu tout à fait évident au regard du terrain. La littérature grise sur le développement des IG dans les autres pays de la région permettait déjà d'entrevoir l'intérêt de comparer les IG dans cette zone. L'Asie du Sud-Est offre une occasion d'observer des dynamiques contrastées et des diversités étonnantes dans un espace relativement réduit. Délimiter l'ASE comme un ensemble géographique, malgré sa diversité, entraîne à s'intéresser « à la fois à ce qui l'unit et à ce qui la fractionne » (Dover, 2004). Les parallèles entre l'ASE et les pays méditerranéens sont fréquents, les échanges entre pays sont anciens et nombreux, les cultures à la fois proches et différentes et le sentiment d'un espace cohérent est sans cesse remis en question par un fait inattendu. En accord avec Forest (2004) « l'approche comparatiste, si valorisée aujourd'hui dans les discours relatifs à la méthodologie de la recherche, paraît assez évidente dès lors que l'on étudie une aire aussi diversifiée que l'Asie du Sud-Est ». Selon Goudineau (2011), un des intérêts du comparatisme en ASE tient à la pluriethnicité constitutive de presque tous les pays de la région²⁶².

²⁶² « Qu'il s'agisse de réseaux d'immigration chinois, indiens, hmong, bugis, etc., de populations considérées porteuses de culture, de religions importées ou d'autres transfrontalières, etc., on voit bien, comment un double éclairage local et international est presque toujours requis » (Goudineau, 2011, p. 420).

Pour autant, les études comparatives en ASE sont majoritairement quantitatives. Dès lors qu'il s'agit de travailler sur les logiques, les systèmes, le pouvoir ou les relations sociales, « le volontarisme comparatiste s'émousse » (Forest, 2004). Dans la même idée et à l'échelle de tout le continent asiatique, Goudineau (2011) regrette que « Paul Mus [ait] été l'un des derniers à tenter de penser l'Asie comme un tout : de l'Indus au Japon, du Tibet à l'archipel Indonésien ». Pour ces auteurs, une explication réside peut-être dans les dérives des approches comparatives (diffusionnisme, darwinisme social, justification des colonialismes...). Il nous semble sur ce point que la *finalité* de toute comparaison est un point sur lequel le chercheur qui souhaite comparer doit se pencher très tôt.

Au-delà de l'intérêt épistémologique, nous nous sommes posé plus directement la question de la comparaison en sciences économiques et des implications de cette démarche. Chavance et al. (1999), parlent de deux siècles de comparatisme sur les grands systèmes économiques capitalistes et socialistes et observent que « la fin des systèmes socialistes et les mutations en cours des systèmes capitalistes conduisent aujourd'hui à une remise en perspective des analyses historiques et théoriques et permettent un renouvellement de la réflexion sur l'émergence, l'évolution et la transformation des grands systèmes économiques dans l'histoire du temps présent » (p. 1). En dehors de la comparaison des grands systèmes économiques, les références à d'autres types de comparaison sont relativement moins nombreuses. La question de l'*échelle, ou niveau de la comparaison* en sciences économiques est apparue comme un élément important.

Se distancier de l'expérience européenne des appellations d'origine

La rupture épistémologique avec des réalités familières procède de l'«étonnement sociologique» (Mendras, 1995, p. 81). Certains terrains sont teintés d'une note « exotique » et il pèse sur eux un « soupçon d'irréductible singularité » (De Verdalle et al. 2012, p. 11). Notre volonté, en choisissant la comparaison était bien de chercher à déconstruire l'exceptionnalité quand elle devait l'être, sans la passer sous silence, et d'éviter autant que possible de généraliser des observations particulièrement dépendantes d'un contexte spécifique. L'Indonésie et le Vietnam se sont révélés être deux exemples tout à fait aptes à générer cette distanciation utile au chercheur.

Nous avons déjà éprouvé les vertus de l'étonnement sociologique en Indonésie. Le plus grand archipel du monde, qui « hésite entre le dynamisme de l'Asie et la langueur de l'Océanie » (Honorine, 2013, p.12), incarne bien sa devise nationale (« Unité dans la diversité ») et donne souvent le sentiment de constituer un monde en soi. Les régions de l'ouest, dont les îles appartiennent géographiquement à l'Asie, laissent, entre autres, le souvenir de « islam souriant », selon une formule fréquemment

employée. Des cultures diverses s’y mêlent depuis le nord de Sumatra et ses ethnies aujourd’hui musulmanes ou protestantes et fières de leur héritage matriarcal, jusqu’à Bali, l’île des Dieux, qui redouble d’efforts pour gérer l’affluence touristique, la pollution et l’entretien des milliers de temples hindous à l’esthétique fascinante. Entre Sumatra et Bali, sur l’île de Java, se trouve Jakarta, capitale gigantesque avec des 20 millions d’habitants²⁶³. On s’y déplace sans système public de transport en commun et les embouteillages quotidiens génèrent une véritable économie basée sur la vente de tous les produits susceptibles d’intéresser une personne contrainte de rester dans une rue peu connue pour une durée indéterminée (nourriture, boisson, pansements, kit de toilette, journaux, crédit de téléphone...). À l’est de Bali, on traverse la ligne biogéographique de Wallace et l’on entre dans l’espace océanien. Plus de tigres, ni d’éléphants, mais des oiseaux du paradis et des fleurs géantes. Les cultures sont toutes aussi variées qu’à l’ouest, depuis les villages flottants des pêcheurs des Célèbes, aux papous de Jayapura. La diversité indonésienne donne à voir de multiples spécificités, après quelques mois de recherche en Indonésie, les différences entre Java et Sulawesi peuvent apparaître plus frappantes qu’entre Bandung et Paris.

En arrivant à Hanoi depuis Jakarta (environ trois heures de vol), on est saisi immédiatement par la sensation d’être dans un ailleurs. Les influences indiennes, hollandaises et australiennes de l’Indonésie laissent place aux influences chinoises, françaises et américaines. Si le monde indonésien est globalement partagé entre l’ouest et l’est, le monde vietnamien se partage entre le nord et le sud. Trois grandes régions sont classiquement distinguées. Dans le Tonkin au nord, bordé par la Chine, se trouvent la capitale Hanoi et la région du delta du fleuve Rouge. Le centre (appelé l’Annam) est constitué de hauts plateaux et accueille la ville d’Hué, ancienne capitale impériale du Viêt Nam (1802 – 1945) située juste au sud du 17^{ème} parallèle. Les régions du sud, correspondant à l’ancienne province de Cochinchine, accueillent le delta du Mékong. Au sud du pays se trouve la ville d’Hô-Chi-Minh-Ville, sur les rives de la rivière Saigon, dont elle porta le nom jusqu’en 1975. Hô-Chi-Minh-Ville, ou Saigon, est la capitale économique du pays et peut-être la ville vietnamienne qui ressemblerait le plus à une ville indonésienne, par sa taille et sa physionomie. À notre arrivée au Vietnam, le dépaysement était tel qu’il aura mis du temps à se transformer en un étonnement sociologique. Vivre et travailler à Hanoi (2,6 millions

²⁶³ Entre 20 et 30 millions selon les méthodes de recensement. Jakarta a englobée en quelques dizaines d’années les cinq plus grandes villes du pays pour former une seule métropole, le grand Jakarta, que les Indonésiens appellent *Jabotabek* (Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi et Depok). La seconde plus grande ville est Bandung (deux millions d’habitants), également sur Java. Si toute l’Indonésie connaissait la même concentration de population que Java, on compterait plus d’Indonésiens que de Chinois sur la planète. Mais si l’archipel entier avait la concentration de sa région la plus orientale, la Papouasie, alors la population indonésienne serait équivalente à celle de la Suisse (Honorine, 2013).

d'habitants) dans un environnement fait de ruelles pavées et bruyantes dans le vieux quartier *Hoan Kiem*²⁶⁴, d'axes saturés en deux roues en tous genres, de lacs et d'une autoroute déserte, peut se révéler plus compliqué que de supporter la pollution de Jakarta, ses quatre heures de transports quotidiens et ses rendez-vous de travail reportés à 21 heures pour cause d'embouteillages. Se déplacer de Hanoi à Saïgon permet de ressentir la diversité et la richesse des cultures vietnamiennes. Changer de quartier dans Hanoi peut provoquer le même effet.

Comparaison et mondialisation

Le regain d'intérêt actuel pour les approches comparatives pourrait passer pour un effet de mode. Mais si l'on regarde le contexte dans lequel il intervient, on peut voir un lien entre la mondialisation (des connaissances, de l'économie, des échanges...) et l'intérêt renouvelé de mettre en perspective des observations issues de différents terrains.

La période actuelle de mondialisation a souvent été décrite comme une « américanisation ». Si les signes sont toujours présents (grandes marques, industrie musicale et cinématographique...), on assisterait à une montée de certains pays d'Asie, en particulier de la Chine et de l'Inde, comme « nouveaux mondialisateurs », si bien que la mondialisation pourrait bientôt être renommée « asiatisation »²⁶⁵. Ferrari et Ivanoff (2011), se demandent si la globalisation est ethnocidaire. Ils observent d'abord une tendance à rechercher l'authentique et des « mondes en voie de disparition » présente dans diverses sociétés, comme pour contrer une mondialisation engloutirait tout sur son passage. Ils interprètent ensuite cette tendance comme un mouvement « d'interethnicité » inscrit dans le temps, par lequel les sociétés intègrent certains éléments et en rejettent d'autres. La mondialisation n'apparaît donc pas plus ethnocidaire que ce qu'elle est productrice de particularités et d'identités et encourage les chercheurs en sciences humaines à la comparaison. Le phénomène de mondialisation pose la question des niveaux pertinents d'analyse. Elle est ainsi parfois invoquée pour justifier un dépassement du cadre national (Werner et Zimmermann, 2003). Les régulations se joueraient désormais aux niveaux international ou local, ce qui affaiblirait le poids de l'échelon national. Les approches comparatives combinant plusieurs niveaux de comparaison peuvent permettre d'évaluer la force des régulations en fonction des différents niveaux.

²⁶⁴ Ce quartier du centre ville d'Hanoi est également appelé quartier des 36 rues, chacune correspondant à une corporation (poteries, vaisselle, pierres tombales, échelles en bambou, lunettes, cartes postales... chaque rue est dédiée à un métier). Hoan Kiem est le cœur historique d'une ville marchande qui a fêté son millénaire en 2010 (<http://fr.hanoi.vietnamplus.vn/Home/1000yearstl.vnplus>).

²⁶⁵ « Mondialisation ou asiatisation ? », Chanda, N. (2011), *Revue Sciences Humaines* n° 231, en ligne : <https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2011-11-page-25.htm> (page consultée le 12/09/2015).




Références utilisées :

- Audier, J. (1998). Génériques et semi-génériques. *Bulletin de l'OIV*, 71(809-810), --- (2003). Indications géographiques : le virus 'générique'. *Propriétés intellectuelles*, -(8), 252.
- Bresson, A. (2013). Geographical Indications & territorial development : an analysis of the Code of Practices implications - Two case studies in Indonesia - Sikka tenun ikat and Amed salt. Mémoire de Master pour l'obtention du Diplôme Ingénieur Spécialité Systèmes agricoles et agro-alimentaires durables au Sud (SAADS). Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 142.
- Casabianca, F. et De Sainte Marie, C. (1997). Concevoir des innovations pour des produits typiques. *52nd Seminar of the European Association of Agricultural Economists, EU typical and traditional productions : rural effects and agro-industrial problems*, Parma, 19-21 juin 1997.
- Chavance, B., Magnin, E., Motamed-Nejad, R. et Sapir, J. (1999). La comparaison des grands systèmes : l'économie comme science sociale. In: B. Chavance, E. Magnin, R. Motamed-Nejad, et J. Sapir (eds.), *Capitalisme et socialisme en perspective. Évolution et transformation des systèmes économiques*. Paris: La Découverte, 11-23.
- Darmon, M. (2008). La notion de carrière : un instrument interactionniste d'objectivation. *Politix*, 21(82), 149-167.
- Das, K. (2010). Geographical Indications at the WTO: An Unfinished Agenda. Discussion Paper, N° 162, Research and Information System for Developing Countries, 82.
- De Verdalle, L., Vigour, C. et Le Blanc, T. (2012). S'inscrire dans une démarche comparative. Enjeux et controverses. *Terrains et Travaux*, -(21), 5-21.
- Dover, S. (ed.) (2004). *Réfléchir l'Asie du Sud-Est. Essai d'épistémologie*. Paris: Les Indes Savantes.
- Ferrari, O. et Ivanoff, J. (2011). La globalisation est-elle ethnocidaire ? In: J. F. Sabouret (ed.) *L'Asie-Monde. Chroniques sur l'Asie et le Pacifique, 2002-2011*. Paris: CNRS Editions, 105-110.
- Forest, A. (2004). De l'Asie du Sud-Est et du comparatisme. In: S. Dover (ed.) *Réfléchir l'Asie du Sud-Est. Essai d'épistémologie*. Paris: Les Indes Savantes, 123-140.
- Gergaud, O. (1998). Estimation d'une fonction de prix hédonistiques pour le vin de Champagne. *Economie et Prévision*, -(136), 93-105.
- Giovanucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B. et Yeung, M. T. (2009). *Guide des IG : faire le lien entre les produits et leurs origines*. Centre du Commerce International, 221.
- Goudineau, Y. (2011). Quel comparatisme pour l'Asie ? In: J. F. Sabouret (ed.) *L'Asie-Monde. Chroniques sur l'Asie et le Pacifique, 2002-2011*. Paris: CNRS Editions, 421-424.
- Honorine, S. (2013). *Indonésie*. Paris: La Découverte, Collection Histoire, société, culture.
- Kerr, W. A. (2006). Enjoying a Good Port with a Clear conscience: Geographic Indicators, Rent Seeking and Development. *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 7(1), 1-14.
- Mendras, H. (1995). *Comment devenir sociologue*. Paris: Actes Sud.
- O'Connor, B. (2004). *The Law of Geographical Indications*. Londres: Cameron May.
- Robin, S., Rozan, A. et Ruffieux, B. (1998). Mesurer les préférences du consommateur pour orienter les décisions des pouvoirs publics : l'apport de la méthode expérimentale. *Economie et Prévision*, --(182), 113-127.
- Rosen, S. (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Products Differentiation in Pure Competition. *The Journal of Political Economy*, 82(1), 34-55.
- Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide . *Recherches Qualitatives - Hors Série* -(5), 99-111.
- Vivas-Eugui, D. et Spennemann, C. (2006). The Treatment of Geographic Indicators in Recent Regional and Bilateral Free Trade Agreements. *Project de la CNUCED/ICTDS sobre la propiedad intelectual y el desarrollo sostenible, Diálogo Regional sobre Propiedad Intelectual, Innovación y Desarrollo Sostenible*, Costa Rica, 10-12 mai 2006.
- Werner, M. et Zimmermann, B. (2003). Penser l'histoire croisée : entre empirie et réflexivité. *Annales, Histoire, social sciences*, 58(1), 7-36.

Annexe A4.2

Calendrier des principales étapes et activités pendant la thèse

	Démarrage : décembre 2010	2011												2012												2013 (1 ^{er} semestre)																		
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J													
		Recherche bibliographique	Contexte, Problématique, hypothèses												Reprise biblio																													
Enquête de terrain Traitement parallèle des données							Préparation	Terrain exploratoire	Terrain exploratoire												Préparation enquêtes	Terrain approfondi						Terrain approfondi																
Comparaison des données													Comparaison données terrain 1						<i>Comparaison au fil du traitement sur le terrain</i>																									
Publications (WD=World Development)																			WD		Com. SFER													Com. ESRS										
Encadrement étudiants							Lancement	Visites Terrain	Suivi Mémoires, Soutenances																																Lancement			Suivi stagiaires
Formation doctorale							F													F	F		F																					
Comité de thèse							1A												2A																									

Montpellier  Indonésie  Vietnam 

	2013 (2 ^{ème} semestre)						2014						2015																
	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N
Recherche bibliographique							Reprise biblio																						
Publications							WD1					WD2					WD3					WD4							
Comité de thèse				3A																									
Encadrement étudiants				Suivi Mémoires, Soutenances																									
Analyse / Analyse comparée	Analyse donnés terrain 2 Systèmes nationaux et 6 cas locaux						Modèle final Analyse comparée																						
Plan détaillé							Travail plan détaillé 1		validation					Travail plan détaillé 2		validation													
Rédaction				Rédaction en 1 ^{ère} version des résultats de terrain							Rédaction premiers chapitres théoriques			Rédaction															

Annexe A4.3

Le procédé d'abduction pour stabiliser les hypothèses

L'abduction consiste à inférer de manière répétitive la « meilleure explication » pour construire les hypothèses d'une recherche.

Dans notre souci de distanciation avec l'expérience européenne des AOC/IGP, nous avons choisi d'éviter dans un premier temps une pure démarche hypothético-déductive afin de laisser les premières observations de terrain orienter la construction de nos hypothèses. Nous avons également préféré éviter de recourir à une induction trop systématique, car cela aurait dans une certaine mesure signifié de travailler en profondeur sur quelques cas d'IG (en nombre limité afin d'atteindre un degré suffisant de précision). Ceci nous semblait introduire dès le début de la recherche un risque de biais lié à sélection des cas locaux d'IG à observer. Nous souhaitions éviter de réduire *a priori* la diversité des IG qui ressortait en première lecture.

Le raisonnement par abduction, formalisé par Peirce, fondateur de la philosophie pragmatique, est un procédé d'inférence par lequel on construit une hypothèse expliquant un lien de causalité (B explique A), lorsque l'on observe un fait (A, par exemple, l'émergence d'IG) et que l'on connaît une cause possible (B, par exemple la mise en œuvre de l'ADPIC)²⁶⁶. L'abduction consiste à conclure dans un premier temps, à titre d'hypothèse, que « B explique probablement A ». Une enquête vise à comprendre si B peut être validé comme étant la cause la plus probable parmi plusieurs causes possibles. Si une cause plus probable que B apparaît, l'hypothèse est reformulée.

Contrairement à la déduction ou à l'induction, l'abduction consiste à inférer depuis l'observation de plusieurs phénomènes différents, afin de consolider les hypothèses successives. Dans notre cas, nous faisons l'observation de plusieurs phénomènes : l'émergence des IG, l'enregistrement de produits réputés et de produits peu ou pas réputés, l'investissement de l'État dans les IG, l'apparition ou le renforcement localement de processus de qualification territoriale, mais également dans certains

²⁶⁶ La logique générale de l'abduction est énoncée par Peirce come suit : "The surprising fact, C, is observed. But if A were true, C would be a matter of course. Hence, there is reason to suspect the A is true." (Stanford Encyclopedia of Philosophy, <http://plato.stanford.edu/entries/abduction/peirce.html>, page consultée le 5/10/15).

cas la construction de dispositifs mobilisant plus faiblement les ressources territoriales... Notre objectif était d'identifier des liens entre ces observations et d'émettre des hypothèses quant à la causalité entre ces phénomènes.

Nous nous sommes basés sur ces premières observations pour construire une première série, d'hypothèses que nous qualifierons d'initiales, que nous avons ensuite fait évoluer au cours de la collecte/analyse des données. Nous avons ainsi remis après six mois de travail un premier document dans lequel nous identifions cinq « questions de départ » basées sur les premières observations de terrain, qui étaient reliées à ce que nous avons appelé des « postulats théoriques », au nombre de sept. Ces sept postulats étaient en quelque sorte les concepts que nous proposons de mobiliser à ce stade de la recherche. La mise en regard des cinq questions de départ et des sept postulats théoriques faisant apparaître trois « axes de recherches » thématiques. Ces trois axes convergeaient vers une « question centrale ». Nous proposons ensuite trois hypothèses de travail (issues des trois axes de recherches, les hypothèses étaient donc abductives). Pour préparer la confrontation des hypothèses au terrain (première phase d'induction visant à reformuler les hypothèses), nous avons traduit ces trois hypothèses en trois « objectifs » de terrain et avons détaillé pour chacune des hypothèses des « sous-hypothèses ». Elles étaient au nombre de 10. Sur la base de ce premier document, le premier passage sur le terrain a été organisé. L'abduction a permis d'écarter plusieurs des sous-hypothèses les moins pertinentes, d'en préciser certaines, de les réordonner et reformuler.

Régulièrement pendant et après le terrain, nos hypothèses ont été reformulées. Une fois nos deux hypothèses stabilisées, il devient nécessaire de sortir du raisonnement abductif en cessant de rechercher une nouvelle cause plus probable. Interviennent ensuite l'induction et la déduction pour finalement valider ou non les hypothèses stabilisées grâce à l'abduction.

L'émergence de l'institutionnalisme en économie dans les travaux de Veblen et Commons, témoigne d'une combinaison d'influences, notamment l'historicisme allemand, le darwinisme et la philosophie pragmatique. L'historicisme a orienté l'institutionnalisme vers l'analyse de faits réels, en tenant compte dans la généralisation de l'importance du contexte. Ainsi, l'institutionnalisme a pris le contrepied de l'économie standard, essentiellement déductive, en mobilisant plus généralement l'induction. L'influence du darwinisme a ouvert le champ des questionnements économiques au changement, à l'évolution et à l'émergence des institutions. Retenons enfin que la philosophie pragmatique a influencé l'institutionnalisme notamment dans ses méthodes, en introduisant par exemple l'abduction comme mode d'inférence.

Annexe A4.4

Fiche-produit « Litchi *Thieu* de Thanh Hà »

Cette fiche reprend les principales informations collectées lors du premier passage sur le terrain, elle sera à compléter lors du second passage. Elle combine des résultats d'enquêtes et des sources de littérature grises (si disponibles).

A/ Identification du produit, localisation, description générale de la zone de production

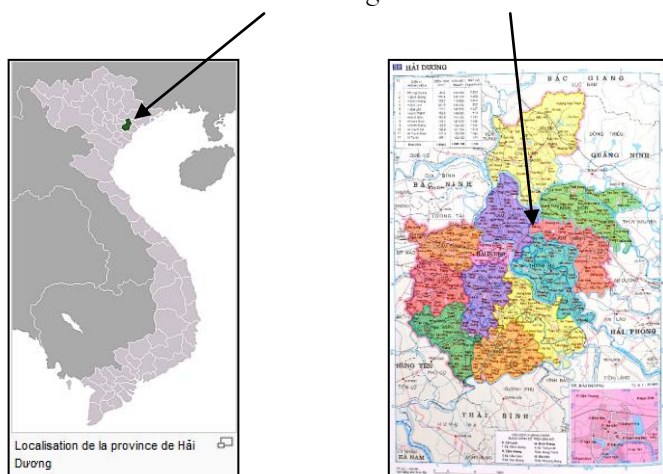
A1. Identification et dénomination du produit

Type de produit	Litchi (<i>Lychee Chinensis</i>)
Dénomination utilisée dans la zone de production pour ce produit	Vai thieu Thanh Hà
Dénomination sur les marchés (si différent de celui utilisé localement)	<i>idem</i>
Nom en français pour ce produit (utilisé dans la suite du document)	Litchi Thieu de Thanh Hà

A2. Localisation de la zone de production

Pays	Vietnam
Localisation administrative de la zone de production (province, district, sous district...)	Province de Hai Duong District de Thanh Hà

Cartes de localisation : Province de Hai Duong et District de Thanh Hà



Sources des cartes :

A/ http://fr.wikipedia.org/wiki/Province_de_H%E1%BA%A3i_D%C6%B0%C6%A1ng

B/ <http://www.vietnambiketours.asia/vietnam-maps/hai-duong-travel-map>

A3. Données générales sur la zone de production

Conditions naturelles (géographie, pédologie, climat...) :

La province de Hai Duong est située dans le delta du fleuve rouge. Elle est composée de 11 districts : Cam Giang, Binh Giang, Thanh Mien, Ninh Giang, Gia Loc, Tu Ky, **Thanh Ha**, Kim Thanh, Kinh Mon, Nam Sach et Chi Linh.

Hai Duong signifie 'océan' en sino-vietnamien bien qu'elle soit située à l'intérieur des terres, mais dans la région du delta.

District Thanh Hà : situé à 100 km de Hanoi. Superficie de 15 990 ha au total. Ce district est localisé au sud est de la province. Il comporte quatre sous districts (Ha Nam, Ha Dong, Ha Tay et Ha Bac) et 24 communes et une ville (Thanh Hà).

Sols du district de Thanh Hà : alluvions de la rivière Thai Binh (tout le district est quadrillé du système hydraulique de cette rivière). Sols limoneux, relativement fertiles, favorables pour mes cultures pérennes tels que les fruitiers.

D'après le cahier des charges de l'IG (CdC) : 3 groupes de sols sont présents - *gley alluvial soil* in the Tahu Binh river system, *non alluvial soil with low acidity* in the Thai Binh river system, *alluvial soil* (avec couche mouchetée dans le système de la rivière Thai Binh).

- Les sols « *gley alluvial* » : composition floristique > FRUIT (on les trouve dans tout le district)
- Sols non alluviaux et peu acide : composition floristique > RIZ. Concerne 25% des sols du district, surtout au centre.
- Sols alluviaux avec couches mouchetées : composition floristique > ARBRES FRUITIERS

Topographie : Zone plate entre 0.6 et 2 m au dessus du niveau de la mer.

Hydrographie : Dans le district se trouvent de nombreuses rivières de taille assez variées. Trois grandes rivières : Thai Binh, Rang et Van Uc. Il y a un système de cours d'eau étendu sur 350 km. **La disponibilité en eau dépend des marées. C'est une particularité car de ce fait, une partie des eaux d'irrigation du district sont de eaux salées**, teneurs en Na⁺, K⁺, Mg⁺⁺

particulièrement élevées (lien avec le nom 'océan' ?). **La salinité affecte les qualités des litchis** selon les producteurs et les autres acteurs enquêtés (les plantations sont installées dans des surfaces inondées, anciennes rizières, grâce à de butes de terres régulièrement entretenues)

Climat : régime des moussons (pluies entre mai et octobre), moyenne sur le district : 1335.6 mm/an. Record en 2001 (1959 mm). Moyenne des t° : 23.3°C (calculé entre 1960 et 2005). Changements de t° relativement grands dans l'année : hiver = air frais du nord, la fraîcheur peut nuire aux arbres fruitiers mais pas de gelées. Taux humidité : 84-86% dans le district de Thanh Hà, ce qui est plus élevé que la plupart des autres districts de la province : forte influence du littoral. **Il pleut plus à Thanh Hà qu'ailleurs dans la province en mars/avril → coque du fruit plus lisse que les litchis produits ailleurs selon les producteurs.**

Population actuelle (densité, migrations, ethnies...) :

La province : 1,7 millions de personnes dans la province. Les Kinh représentent 90% de la population (Hai Duong Statistical Yearbook 2008).

District Thanh Hà : en 2003 : 162 166 habitants dont 88 000 sont actifs.

Economie actuelle (principales activités économique, notamment agricoles...) :

Hai Duong est une des provinces les plus industrialisées du Vietnam. C'est aussi la 3^{ème} zone d'investissements étrangers du pays (Angleterre, Allemagne, France, Hong Kong...). Sur 800 000 actifs, 500 000 travaillent dans l'agriculture. Agriculture développée de façon moderne et industrielle. La production de litchi est très réputée, elle fournit Hanoi et Hai Phong, mais aussi tout le Vietnam.

Thanh Hà : principale sources d'emploi : agriculture (87%), industrie (9%), construction (7%).

Foncier à Thanh Hà : 15 892 ha 'naturels' dont 11 278 sont occupés par l'agriculture. 57% des terres sont en fruitiers. Peu de surfaces disponibles → pression foncière. **La production de litchi est menacée : urbanisation, prix faible, autres fruits...**

Particularités, enjeux de la région : Le litchi qui est réputé de longue date et le gâteau de *mung bean* (haricot/soja vert : *Vigna radiata*) sont les spécialités de la région. Le district compte 83 temples, pagodes... ce sont des attractions touristiques. On visite le plus vieil arbre de litchi du Vietnam dans ce district.

B/ Le produit : histoire et spécificité

B1. Histoire générale de la production et consommation du produit :

(Apparition, évolution globale des techniques et surfaces, contexte/occasion de consommation, projets d'appui concernant ce produit, orientation de la filière, évolution de la qualité et de la réputation, ouverture de nouveaux marchés/consommation...)

Histoire, introduction, variétés : La production du Litchi est très ancienne à Thanh Hà et réputée. Le litchi apparaît au Vietnam il y a plus de 2000 ans, c'était du litchi sauvage de forêt (au nord Vietnam). Pour Thanh Hà en particulier, l'introduction a eu lieu il y a 150 à 200 ans, depuis la Chine (implanté d'abord dans la commune de Thanh Son). « L'arrière grand père » des arbres de litchi est conservé à hameau Thuy Lam, Commune de Thanh Son, District de Thanh Hà. Il a depuis été multiplié (multiplication asexuée, qui permet de maintenir les caractéristiques au fil des générations) et étendu dans tout le district. Un projet vers 2000 a identifié les semences initiales, 42 arbres ont été sélectionnés pour reproduction végétative. Travaux de sélection variétales récents pour sélectionner les arbres donnant les fruits de meilleure qualité (et les garder pour l'IG).

Le website de l'association dit qu'à partir de cet ancêtre, les variétés ensuite apparues sont très différentes. On peut classer aujourd'hui les variétés de litchi à Thanh Hà en 3 groupes (2 variétés précoces récoltées en fin mars, 5 variétés normales récoltées en avril et **une variété tardive : le litchi Thieu, récolté en mai - Litchi Thieu représente 80% des surfaces de litchi du district.**

Réputation : "its rind likes red silk, its pulp likes glass and snow..." (volume II of Van Dai loi ngu). Les litchis vai thieu Thanh Hà sont consommés lors de fêtes et cérémonies.

Le district de Thanh Hà est connu pour produire les meilleurs litchis nommés 'litchi Thieu de Thanh Hà' (Dao et al, 2007). TT Tran (2005) identifie le Litchi de Thanh Hà comme un produit de terroir vietnamien, cité en n°8 sur 265 par des consommateurs urbains (Hanoi et HCMC). Il est cité par 85% des consommateurs à Hanoi (0% à HCMC) mais 68% à HCMC cite 'litchi Thieu du Nord' (alors que 0% cite cela à Hanoi).

Le terroir de Thanh Hà pour le litchi est reconnu pour son ancienneté de production (pas pour les conditions pédo-climatiques particulières, ou du fait de la présence de minorités ethniques). Certains consommateurs annoncent des preuves historiques « on me dit qu'il y a un litchi ancestral là bas ».

Perception qualité par acteurs

(Dao et al 2007) : classement des préférences pour des litchis selon 4 origines (Thanh Hà, Ty Ky, Chi Linh, Luc Ngan). Thanh Hà arrive premier à 100 % , Luc Ngan = 2.

Projet de développement sur le litchi :

GTZ (coop. allemande) et VAAS (Vietnam Academy of Agricultural Sciences): projet sur promotion des entreprises communes car le secteur privé est « trop faible », approche intégrée pour améliorer les VA, en passant par l'enregistrement de l'IG. Objectif : impliquer les petits producteurs dans une action collective, homogénéiser les qualités des litchis et s'orienter des un marché de niche.

La gestion de la qualité sera faite pas l'Association pour la Production et la Commercialisation du litchi de Thanh Hà. Travail sur le CdC (zone, variété, ITK...), ouverture nouveaux marchés (GMS, compagnies privées...), traçabilité, website association pour marketing et promotion du tourisme.

Institution(s) / Projet	Activités	Nombre d'acteurs concernés	Période d'action
PROJET DIALOGS : Institution and local associations development for collective services organization and management”	Soutien à la création de l'association du litchi Thieu de Thanh Hà. Financement de séchoirs (10)		2003-2005
CASRAD et GTZ	Soutenir l'association de producteurs de litchi pour qu'elle devienne une vraie PME. Le noyau du projet : construire l'IG Financement de séchoirs (5), 1 frigo (35T)	150 agri membres	2006

B2. Spécificité du produit (source enquête selon, sans croisement CdC)

<p>Caractéristiques particulières du produit (par rapport aux autres produits de sa famille)</p>	<p>La taille et la forme importent : la variété Thieu a des fruits plus petits et quasiment ROND.</p> <p>Variétés Utrúng, Uhông, Uthâm : fruit plus longs - 4.5 cm - et ovales. (ratio hauteur/largeur : 1.15). Alors que la variété Thieu : longueur : 3.8 cm et ratio : 0.94 à 0.98 → il est ROND.</p> <p>L'ombre joue ensuite sur la vitesse de maturation.</p> <p>Il a un goût un peu salé « goût de larmes ».</p> <p>TT Tran (2005) « Le résultat des entretiens directs individuels montre que les consommateurs de Hanoi ont une perception très positive des litchis de Thanh Ha liée à un ensemble de qualités intrinsèques ainsi qu'extrinsèques qu'ils jugent particulières à ce litchi, et que ne possèdent pas par exemple d'autres litchis tels que le litchi de Quang Ninh ou le litchi de Bac Giang. <u>Et aussi déclarent-ils possible de distinguer ces litchis en les goûtant</u> ».</p>
<p>A quels éléments (naturels, humains) peut-on attribuer ces caractéristiques spécifiques ?</p>	<p>Ancienneté de la production (TT Tran, 2005).</p> <p>Sols et eaux « salés »</p> <p>Variété sélectionnée de longue date</p>

C/ Production et producteurs

C1. Profil général des exploitations agricoles : échelle exploitation

Agriculture familiale.

Quelles sont les autres productions et activités des agriculteurs ? riz, goyave, échalote

C2. Techniques de production : échelle parcelle/unité de production

(nb : Si les techniques varient beaucoup entre différents types d'exploitation, séparer les informations).

<p>Cycle de production (calendrier général)</p>	<p>Pérenne (30 ans ou plus). Plantation au printemps (trou un mois avant, fertilisation). Densité : 8*8m → 150 arbres/ha.</p> <p>1 mois après : fertilisation. On fertilise environ 6 fois/ans, en petite quantité. Les producteurs utilisent un 'boue pourriture' (traduction ? – composition à préciser) ou des engrais chimiques 25g nitrogène/arbre/an.</p> <p>Avec le temps, on augmente la fertilisation, boue (concentration de 30% à 50%), 100g nitrogène/arbre/an.</p>
---	---

	<p>Fumier un peu : 300-400g arbre/an, phosphore et potasse aussi</p> <p>Ferti : avant floraison + ferti additionnelle après floraison Ferti aussi : avant et après récolte</p> <p>Pesticide : la prévention « <i>is very important</i> » pour la qualité des fruits. <u>Ne pas en utiliser les 20 jours précédant la récolte.</u></p> <p><u>Taille à l'automne</u> (1 mois avant récolte) OU hiver (avant floraison) et 1*/an: jeune : quand tronc 50cm, ¾ branches. La 2^{ème} taille : qd les branches sont 20-25 cm. On continue pdt 3 ans à tailler, pour obtenir un <u>port convexe</u>. Ensuite –adulte –, on ne taille plus que pour enlever les branches mortes, abîmées...</p> <p><u>Récolte : quand 85-95% des fruits sont roses</u> (en général en mai car Thieu est une variété tardive). Récolter les matins secs, ne pas casser de branches, récolter avec au max 2-4 feuilles : on récolte ne prenant – en coupant- des les fins de petites branches qui portent les litchis (en « grappes »). Les fruits sont donc toujours attachés à leurs petites branches.</p>
Rotation, intégration aux autres activités	Installation de al culture : en parallèle avec du riz en général, puis le riz est enlevé quand les arbres sont adultes.
Variétés utilisées	Dans le CdC on parle de la variété litchi Thanh Hà, on voit aussi variété Thieu. website asso : 3 gp de variétés sont présentent dans le district, des précoces, des normales et <u>UNE tardive = Thieu, qui représente 80% des surfaces.</u>
Principales difficultés techniques	La taille Surtout : le post récolte > problème de conservation mentionné par tous les acteurs. Les litchi thieu arrivent sur le marché APR7S les litchi chinois
Point-clé pour produire un produit 'de qualité'	<u>Choix pour la greffe</u> : la branche doit être solide, sans insecte, ni jeune ni vieille avec 2 ou 3 petites branches, orientation sud-est de l'arbre original. <u>La taille : cela impacte sur temps de maturation et qualité.</u>
Homogénéité des techniques de production	Techniques de production relativement homogène dans le district. Pour la qualité : non homogène (Dao et al, 2007). 63% des personnes voient 3 zones de production dans le district, donnant des litchis de qualité décroissante. <i>Zone 1: the most delicious lychee. Originating from 5 communes: Thanh Son, Thanh Thuy, Thanh Xa, Thanh Khe, and Thanh Xuan. This is the region where the Thieu Thanh Ha Association is located in.</i> <i>Zone 2: cultivating a lot of lychee but in lower quality, 16 communes.</i> <i>Zone 3: has lychee of the lowest quality, 4 communes.</i> Confirmé par une analyse de critères sensoriels (Dao et at, 2007) sur : - taux sucre, pulpe sèche, Scent, zone 1 = 1, 2=2 , 3=3 - acrid taste and acid taste : zone 1 = 2 alors que 2=1 et 3=1
Estimation de rendements	102 kg/sào (1 sào = 360m ²) = <u>2833 kg/ ha</u> pour les membres de l'association (1400 pour les non asso > ??)

C3. Production générale de la zone

Surface totale en production actuellement	?
Nombre de producteurs actuels	Asso : 350. District : au moins 1000 familles
Quantité produite totale actuelle	Asso : environ 320 tonne/an
Evolution des surfaces (passées et futures)	2007 : 6500 ha (Dao, 2007) et cela était <u>en baisse</u> .
Evolution du nombre de producteurs (passées et futures)	Baisse (concurrence autres fruits, oignons, échalotes).

D/ La filière : acteurs, transformation du produit, organisations

D1. Identification des acteurs de la filière

Type d'acteur	Nombre (estimation)	Activités principales
Producteurs hors asso	1000	Production, séchage, stockage, vente directe ou à collecteurs
Producteurs membres de l'asso	350	Production et vente à l'asso
Asso des producteurs de litchi de Thanh Hà	1	Eventuellement séchage, stockage et packaging, Vente directe (GMS, autres). Animation groupe de producteurs, promotion du produit et du nom
Collecteurs	40 (district Thanh Hà)	Achat, vente et exports. Achat vente d'instrants

D2. Les étapes de transformation du produit

Type d'acteur	Etat d'entrée du produit (+nom)	Opération (objectif, rdt, matériel...)	Etat de sortie du produit (+nom)
producteurs	Sortie de champ	Tri	Litchi frais prêt à la vente
producteurs	Litchi trié	Séchage et emballage plastique	Litchi sec, emballé prêts pour vente ou stock
Asso	Frais et trié	Emballage et Stockage Séchage en séchoirs	Litchi frais emballé avec logo IG Litchi sec emballé
collecteurs	Frais	Tri, stock	Frais prêt à vendre

D3. Organisation des acteurs de la filière

Organisation (nom, type, date de création)	Types et nombres d'acteurs concernés	Activités principales
Association du Litchi de Thanh Hà (2003)	Producteurs, 350	Gestion de la production, vente, commerce, promotion contrôle IG
Groupement classiques	?	
Coopératives de services agricoles	1/commune	Achat en commun de pesticides, équipement

D4. Circuits de commercialisation

Vente au bord de routes : entre Hanoi et Thanh Hà

Ventes aux collecteurs : 2008 : 25% exporté (1^{ère} exportation en 2007 ; Allemagne = 3.2t)

Vente à Hanoi en GMS : Big C, Intimex par les associations de producteurs. 40 petits supermarchés (2t an 2007)

Vente de gros : Metro Cash & Carry

Vente à des gouvernements locaux : 7 t.

E/ Construction des prix, évaluation/valorisation de la qualité et transactions

Tous les prix sont exprimés en : Vietnam Dong (VND) pour une quantité de : 1 kg

Caractéristiques d'un bon litchi de Thanh Hà : Particulièrement sucré, high dry pulp rate, fragrance élevée.

E1. Prix au producteur et variations

Acheteur	Prix moyen	Critères de qualité	Méthodes et outils d'évaluation de la qualité
Supermarché (achat à l'asso)	9200	Variété, origine, tri	
Collecteur (achat au producteur)	4500	Fraîcheur, variété	Observation, goût

Variations prix dans l'année : (en 2011)

Début récolte : 27 000/kg

Milieu : 10 000/kg

Fin : 12 000/kg

Variations dans le temps (au moins 10 ans) :

Année	Prix au producteur (debut, milieu, fin récolte) en VND/kg litchi frais
1997	14 000/15 000
98	
99	
2000	3370
2001	4905
2002	5395
2003	3500/ 5473
2004	4105/2500
2005	5595
2006	5600
2007	4970
2008	4924
2009	4930
2010	4910
2011	

F/ Marchés : positionnement du produit, premium, objectif

F1. Prix payés par les consommateurs

En fonction des différents marchés. Relevé des prix dans les points de ventes (différents marchés, internet...).

Points de vente	Type de consommateurs	Prix	Conditionnement habituel
GMS (Big C)			
Direct			
Vente gros (Metro)			

F2. Premium

Produit standard de référence : litchi des autres districts du Vietnam : Tu Ky, Kim Thanh, Chi Linh, Luc Ngan . TT Tran 2005, a mis ne // avec le litchi Thieu de Bac Giang (test aveugles). Dao et al (2007) : projet GTZ a comparé avec litchi de Tu Ky, Chi Linh, Luc Ngan

Sur les prix payés aux producteurs :

Sur les prix payés par les consommateurs :

CAP plus élevé pour ce litchi de cette région : oui selon Vu Nhu Quynh (2006)

F3. Usurpations


Trouve t-on des imitations du produit ?	Les vendeurs trichent souvent sur l'origine (Tran TT, 2005). La réputation du litchi Thieu de Thanh Hà est abusée (Dao et al, 2007). 'dur de trouver un authentique litchi thieu de Thanh Hà' (Vu Nhu Quynh, 2006)
Observe t-on des mélanges (origine, qualité) le long de la filière ?	Non
Quels sont les mentions mises en avant sur les emballages du produit ?	Vai thieu Thanh Hà IG (pour produits de l'association)
Les consommateurs expriment-ils des doutes sur l'origine ou les qualités du produit ?	Oui (Dao et al, 2007). Oui (Vu Nhu Quynh, 2006)

F4. Objectifs d'évolution de marchés

Quels sont les objectifs des différents acteurs concernant l'évolution des marchés ?

- développer la vente aux supermarchés
- développer l'exportation

G/ Propriété intellectuelle et certifications**G1. Protection de l'IG auprès de la propriété intellectuelle**

L'IG est-elle enregistrée officiellement ? (si oui, nom officiel et date)	Oui. IG Litchi de Thanh Hà. 25 Mai 2007. (fruit frais)
Durée du traitement du dossier	3 ans. Demande le 7 Avril 2004
N° d'enregistrement (décision et No)	No. 353/QD-SHTT IG n° 0009
Logo (s'il existe)	
Qui a fait la demande ?	Comité Populaire du district de Thanh Hà (province de Hai Duong)
Qui a le droit de délivrer les certificats de droit d'usage de l'IG ?	Le Comité Populaire de la province de Hai Duong
Combien d'acteurs possède ce certificat aujourd'hui ? (combien de demandes)	C'est l'asso qui détient la certification.
Existe-t-il un syndicat de défense de l'IG / association de producteurs ? (nom et date de création)	Association de production et commerce du litchi de Thanh Hà-Hai Duong. (création 2003).
Une autre décision officielle a-t-elle eu lieu depuis (amendement CdC..) ?	non
Si l'IG n'est pas enregistrée officiellement, un projet est-il en cours, à quel stade en est-il ?	

G2. Autres droits de PI

Existe-t-il d'autres outils de PI pour ce produit ? (passés ou encore actifs)	Pas mentionnant le nom géographique
Qui détient ces droits ?	-
Sont-ils utilisés ?	-
Existe-t-il un conflit sur la propriété intellectuelle autour de ce produit ?	-

G3. Certifications sur le produit

Nom de la certification	GAP : Good Agricultural Practice (combinaison des savoirs traditionnels de plantation et des techniques scientifiques avancées fournies par VASI)
-------------------------	---

Organisme certificateur	
Date de certification, toujours active ?	2006 ?
Concerne t-elle toute la zone de production ou seulement des portions ?	Seulement les membres de l'Asso
Estimation du % de producteurs qui utilisent cette certification	

H/ La démarche d'enregistrement de l'IG

H1. Contexte d'émergence du projet d'enregistrement et acteurs en présence

Contexte :

Projet DIALOGS (création asso)

Puis, un projet entre GTZ et VAAS (CASRAD) : faire de l'asso une vraie PME, augmenter la VA du litchi et construction IG. Dans une approche clairement participative : Dao et al (2007) > « l'IG ça se passe dans un cadre formel », loi PI. Mais c'est surtout la création de capacité locales de gestion, pour cela il faut créer des I° réelles, stimuler les relations entre acteurs, pour la gestion de la qualité. Projet GTZ également sur conservation, techniques post-recolte (15 séchoirs).

Acteur	Description	Activité, rôle dans la zone avant le projet
CONCETTI		?
Institute for Food and Agriculture Plant		?
GTZ	Coopération Allemande	
VAAS, CASRAD	Centre de recherche Vietnam	oui
VASI	Vietnam Agricultural Science Institute	
Metro Cash & Carry Vietnam	GMS	
Mai Asia	C HCMC company	
CPD Thanh Hà		
Dpt Sciences et Techniques de la province de Hai Duong		

H2. Cadre général et chronologie de l'enregistrement

Financements (par périodes)	Metro Cash & Carry Vietnam : financement pour axe (3) projet GTZ de 2006 : améliorer les conditions de conservation
Appui technique, administratif, scientifique	<p>VASI : appui pour création de l'Association VAAS/Casrad : appui scientifique</p> <p>CONCETTI : Consulting and Research Company for Technology Transfer and Investment. A fait la description des caractéristiques du litchi de Thanh Hà, techniques de cultures, stockage, process. (CdC). → appui scientifique</p> <p>Institute for Food and Agriculture Plant : a fait l'analyse du produit (labo)</p>
Autre type de soutien	<p>Mai Asia (dans le cadre du projet PPP avec GTZ Vietnam) : aide l'asso à développer une stratégie marketing (surtout logo et packaging modernes)</p> <p>Phu Thai Distribution company : promotion du produit, campagne marketing pour que les consommateurs reconnaissent 'la marque'</p>
Résumer les grandes étapes du projet	<p>03-05 : projet DIALOGS 2006 : projet GTZ-CASRAD pour créer l'IG. 4axes : (1) Multiplying the GAP process to a larger farmer community / (2) Traceability system for litchi provided by the Association / (3) Preservation and processing techniques / (4) Creating the missing linkages between the producer association and the domestic markets (Vu Nhu Quynh, 2006)</p> <p>Dao et al (2007) nous disent que les principales étapes de l'approche intégrée sont :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Supporting the preparation of documents for Geographical Indication of the Thieu Thanh Ha lychee. This composed of five steps: <ol style="list-style-type: none"> a) Identifying specific quality attributes of the Thieu Thanh Ha lychee b) Identifying specific ecological characteristics of the production area c) Statistical analysis to illustrate the relationship between specific characteristics of quality indicators and the ecological and natural conditions d) Mapping the GI region e) Designing the procedures for Good Agricultural Practice (GAP) 2. Training small-scale-producers to enhance their capacity of GAP management. 3. Increasing the internal quality management capabilities of the Association and improving the GI management institutions in the region 4. Promoting ability in accessing and diversifying market for lychee.
Principales difficultés pendant la construction du CdC, de la demande...	Aucune difficulté n'est mentionnée par les acteurs qui disent « nous avons les données, cela a été simple, il fallait juste mettre en forme le document ».

H3. Attentes des acteurs vis-à-vis de l'IG

Quels sont (étaient) les effets positifs espérés de l'IG ? à court/moyen/long termes

Améliorer les capacités commerciales des producteurs et protéger la production de litchi.

Traçabilité (contrôle qualité) pour créer le prestige du produit

Améliorer la conservation : moins de perte, vendre pdt plus longtemps, plus loin

Relier les producteurs de l'asso au marché domestique (via GMS)

Quels sont (étaient) les effets négatifs redoutés ? à court/moyen/long termes

?

I/ Cahier des charges et mise en place

I1. Rédaction du cahier des charges : quels acteurs, modalités...

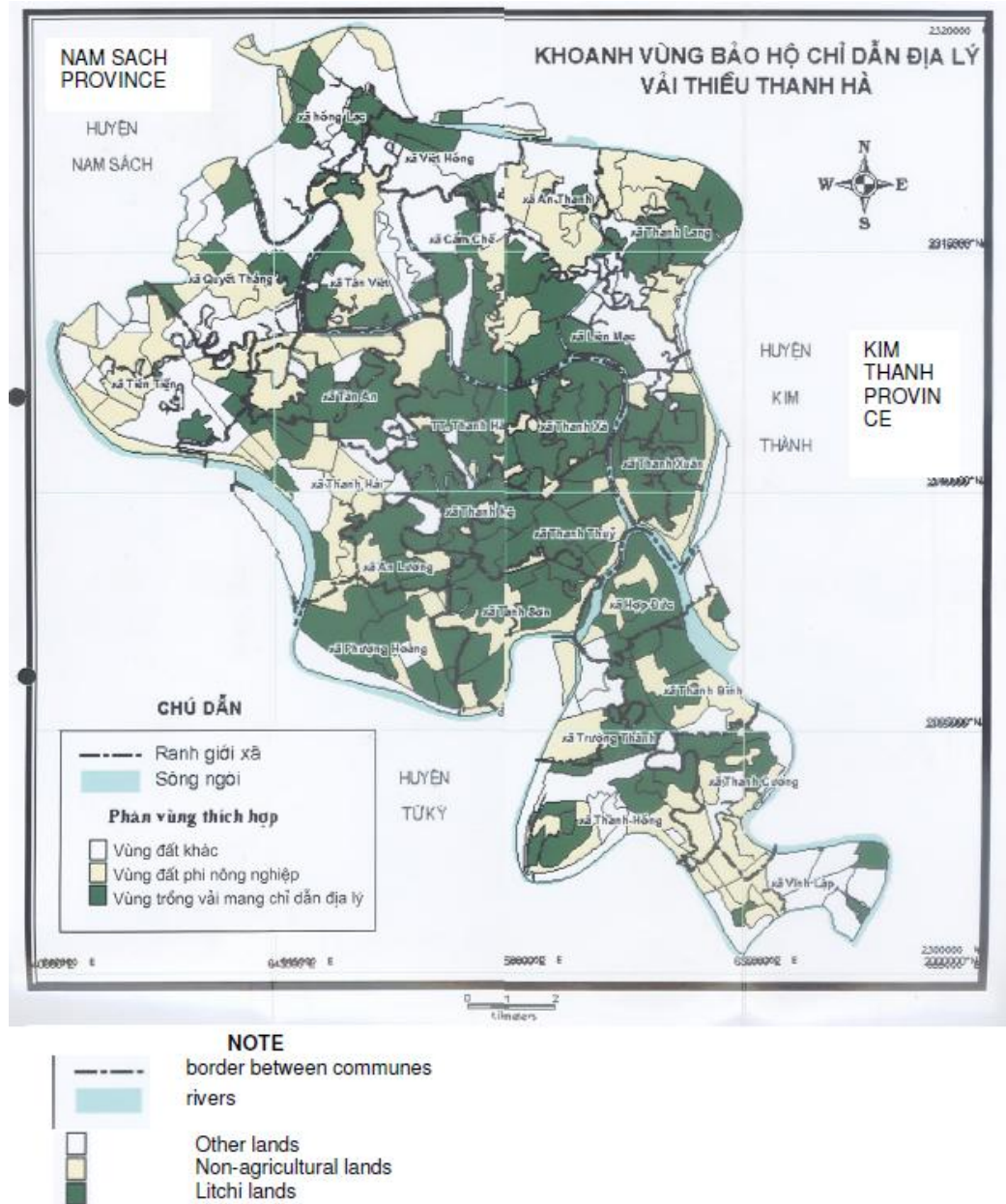
La rédaction a eu lieu dans le cadre du projet GTZ de 2006. Appui scientifique Casrad (VAAS). Les qualités spécifiques du produit (par rapport à des litchis d'autres régions), ont été identifiées par : sondages d'opinions auprès des acteurs (producteurs, distributeurs, conso).

I2. Principaux éléments du CdC

Caractéristiques du produit enregistré	Litchi FRAIS de la variété tardive Thieu. Description : peau écarlate, chair bien blanche et ferme. Petits fruits, Environ 20g/fuit Sucre : 16.33 à 16.70 % - sucre désoxydé : 15% (élevé) Acidité : 0.22 – 0.22 % Eau : 81.18 – 82.33 % Vit C : 22.57 – 24.16% Goût : ferme, sucré, non acide et très aromatique.
Liens entre éléments naturels/humains et spécificités du produit	« Studies of litchi trees showed that the quality of litchi fruits closely depends on the natural conditions, such as geology, rainfall, temperature, humidity and implications derived from the cultivation technique. » Naturel : “References to documents of litchi trees showed that characteristics of litchi trees suit with neutral and low acidity soils. So in the aspect of acidity, Thanh Ha soil presents its higher suitability than other areas of litchi cultivation such as Kim Thanh, Tu Ky, Luc Ngan and

	<p>Chi Linh.”</p> <p>“le dioxyde de carbone du sol est un facteur de qualité des litchi il fournit du nitrogène–études-. Le CdC montre qu’à Thanh Hà, par rapport à d’autres zones de cultures du Litchi, le taux de dioxyde de carbone est plus élevé.</p> <p>Idem pour le phosphore : c’est plus élevé à Thanh Hà. Idem pour les échanges de sodium</p>
Qu’elle est la délimitation de la zone de production ?	<p>24 Communes suivantes : Hong Lac, Viet Hong, Quyet Thang, Tan Viet, Cam Che, Thanh An, Thanh Lang, Tien Tien, Tan An, Lien Mac, Thanh Hai, Thanh Khe, Thanh Xa, Thanh Xuan, An Luong, Thanh Thy, Phuong Hoang, Thanh So, Hop Duc, Truong Thanh, Thanh Binh, Thanh Hong, Thanh Cuong, Vinh Lap + la ville de Thanh Ha.</p> <p>(cela semble être la totalité du District sans restriction).</p> <p>Dans cette zone, quelle est la surface cultivée : Total : 9506 ha (CdC) L’étude d’impact du Casrad (2001) dit : 12 990ha cultivé</p>
Correspond-elle à la zone réelle de production ?	<p>Le website de l’asso dit que la variété Thieu est aussi cultivée dans d’autres districts mais la vitesse de maturation est alors différente (le litchi Thieu de Đông Triều -> le litchi Thieu de Chí Linh -> le litchi Thieu de Lục Ngạn -> le litchi Thieu de Thanh Hà). C’est à Thanh Hà qu’elle est la plus tardive.</p>
Un plan de contrôle est-il prévu (qui fait quoi ?)	<p>Un plan de management de la qualité est prévu.</p>
Les techniques de production/transformation sont elles proches ou éloignées de celles observées ?	<p>Plutôt proches, à détailler</p> <p>Le principal élément à préciser : transformation (séchage) : est-ce une possibilité prévue dans le CdC ? car la plupart des producteurs le pratiquent régulièrement.</p>

Carte de la zone IG (CdC) :



13. Comment se passe la mise en place du CdC (information vers les acteurs, difficultés...)

Peu de producteurs dans l'association mais c'est une volonté.

Problème de commercialisation persistant. Et de conservation.

Pas de problème relevés en enquête sur les techniques, le CdC... Le contrôle qualité et traçabilité fait par l'asso ne pose pas de difficulté (« on se connaît »).

Les producteurs hors asso connaissent plus ou moins l'existence de l'IG, en général, ils parlent de l'association (et non de l'IG). Une « méfiance », est repérée chez plusieurs producteurs, qui estiment que ce projet, cette association sont trop liés au gouvernement local. Ce qui contraint beaucoup les activités. C'est pour eux une raison de ne pas se rapprocher de la démarche. La question régulière est : « qu'est ce qu'on va me demander de faire si je veux aller dans l'association ? ».

J/ Association locale de l'IG

J1. Contexte de création de l'association

(source : website de l'asso le 14 nov. 2011). L'Association de la production et du commerce du litchi Thieu de Thanh Ha – Hai Duong a été fondé le 6 juillet 2003. (on dit aussi le 25 juin 2004 – Décision No 2496/2004/QD-UB du CPP).

Pourquoi créer l'asso ? : « le litchi est un produit spécial mais il n'est pas distingué sur le marché, ses prix baissent, problème de contrôle de la qualité car de nombreux intermédiaires dans la filière, les ex des autres montrent que pour professionnaliser les producteurs il faut établir un process de production via un management collectif ».

J2. Description générale

Evolution du nombre des membres, des surfaces et de la production	55 à la création en 2003 2004 : 148 2006 : 150 – 50ha – 1500 t/an 2007 : 150 – 49ha 2010 : 336 – 120 ha – environ 200 t/an 2011 :
Les membres sont ils répartis sur toute la zone ?	Non, seulement sur 9 communes sur 24.
Missions/activités de l'association	- Achat de litchi aux membres et revente (mais pas toute leur production) - Formation sur les techniques de production du CdC, et les techniques avancées pour traitement post-récolte - Organiser des services pour la fertilisation/pesticides (avec des prix inférieurs au marchés ex : NPK vendu 1700 au lieu de 1800, sulfate 21000 au lieu de 22000), les non membres peuvent aussi participer à cela - Développer les marchés par une vente collective -Promotion - Gestion interne de la qualité

Conditions d'adhésion : Les adhésions sont volontaires mais il faut

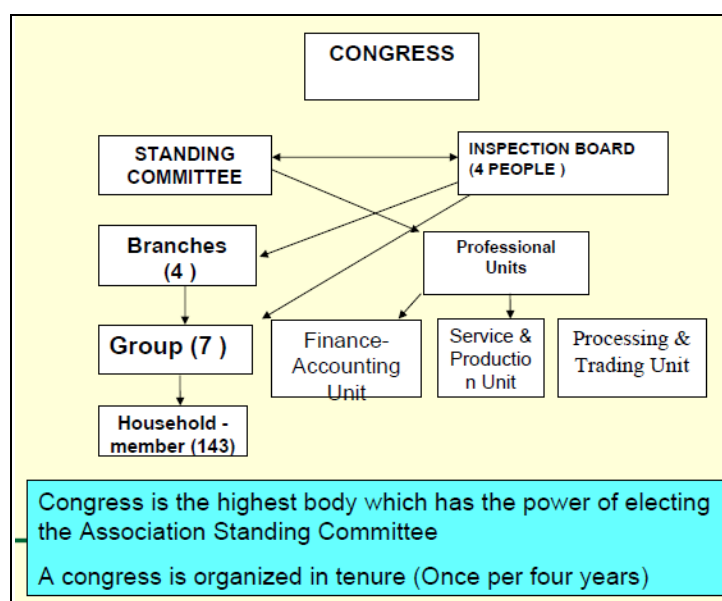
- Producteurs : cultiver au moins 0.5 ha de litchi
- Commerçant : avoir une expérience d'au moins 5 ans dans le commerce de litchi frais et secs

Structure asso :

Un comité (7 pers.) gère l'asso, élu à la 1^{ère} AG. La 2^{ème} AG (nov 2010) a eu lieu à Thanh Hà : élévation nouveau comité (15 pers) pour mandat 2010-2013.

Les membres sont sous-classés en 'goupes', avec des responsables de groupes. En 2010 : on compte 336 membres, regroupés en 9 sous associations communales. :

Thanh Sơn, Thanh Xá, Thanh Thủy, Thanh Khê, Thanh Xuân, Hợp Đức, Thanh Bình, Thanh Cường, Phương Hoàng.



Sources :

Entretiens lors de repérage de terrain

Références utilisées :

NOIP, 2007. Decision on Granting the Certification of Geographical Indication Registration for Litchi from Thanh Hà. . No 353/QD-SHTT. 35 p

Tho, 2001.: Tác động của việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý đối với các sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam sau khi được đăng bạ. Impacts de la protection de l'IG sur les produits agricoles du Vietnam après l'enregistrement. Casrad. Powerpoint presentation, 27 diapositives.

Dao The Anh, Truong Thi Minh, Vu Vhu Quynh, Pham Thi Hanh Tho, 2007. Building and protecting Thanh Ha lychee's status of Protected Geographical Indication by upgrading the value chain. 11 p.

Tran TT, 2005. La reference au terroir comme signe de qualité : le cas des produits agroalimentaires vietnamiens. Pour l'obtention du diplôme de Master Recherche 2, UM1, Agro M, 151 p.

Vu Nhu Quynh, 2006. GTZ. Upgrading litchi production and linking farmers to the end-users. The Approach by GTZ Vietnam. 3 p

Casrad, 2007. Thanh Hà Litchi Production and Consumption Association. Existing Situation and Potentials. Powerpoint presentation – Huế, sept 2007. 19 slides.

--

Sites web consultés :

Province de Hai Duong sur wikipedia :

http://en.wikipedia.org/wiki/Hai_Duong_province

District de Thanh Hà sur wikipedia :

http://en.wikipedia.org/wiki/Thanh_H%C3%A0_District

Site web du litchi de Thanh Ha (portail association) :

<http://haiduongdost.gov.vn/vaithieuthanhha/index.php>

Annexe A4.5

Premier bilan des fonctions attendues des IG (issu du premier terrain)

Terrain Vietnam :

Justification (reprise des termes utilisés par les acteurs)	Acteur ayant cité cette fonction	En lien à quel produit
« Protéger et mettre en valeur les produits agricoles »	Chercheur participant à la construction du CdC	Nuoc Mam Phu Quoc, Miel de Menthe de Mèo Vac
« Répondre aux attentes de traçabilité des consommateurs »	Chercheur	Miel de Menthe de Mèo Vac, litchi de Thanh Hà
« Améliorer la valeur du produit sur le marché et les profits de producteurs »	Producteurs, gouvernements locaux	Miel de Menthe de Mèo Vac, litchi de Thanh Hà
« Préserver la biodiversité et les savoir faire locaux »	Chercheurs	Miel de Menthe de Mèo Vac
« Protéger juridiquement le nom »	Office de propriété intellectuelle, association d'IG	Buon Ma Thuot café, Mandarine de Bac Kan
« Améliorer la qualité et l'efficacité des produits agricoles »	Chercheurs, producteurs	
« Stabiliser les prix des produits »	Producteurs	Litchi Thanh Hà
« Supporter l'agriculture de petite taille et l'isolement des producteurs sur le marché »	Gouvernements locaux	Riz Hai Hau
« Construire des bases législatives pour régler des conflits commerciaux dans le contexte de mondialisation »	Office de propriété intellectuelle	Café Buon Ma Thuot

« Conserver la biodiversité et les savoir-faire locaux »	Chercheurs	Miel Mèo Vac
« Promouvoir la valeur du produit »	Associations d'IG	litchi Thanh Hà
« Promouvoir le district et la province de bonnes opportunités de développement économique »	Association d'IG, gouvernements locaux	litchi Thanh Hà
« Exporter car on rend le produit plus identifié »	Acteurs locaux, chercheurs	litchi Thanh Hà, café Buon Ma Thuot, Litchi Thanh Hà
« Diversifier l'agriculture / « <i>Sustainable development</i> » / Protéger la diversité culturelle et les savoir locaux »	Chercheurs	tous produits
« Améliorer les capacités commerciales des producteurs et protéger la production de litchi »	chercheur / développeurs	Litchi Thanh Hà
Ouverture des marchés : "Thanks to intellectual property and clear geographical indications in particular, some specialties of Vietnam have entered large markets such as the US, Japan and France. Binh Thuan dragon fruit " "Luc Ngan litchi, a été mis en marché dans les supermarchés Hapro"	Gouvernement locaux	Fruit du dragon de Binh Thuan, Litchi de Luc Ngan"
Exporter : 2ème objectif du Programme 68 = (b) To raise the Vietnamese enterprises' competitiveness through support in terms of creation, exploitation, protection and development of their intellectual properties, with priority given to support for enterprises having <u>strategic products with export potential</u> “.	NOIP (Etat)	tous produits
GIs as a tool to increase revenues of rural producers (par l'amélioration de la compétitivité des produits)	Institutions de coopération	tous produits

Terrain en Indonésie :

Justification (reprise des termes utilisés par les acteurs)	Acteur ayant cité cette fonction	En lien à quel produit
"Mise en valeur optimale des ressources naturelles pour un bénéfice collectif"	Ministère de l'Agriculture	tous produits
"Faire connaître le produit"	Acteurs locaux, chercheurs	Café Kintamani
"Protéger les noms géographiques dans le commerce international"	DG IPR	tous produits
" les IG ont un rôle pour renforcer le secteur économique national"	Ministère de l'Agriculture, NOIP	tous produits
"garantir l'origine à nos acheteurs"	Exportateur de café	Café Gayo, café Toraja
"Augmenter la production, augmenter les revenus"	producteurs	café Kintamani
"Stabiliser les prix des café"	Chercheurs café	Café Kintamani
"pour récupérer le nom : appropriation de 'Toraja' pour une marque de café japonaise"	Chercheurs café	Toraja
"monter la qualité du poivre"	gouvernements locaux	Poivre blanc de Muntok
"Protéger savoir faire menacés"	Chercheurs en droit	tous produits
"économique : limiter les intermédiaire (achat en direct) + augmenter la VA des producteurs grâce à un meilleur pouvoir de négociation"		tous produits
"faire une marque sur le produit" " être sur que le café vient de Kintamani seulement"	association d'IG	café Kintamani
"mise aux normes OMC"	DG IPR	tous produits
"Faciliter l'exportation des produits "	UbiFrance, Ambassade de France	tous produits
"Faire des filières d'agriculture durable"	Gouvernements locaux, extension agricole	Poivre blanc de Muntok
"Augmenter la production et mettre en valeur avec le tourisme"	DG IPR, experts	Sel d'Amed

Code des justifications	
<i>juridique</i>	
Protéger des contrefaçons	0.1
Récupérer l'usage d'un nom usurpé	0.2
<i>Environnemental, ressources</i>	
Protection/gestion des RESSOURCES NATURELLES	1.1
Durabilité de l'agriculture	1.2
Protection des savoir-faire, du patrimoine culturel, de la biodiversité	2
<i>Economique</i>	
Renforcer l'ECONOMIE (au sens large)	3.1
Augmenter les revenus des producteurs	3.2
Faire connaître le produit	4.1
Faciliter la commercialisation, en particulier l'exportation des produits	4.2
<i>Technique</i>	
Améliorer la QUALITE des produits	5.1
Traçabilité	5.2
Augmenter la production	6
<i>Territorial</i>	
Promotion identité régionale, tourisme	7

Annexe A4.6

Échantillonnage théorique et comparaison constante

Glaser et Strauss (1967) définissent l'échantillonnage théorique comme « un processus de collecte de données visant la formulation d'une théorie grâce auquel le chercheur réalise simultanément les opérations de collecte, de codification, et d'analyse dans le but de décider de l'orientation à donner à la collecte des données afin de guider la formulation de la théorie émergente » (notre trad., p. 45).

Un mécanisme dit de « comparaison constante » est nécessaire pour saisir les ressorts de l'échantillonnage théorique. Le chercheur compare de manière continue les données, les résultats intermédiaires et les interprétations naissantes entre les divers groupes de l'échantillon. Ce processus permet de vérifier et d'ajuster les hypothèses interprétatives.

Le type de comparaison constante est influencé par le degré ou niveau de théorie recherché. Deux niveaux sont présentés par Glaser et Strauss : la théorie substantive qui se veut proche du contexte de la recherche et la théorie formelle qui tente de dépasser le niveau de théorie précédemment atteint. Dans les deux cas, les deux processus d'échantillonnage théorique et de comparaison constante sont menés en parallèle par le chercheur et constituent le moteur d'une recherche de théorie ancrée.

La comparaison constante peut être menée entre groupes proches du point de vue de l'échantillon ou entre des groupes différents par rapport au phénomène observé. La question de la convergence et de la divergence des différents groupes de l'échantillon devient alors centrale dans le processus de comparaison constante.

Le tableau suivant, librement inspiré de Savoie-Zajc (2007) reprenant Glaser et Strauss (1967), nous permet d'illustrer les liens entre comparaison constante et échantillonnage théorique, et souligne l'importance de l'analyse par convergence et divergence entre les groupes de l'échantillon.

La comparaison constante et l'échantillonnage théorique en théorie ancrée

Attitude envers les différences entre les groupes comparés	Rapport entre les catégories d'analyse	
	<i>Recherche de convergence</i>	<i>Recherche de divergence</i>
Le chercheur minimise une différence <i>Théorie substantive</i>	Vérifier l'utilité d'une catégorie Mieux caractériser la catégorie Nuancer les propriétés de la catégorie et ses degrés d'application	Identifier les différences importantes entre les groupes pour nuancer l'interprétation Stabiliser une catégorie d'analyse (la distancier d'une autre)
Le chercheur maximise une différence <i>Théorie formelle</i>	Identifier les régularités entre les cas (construire un groupe dans l'échantillon) Gagner en robustesse dans l'interprétation	Définir les catégories d'un point de vue conceptuel Monter en généralité à partir des catégories définies et leurs relations Formuler la théorie d'une portée plus générale

D'après Glaser et Strauss (1967, p. 58) et Savoie-Zajc (2007, p. 108)

Références utilisées :

- Glaser, B. G. et Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Hawthorne, NY: Aldine Press.
 Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ,. *Recherches Qualitatives - Hors Série* -(5), 99-111.

Annexe A4.7

Guides d'entretiens

Les guides d'entretien par types d'acteurs sont fournis dans l'ordre suivant :

Guides d'entretiens utilisés pour les enquêtes au niveau national :

- 1.a : Guide d'entretien Office de Propriété Intellectuelle Indonésie (DG IPR)
- 1.b : Guide d'entretien Office de Propriété Intellectuelle Vietnam (NOIP)
- 2 : Guide d'entretien Experts des IG, personnes ressources
- 3 : Guide d'entretien Exportateurs, Acheteurs
- 4 : Guide d'entretien Grandes surfaces

Guides d'entretiens utilisés pour les enquêtes au niveau local :

- 5 : Guide d'entretien Producteurs
- 6 : Guide d'entretien Collecteurs
- 7 : Guide d'entretien Gouvernement locaux
- 8 : Guide d'entretien Départements des Sciences et Techniques (niveau provincial) Vietnam
- 9 : Guide d'entretien Services agricoles locaux (Département de l'Agriculture et du Développement Rural au Vietnam, Bureaux de l'Agriculture - *Dinas Perkebunan* ou *Pertanian* ou *Perikanan*²⁶⁷ - en Indonésie)
- 10 : Guide d'entretien Association locale de l'IG
- 11 : Guide d'entretien « Acteurs du territoire »

²⁶⁷ En Indonésie les services agricoles dans les provinces se distinguent selon leur domaine d'activité : *Dinas Perkebunan* (Bureau des cultures pérennes) *Dinas Pertanian* (Bureau des cultures annuelles), *Dinas Perikanan* (Bureau de la Pêche), etc.

1.a Guide d'entretien - Office de Propriété Intellectuelle Indonésienne (DG IPR)

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation de la DG IPR et de la section IG au sein de la DG IPR

Pouvez-vous me présenter la DG IPR, ses départements, ses effectifs ?

Pour la section des IG : date de création, combien de personnes y travaillent actuellement, quelles sont ses missions ? Concrètement, quelles sont les différentes activités réalisées par les personnes de la section des IG ? Grâce à quels financements ses activités sont-elles menées ?

Existe-t-il une spécificité des IG par rapport aux autres DPI selon vous ?

B/ Contexte d'émergence des IG et construction du cadre juridique

Pour quelles raisons protéger juridiquement les IG en Indonésie ?

Connaissez-vous le contexte plus précis ou les raisons particulières qui ont incité à la construction d'un cadre juridique de protection ? *Si oui, faire raconter*

Quels acteurs ont participé à la construction du cadre juridique ?

Quels acteurs ont été consultés (sans participer systématiquement ou en profondeur) ?

Quels ont été les principaux points de débat pendant la construction du cadre juridique ?

(Ne pas citer, éventuellement relancer sur artisanat, rôle des provinces ?)

Quelles étaient les positions des différents acteurs sur ces points de débat ?

Quelles ont été les difficultés majeures dans la construction du cadre juridique ? Et quels ont été les éléments du contexte indonésien (structure de la DG IPR, soutien particulier...) qui ont selon vous facilité l'établissement de ce cadre juridique ?

C/ Cadre juridique actuel et évolutions

Quels sont les textes de références actuels sur la protection des IG ?

Pouvez-vous me présenter en quelques minutes la procédure à suivre pour enregistrer une IG en Indonésie ?

Diriez-vous que la protection actuelle des IG est : efficace / adaptée au contexte indonésien / à améliorer encore

Pour chaque option, demander d'expliquer pourquoi après que la réponse ait été donnée pour toutes les options.

Suite à la sortie du Décret présidentiel de 2007 sur les IG, y a-t-il eu des évolutions du cadre de protection ? Par exemple, des circulaires, textes d'application plus précis...

Quelles évolutions sont prévues ou souhaitables selon vous ?

Pourriez-vous me donner des précisions ou d'éclaircissements sur les deux éléments suivants :

- Comment définiriez-vous le rôle des provinces/districts prévu par le cadre juridique ? que doivent-ils faire pour enregistrer une IG de leur localité ? Qu'attend-on de leur part ?
- La plupart des enregistrements sont demandés par des Associations locales d'IG (MPIG = *masyarakat perlindungan indikasi geografis*), quels peut être le statut de ces associations ?

D/ Mise en œuvre de la protection des IG

Quels sont les Ministères chargés du développement des IG en Indonésie ?

Existe-il une répartition des rôles entre les différents ministères ?

Est-ce qu'un autre organe de l'Etat (non ministériel) ou des acteurs privés participent à la mise en œuvre de la protection ?

Comment se passe la sensibilisation sur les IG dans les provinces ? *Missions dans les provinces, séminaires à Jakarta, circulaires ?*

La section des IG s'est-elle fixée un objectif quantifiable ? (*nombre d'IG par an, 1 IG par province...*)

Comment les produits candidats pour l'enregistrement sont-ils identifiés ? *Laisser parler, engager une discussion*

Existe-t-il une orientation particulière sur le type de produit ? *Artisanat, export, menacé ?*

Quelles sont les principales difficultés des mises en œuvre des IG ? *Laisser parler, engager une discussion*

Quels sont les atouts de l'Indonésie pour cette mise en œuvre ?

E/ Construction « concrète » d'une démarche d'IG

A/ Montage : quelles sont les étapes de la démarche pour aboutir au dépôt de la demande d'enregistrement ?

> *Laisser répondre en demandant de décrire un cas « classique », puis demander de préciser si besoin :*

- *La démarche est-elle initiée par des acteurs des provinces (dinas, politiques, producteurs, exportateurs ?), ou bien de Jakarta ?*
- *Identification du produit / identification des acteurs / CdC / financement / dépôt de la demande ?*
- *Trouver un financement ?*

> *Puis demander de décrire des cas où c'est « différent d'un cas classique »*

- *Tenter de faire décrire les divers cas possibles – type d'acteur, de produit, financement...*
- *Questionner sur la participation des producteurs, comment gérer cela, information/sensibilisation...*

B/ Examen du dossier :

Qui participe à l'examen des demandes ?

Quelle est la procédure normale d'examen ? Quels sont les critères à vérifier ?

Y a-t-il un budget pour ces examens de dossiers ? Pour faire des visites de terrain ?

La TAIG est travaillée à l'examen des dossiers, en particulier sur les aspects de terrain. Pouvez-vous me décrire simplement ses activités ? *Est ce que le travail en collaboration DG IPR et TAIG fonctionne bien ?*

C/ Diffusion : Comment développer l'IG localement avec les producteurs ? Quelle est la démarche suivie en général ?

D/ Utilisation des IG :

Les IG enregistrées sont-elles utilisées actuellement (utilisation des logos..) ?

Que doivent faire les acteurs privés pour avoir le droit d'utiliser les logos et les noms géographiques ?

Comment stimuler l'utilisation ?

Quels sont les moyens de contrôle de cette utilisation ?

F/Balayage des enregistrements

Combien d'IG sont actuellement enregistrées ? (*demande les CdC*).

Combien de dossiers sont en cours ?

Y a-t-il eu des refus (motifs et suites) ?

Quelle est votre opinion sur la qualité et quantité de demandes ?

Disposer-vous d'information sur les produits potentiels ? Comment obtenir ces informations ? (*de la recherche, des dinas, des producteurs eux mêmes ?*)

Des cas de conflits avec trademarks (en Indonésie ou à l'étranger) sont ils recensés ? Que fait / peut faire la DG IPR dans ces cas là ?

G/ Promotion/sensibilisation/consommateurs

La DG IPR fait elle des actions de promotions des IG (hors des gouvernements des provinces) ?
A destination des quels acteurs ?

Pour les consommateurs indonésiens, pensez-vous qu'une sensibilisation au concept d'IG serait nécessaire ?
Est-ce prévu ?
Un logo national IG est-il prévu ?

Pensez vous que les produits IG pourront être reconnus et achetés par les consommateurs indonésiens ? Quel type de consommateurs ?

H/ Justifications et effets des IG

(Rappeler les attentes initiales vis-à-vis des IG, abordé en B/) : Ces attentes ont-elles évoluées dans le temps ?

Selon vous, est ce que les IG permettent d'atteindre certains des ces objectifs ?

Du point de vus des autres acteurs (producteurs, dinas, gouvernements locaux, recherche, acteurs ...) ont -ils des attentes variés ? Quelles sont-elles ?

Voyez-vous des effets négatifs des IG dans certains cas ? En redoutez-vous ?

Quel avenir selon vous pour les IG en Indonésie ? (éléments majeurs)

1.b Guide d'entretien - Office de Propriété Intellectuelle Vietnam (NOIP)

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation du NOIP

Pouvez-vous me présenter le NOIP, ses départements, ses effectifs ?

Existe-t-il une équipe/section/division spéciale qui s'occupe des IG ? *Date de création, combien de personnes, missions ?*

Concrètement, quelles sont les principales activités réalisées par les personnes travaillant sur les IG ?

Grâce à quels financements ses activités sont-elles menées ?

Existe-t-il une spécificité des IG par rapport aux autres DPI selon vous ?

Au Vietnam, il est possible d'arbitrer entre IG et marque collective pour les dénominations géographiques, comment cet arbitrage prend-il forme au NOIP ?

B/ Histoire de l'émergence du cadre juridique des IG au Vietnam

Pour quelles raisons protéger juridiquement les IG au Vietnam ?

Connaissez-vous le contexte plus précis ou les raisons particulières qui ont incité à la construction d'un cadre juridique de protection ? *Si oui, faire raconter demander de retracer les grandes étapes : discuter sur 2 étapes dans une évolution historique : avant 2005, après 2005.*

Quels acteurs ont participé à la construction du cadre juridique ?

Quels acteurs ont été consultés (sans participer systématiquement ou en profondeur) ?

Quels ont été les principaux points de débat pendant la construction du cadre juridique ?

Quelles étaient les positions des différents acteurs sur ces points de débat ?

Pouvez-vous retracer rapidement l'histoire des deux premières IG vietnamiennes, projets pilotes, enregistrées en 2001 : (Nuoc Mam Phu Quoc et The Shan Tuyet de Moc Chau)

C/ Le cadre juridique actuel (Loi de PI 2005)

Quels sont les textes de références actuels sur la protection des IG ?

Le changement du cadre juridique en 2005 a fait passer de la protection des AO à celle des IG, concrètement, qu'est ce que cela a changé ?

Aujourd'hui, quelles différences entre AO/IG ? (*dans les critères d'enregistrement par ex ?*) Enregistre-t-on encore des AO ? Est-ce qu'il est prévu de réguler pour harmoniser ou bien conserver les deux ?

Pouvez-vous me présenter en quelques minutes la procédure à suivre pour enregistrer une IG au Vietnam ?

Diriez-vous que la protection actuelle des IG est : efficace / adaptée au contexte vietnamien / à améliorer encore
Pour chaque option, demander d'expliquer pourquoi après que la réponse ait été donnée pour toutes les options.

Suite à la sortie de la loi de PI en 2005 y a-t-il eu des évolutions du cadre de protection des IG ? Par exemple, des circulaires, textes d'application plus précis...

Quelles évolutions sont prévues ou souhaitables selon vous ?

Pourriez-vous me donner des précisions ou d'éclaircissements sur les éléments suivants :

- Comment définiriez-vous le **rôle des provinces/districts** prévu par le cadre juridique ? que doivent-ils faire pour enregistrer une IG de leur localité ? Qu'attend-on de leur part ?
- Le cadre juridique distingue **plusieurs droits** pour les IG :
Le propriétaire des IG est l'Etat (Paragraphe 4, article 121, IP Law 2005). Il donne le droit :
 - (a) le droit de DEMANDER l'enregistrement : organisation/individus/agences administratives des localités
 - (b) le droit d'UTILISER l'IG à des organisations/individus qui travaillent avec le produit et le mettent sur les marchés.
 - (c) Le droit de GERER l'IG : il est exercé par l'Etat ou il confère à des organisations qui représentent les intérêts de toutes les organisations/individus autorisés à utiliser l'IG

Pour quelles raisons ces distinctions ont été faites ? Est ce que cela avait été un point de discussions ?

- Arbitrage IG/ Marque collective : Pour quelles raisons les acteurs se tournent-ils plus vers IG ou Marque collective ?

Dans l'avenir, comment imaginez-vous ces décisions entre IG/Marques collectives ? (de plus en plus de MC, d'IG ?)

D/ Mise en œuvre de ce cadre juridique (et financement)

Existe-t-il une politique nationale de mise en œuvre depuis 2005 ?

Existe-t-il des programmes de financement des démarches d'IG ? (*programme 68*)

Qui participe à la mise en œuvre ? Collaboration entre ministères ? Autres institutions ? (recherches, universités...).

Ces politiques/programmes sont-ils évalués ? Si oui, résultats principaux ?

Comment les acteurs locaux (gouvernements locaux, producteurs...) sont ils informés de la possibilité d'enregistrer des IG ?

La NOIP a-t-elle des objectifs particuliers pour le développement des IG ? (*nombre/an, répartition par province, type des produits*)

Quelles sont les principales difficultés des mises en œuvre des IG ? *Laisser parler, engager une discussion*

Quels sont les atouts du Vietnam pour cette mise en œuvre

E/ Démarches concrètes des IG

Les dynamiques d'IG au Vietnam sont généralement construites en deux temps : enregistrement puis gestion/exploitation de l'IG. Quels avantages ou inconvénients voyez-vous à cette démarche en deux étapes ?

En distinguant ces 2 phases, quel est le « scénario classique » pour l'enregistrement ?

*naissance du projet : comment naît l'idée d'enregistrer une IG ? (*Quels acteurs?*)

* comment les produits sont-ils identifiés, sélectionnés ?

*Quelles voies de financement du projet (source et budget moyen).

* Comment se répartissent les projets financés par MOST et MARD ?

* activités effectuées pour construire les CdC (et par quels types d'acteurs) ?

* est ce que la NOIP fournit une assistance particulière avant le dépôt de la demande ?

(*Si les cas sont très différents entre eux, demander de décrire les possibilités différentes*)

Pour les projets de gestion/exploitation : quels scénario(s) classique(s) ?

- *naissance du projet (quels acteurs)
- * Financement du projet (source et budget moyen)
- *objectifs et activités effectuées (et par quels types d'acteurs)

Dans certains cas (ex : Thé Shan Tuyet Moc Chau), le CdC a été amendé, comment cela se passe t-il ? Est-ce fréquent ? Sur quoi portent en général ces modifications ?

F/ Examen des dossiers ?

Comment se passe l'examen des dossiers ? (2 temps administratif, substantif)

Administratif : que vérifie t-on, combien coûte le dépôt de demande, combien de temps pour cet examen en moyenne ? Quel est le profil des demandeurs ?

Substantif : qui s'en charge ? J'ai lu « un groupe de 8 examinateurs » : qui sont-ils ?

Comment est financé cet examen (2 étapes) ?

G/ Balayage des enregistrements

Combien d'IG sont actuellement enregistrées ? (demander les CdC).

Combien de dossiers sont en cours ?

Y a-t-il eu des refus (motifs et suites) ?

Quelle est votre opinion sur la qualité et quantité de demandes ?

Disposer-vous d'information sur les produits potentiels ? Comment obtenir ces informations ? (de la recherche, des dinas, des producteurs eux mêmes ?)

Des cas de conflits avec trademarks (au Vietnam ou à l'étranger) sont ils recensés ? Que fait / peut faire la NOIP dans ces cas là ?

H/ Promotion, sensibilisation des IG, utilisation des IG

Les IG sont des outils relativement nouveau au Vietnam, existe-t-il des actions de sensibilisation/promotion du signe ? (laisser répondre et distinguer ensuite par type d'acteurs)

- Envers la recherche qui fournit parfois un appui scientifique pour la construction des demandes ?
- Envers les universités la formation
- Envers les utilisateurs potentiels des IG : au niveau national (grands exportateurs, GMS...) et au niveau plus local.
- Envers les consommateurs vietnamiens

A chaque fois : si oui, par quelles activités passe la sensibilisation, qui le fait, budget ?

Consommateurs vietnamiens :

Pensez-vous que les IG répondent à des attentes des consommateurs vietnamiens (qu'ils y voient un intérêt) ?

Et un intérêt potentiel dans le futur ? Pour quels types de consommateurs ?

Développer la consommation de produits IG par les vietnamiens est-il un objectif ?

Comment les informer/sensibiliser les consommateurs à ce nouveau signe ? (logo national, communication ?)

Utilisation des IG :

Les acteurs économiques souhaitant utiliser les logos IG (quand IG enregistrées) s'adressent à qui pour obtenir les certificats ? Est ce payant ? Quelles conditions pour obtenir ces certificats ?

I/ Contrôle des IG

Comment se passe le contrôle des IG enregistrées ? Qui est en charge ?

(collaboration avec institutions : cabinets avocats, associations ex : Vietnam Anti-Counterfeiting and IP Protection association)

La NOIP dispose-t-elle de moyens pour ces contrôles ? (budget, activités ?)

J/ Justifications et effets des IG

Au niveau national (NOIP, MARD...) Quelles sont les attentes actuelles envers les IG : dans quels buts protège-t-on les IG ?
Quels sont les effets espérés ?

Au niveau des localités, selon vous, quelles sont les attentes (*distinguer selon les types d'acteurs*)

Selon vous, ces effets attendus (national et local) sont-ils visibles (partiellement) ? Comment les stimuler ?

Egalement les éventuels effets négatifs à anticiper (et comment ?)

Conclusion : Futur des IG au Vietnam et évolutions

Des évolutions particulières sont-elles prévues : modifications cadre juridique ? Nouveau programme de développement/mise en place des IG ? Sensibilisation ?

Quelles sont les principales difficultés (les défis/challenges) pour le développement des IG vietnamiennes ?

Comment faire face à ces difficultés pour améliorer la protection et favoriser les effets positifs des IG en Vietnam ?

2 Guide d'entretien – Experts des IG, personnes ressources

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Contexte d'émergence et construction du cadre juridique IG

Quelles ont été les principales motivations à la protection des IG ?

Quels acteurs y ont participé, ont été consulté ? Y avait-il des pressions extérieures pour accélérer la protection ou influencer certaines décisions ?

Quelles ont été les grandes étapes de cette construction ?

Concrètement, comment cela se passait-il ? *Workshops, séminaires, réunions, mails, consulting...*

Quelles étaient les différentes possibilités, options, points de débats ? Quels choix ont été pris et comment ?

B/ Cadre juridique actuel et évolutions

Diriez-vous que la protection actuelle des IG est : efficace / adaptée au contexte / à améliorer encore

Pour chaque option, demander d'expliquer pourquoi après que la réponse ait été donnée pour toutes les options.

Quelles évolutions sont prévues ou souhaitables selon vous ?

Quel est le rôle des provinces/districts ? Dans l'enregistrement, la gestion des IG ? Est-ce de même pour tous les DPI ?

Quel est le rôle des associations des IG, comment participent-elles à la démarche ?

C/ IG comme nouveau DPI

Existe-t-il une spécificité de ce DPI par rapport aux autres ?

Comment est organisé sa place au sein de la DG IPR/NOIP (division, équipe, effectif, missions) ?

Selon vous, quelle est la position de la DG IPR/NOIP vis-à-vis de ce nouveau droit ?

D/ Mise en œuvre, financement et promotion des IG

Quels sont les acteurs (ministères, recherche, privé...) en charge de la mise en œuvre des IG ?

Différencier selon les missions (enregistrement, contrôle, montage du dossier, gestion de l'IG après enregistrement...)

La NOIP/DG IPR travaille-elle en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture sur les IG ?

La NOIP/DG IPR travaille-t-elle avec d'autres ministères, institutions pour le développement des IG

Existe-t-il des documents/textes/MoU qui précisent les rôles de chacun ?

Selon vous, dans quelles mesures les IG sont-elles articulées avec les politiques agricoles actuelles ?

Les IG sont-elles mentionnées plus précisément dans certaines politiques agricoles ? (*par ex, je pense à la nouvelle politique agricole 'nouvelle campagne' au Vietnam qui s'oriente vers une mise en priorité des zones rurales, des produits plus traditionnels..*)

Comment se passe le financement des IG ? (*public, privé, ONG...*) Localement, quelle participation des gouvernements provinciaux au financement ?

Selon vous, quelles sont (ou seront) les difficultés de mise en œuvre des IG ? *Laisser répondre, puis engager une discussion*

Promotion des IG : actions de sensibilisation ? Envers qui ? (gouvernements locaux, DG IPR, producteurs, exportateurs, consommateurs ?)

E/ Consommation locale/nationale des IG

Pensez-vous que l'origine géographique des produits soit importante pour les consommateurs ?

Connaissez vous des documents qui traitent du lien à l'origine pour les produits AA ? Savoir-faire producteurs/préférences consommateurs ?

IG et consommateurs : quels intérêts, besoin de sensibilisation ? Est-ce prévu ?

F/ Justifications et effets

Selon vous, quelles sont les attentes des différents acteurs envers les IG ?

Pensez-vous que le développement actuel est IG permettent d'atteindre certaines de ces attentes ? *Expliquer*

Selon vous, à quoi peuvent servir les IG en Indonésie/Vietnam ?

Diriez-vous que les démarches actuelles d'IG peuvent également avoir des effets négatifs localement ? *Lesquels*
Si oui, comment les limiter ?

G/ Enregistrement et développement des IG

Comment se passe en général un enregistrement ?

- Montage de la demande, financements
- Dépôt demande/examen du dossier (critères d'examen)
- Les acteurs impliqués localement (selon les différents cas) ?

Après l'enregistrement : mise en œuvre de l'IG ? Quelles actions ?

Diversité des d'IG : les IG enregistrées se trouvent-elles dans des situations similaires ou différentes ? Qu'est ce qui les ressemble ? En quoi sont-elles parfois différentes ?

Quelles sont selon vous les principaux blocages à un meilleur développement des IG ?

H/ Recherche sur les IG

Les universités s'intéressent-elles aux IG ?

Sous quelles formes ?

Savez-vous si les IG sont mentionnées ou font l'objet de certaines formations ?

I/ Développement futur des IG

Quels sont les prochaines étapes dans le développement des IG ? (les projets, même lointains...).

Quelles recommandations feriez-vous afin d'améliorer la, mise en œuvre des IG en Indonésie et au Vietnam :

- Sur le plan national
- Dans les localités

3 Guide d'entretien – Exportateurs, acheteurs, boutiques spécialisées

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation de l'entreprise

-Nom

-Date de création

-Nombres d'employés

-Localisation

-Activités générales : quels produits, quels marchés principaux...

Quel type de produits recherchez-vous ?

Pour vendre sur quels types de marchés ?

Citer les produits sur lesquels nous travaillons, bien s'assurer que la personne identifie le produit (notamment si plusieurs qualités existent). Puis, pour chacun des produits, demander : de B à F

B/ Approvisionnement

Depuis quand achetez-vous ce produit ?

A quel stade l'achetez vous ? (% si stades différents)

Achat toute l'année ou saisonnier ?

Quel est le conditionnement du produit que vous achetez (selon les stades) ? Mentions écrites ?

Quantité annuelle en moyenne ? Tendances d'évolution depuis ces dernières années et projet pour les prochaines années ?

A qui achetez-vous (type d'acteurs) ? Cette année par ex, quantité achetée et répartition / type de fournisseur ?

Connaissez-vous la zone géographique d'approvisionnement de vos fournisseurs ?

Tenez-vous un registre de quantité achetées (quelles informations inscrivez-vous dans ce registre) ?

Faites-vous des demandes particulières (ex : telle variété, temps fermentation, conditionnement...) ? Pourquoi ces demandes ?

Avez-vous des difficultés à vous procurer ce produit parfois ?

Si le produit n'est pas acheté :

Avez-vous le projet de commencer à acheter de ce produit ?

Si oui : Qu'est ce qui vous attire vers ce produit ?

Connaissez-vous déjà des acheteurs et fournisseurs potentiels pour ce produit ?

Ce produit vous apparaît-il comme particulier, spécifique ? Pourquoi ?

C/ Point de vue sur les qualités du produit et les prix d'achat

Quels sont selon vous les caractéristiques d'un bon « café de Kintamani », « litchi de Thanh Hà »... ?

Est-ce que ce produit a une particularité par rapport aux autres de sa catégorie ? Lesquelles ?

D'où viennent ces spécificités selon vous ?

Avez-vous un moyen d'évaluer la qualité du produit que vous achetez ? Critères ?

A quels prix achetez-vous ce produit ?

Stade produit A l'achat	Prix cette année	Variation du prix dans l'année	Impact de la variation de qualité sur le prix <i>détailler</i>	Tendance des prix depuis 10 ans

Les prix sont-ils différents pour autres origines de produit ? (*donner une idée de ces prix*).

Avez-vous des doutes sur l'origine géographique du produit ?

Avez-vous un moyen d'avoir des garanties sur cette origine ?

Comment évolue la qualité de ce produit depuis quelques années selon vous ?

D/ Opérations réalisées sur le produit par l'entreprise

Rappeler le(s) stades auxquels l'entreprise achète le produit et demander les opérations qui sont faites par l'entreprise.

Ex : tri, séchage, grading, mélange, décorticage, emballage...

Quel est le stade final du produit pour vente ou stockage ?

E/ Vente du produit par l'entreprise et prix de vente

Qui sont vos principaux acheteurs ?

Quel type de produit est-ce qu'ils recherchent ?

Font-ils des demandes particulières ?

Type acheteur	Stade du produit à la vente	Quantité vendue/an	Depuis quand vent-il a cet acteur ?	Types de transaction

Les acheteurs observent-ils la qualité du produit, font-ils une évaluation (quels critères) ?

Les acheteurs vous questionnent t-ils sur l'origine géographique du produit ?

Type acheteur	Prix cette année	Evolution prix depuis 10 ans	Que devient le produit après cet acheteur (suite filière)

Avez-vous parfois des difficultés à vendre le produit (pas d'acheteurs), quand ?

Consommation locale :

Vendez-vous sur le marché national ?

Si la réponse est non, pourquoi ?

Les consommateurs indonésiens/vietnamiens recherchent quelles qualités pour ce produit ?

En général, pensez-vous que l'origine géographique des produits soit importante pour les consommateurs indonésiens/vietnamien ?

Observez-vous des demandes/attentes différentes entre les acheteurs nationaux et les importateurs ?

F/ Packaging et promotion des produits (sur leur ventes)

(à observer aussi pendant la visite)

Quel est (sont) les types de conditionnements de vos produits ?
Quelles sont les mentions mises en avant sur les paquets ?

Si mention sur origine ou logo IG : demander depuis quand et pourquoi ce choix ?
Et si c'est le cas pour tous les acheteurs ?
Avez-vous du faire des démarches particulières pour pouvoir utiliser ce logo ?

G/ Indications Géographiques : point de vue et attentes générales

Avez-vous déjà entendu parler des IG ?
Si non : expliquer / si oui : quand ? Dans quel cadre ?

Quelle est votre opinion générale sur les indications géographiques ?
Selon vous, quel peut être l'intérêt des IG pour votre entreprise ? *Laisser répondre*

Quels peuvent être également selon vous les effets des IG sur le produit, sur la zone de production ?
Quels peuvent être les effets négatifs des IG ?

Utilisez-vous d'autres certifications ?
Depuis quand ?
Objectif de ces certifications ?
Quelles différences constatez-vous entre de cette certification et l'IG ?
Selon vous, ces certifications sont-elles compatibles ?

H/ IG par produit (Uniquement s'il connaît les IG)

En fonction des produits IG achetés (demander pour chaque produit IG acheté).

Quand et comment avez-vous appris que les produits étaient enregistrés en tant qu'IG ?
Pour le cas du [citer les divers produit] pensez vous que l'IG soit utile ?
Quelle utilité particulière ? *Expliquer*

Savez-vous que pour pouvoir utiliser l'IG il y a des conditions à respecter : CdC (production, transfo, zone) ?
Savez-vous qu'une association locale de l'IG existe ? *Si elle existe*

Depuis l'enregistrement de l'IG ... (date), observez-vous des changements ? Positifs et négatifs (*économie, prix, réputation produit, qualité, promotion...*)
Est-ce que vous discutez de l'IG avec vos fournisseurs, acheteurs pour ce produit ? ... Que pensent les autres acteurs de cette certification ?

Si on considère l'IG ... et l'IG.... (*Citer les produits IG achetés par cet acteur*) : quelles sont les différences entre IG... et IG.... ?

Conclusion :

Selon vous, dans le futur, comment vont évoluer les IG en Indonésie/Vietnam ?

Quels facteurs pourraient favoriser / limiter le développement des IG ?

4 Guide d'entretien – Grandes surfaces

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation de l'entreprise

-Nom

-Date de création

-Nombres d'employés

-Localisation

B/ Positionnement de l'entreprise vis-à-vis de la Certification et de la Traçabilité

Vendez vous des produits portant des certifications (*laisser parler, puis donner des ex si besoin*)

Quelles certifications ?

Sur quels produits ?

Depuis quand ?

Quelle est l'importance des produits certifiés dans les ventes ? (*estimation*)

Observez-vous une tendance à la hausse des achats de ce type de produits ?

Est-ce que l'origine géographique des produits frais est mentionnée dans le magasin ?

Cette origine est elle en général national/régionale/locale ? (*demander des ex*).

Avez-vous un moyen pour vérifier cette origine ?

Existe-t-il un système de traçabilité dans le magasin ? (*demander des explications*). Si non : est cet un projet en réflexion ?

C/ Vente de produits spéciaux, locaux, traditionnels

S'assurer que la personne comprend que l'on va parler des produits de terroir (donner quelques exemples).

Vendez-vous ce type de produit en magasin ?

Lesquels ?

Selon vous, qu'est ce que les consommateurs recherchent dans ces produits ?

Est-ce que ces produits spéciaux/locaux sont en moyenne plus chez que d'autres produits de la gamme mais sans lien particulier à l'origine ?

Pouvez-vous estimer cette différence de prix ?

Dans les prochaines années, est-ce que ce type de produit va être, selon vous, de plus en plus vendus dans le magasin (ou de moins en moins, ou pareil) ?

D/ Consommation de produits de terroir / intérêt des IG

Pensez-vous que l'origine géographique des produits alimentaires soit importante aux yeux des consommateurs ?

Pour quels types de produit en particulier ?

Pensez-vous que les consommateurs urbains ont des doutes sur l'origine ou les qualités des produits spéciaux qu'on leur propose ?

Pensez-vous qu'un label qui garantisse cette origine pourrait intéresser les consommateurs de votre magasin ?

E/ Certification IG

Avez-vous déjà entendu parler des IG ?

Si non : expliquer / si oui : quand ? Dans quel cadre ? (*Fournir la liste des IG enregistrées*)

Quelle est votre opinion générale sur les IG ?

Quels peuvent être également selon vous les effets des IG sur le produit, sur la zone de production ?

Quels peuvent être les effets négatifs des IG ?

Si non : Votre magasin pourrait-il être intéressé par des produits portant cette certification ?

Pour quels produits ?

F/ Nos produits d'étude

Deux questions pour lesquelles non ne précise pas les origines, on dit seulement « café », « poivre », « miel »... :

Quels sont vos approvisionnement pour ce produit ? (zone d'approvisionnement, quantités moyennes/an)

Vendez-vous ce produit toute l'année (régularité des ventes ?)

Vendez vous du « » (*Citer les produits IG étudiés un à un*)

Si non : arrêter là.

Si oui :

Depuis quand l'achetez vous ?

Où l'achetez-vous ?

Qui et où sont situés vos fournisseurs ?

Quantité moyenne/an (régulier toute l'année) ?

Pouvez-vous avoir des garanties sur l'origine géographique du produit ?

Prix de vente ?

Ces prix sont-ils différents des autres produits de la gamme (+ ou -) ?

Utilisez-vous la mention IG sur ce produit ? Pourquoi ?

Vendez-vous d'autres produits IG ?

G/ Promotion

Quels sont vos moyens de promotion ?

(S'ils vendent des produits IG) : Faites vous de une promotion particulière pour ces produits ?

Les IG sont récentes au VN/IN, pensez-vous développer la promotion pour ces produits afin de sensibiliser les consommateurs VN/IN ?

Conclusion :

Selon vous, quel est le potentiel pour les produits porteurs d'IG en Indonésie/Vietnam ?

Pensez-vous que ce type de produit va dans l'avenir intéresser les supermarchés ?

5 Guide d'entretien – Producteurs

Nom de la personne enquêtée :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Le produit : histoire, réputation, spécificité

Histoire :

Depuis quand produisez-vous ce produit ?

Quelles ont été les évolutions dans cette production dans le temps (techniques, rdt, surfaces... ?)

Quelles sont les occasions de consommation de ce produit (et fréquence)

Réputation : quelle est aujourd'hui la réputation de ce produit ? (et dans le passé ?)

Spécificité et qualité :

Ce produit est-il différent des autres de sa catégorie ?

Quelles sont ses caractéristiques particulières par rapports aux autres (et quels autres ?)

D'où viennent ces spécificités ? (facteurs naturels, humains...)

Est-il facile de reconnaître ce produit ? Quels sont les critères ?

Quelles sont selon vous les caractéristiques d'un bon « café Buon Ma Thuot », « Miel de Mèo Vac » ... ?

Lien avec d'autres activités du territoire, ressources :

Pensez-vous que ce produit a des liens particuliers avec d'autres produits du territoire ?

Pensez-vous que la production du produit soit en lien avec les ressources locales, permettent leur maintien, les valorise ?

Est-ce que les activités et lieux touristiques de la région mettent en valeur le produit et son lien à l'origine ?

B/ Production

Depuis quand êtes-vous installé dans la région ?

L'évolution dans le temps de ses surfaces, ses productions..

Quelles sont vos activités agricoles aujourd'hui : Types de productions et surfaces, combien de personnes travaillent sur l'EA ?

Avez-vous d'autres activités que l'agriculture ?

Pour le produit étudié :

Surfaces précises (et évolutions passées, futures)

Quantités produites /an

Diriez-vous que ce produit est une production importante pour vous ? Pourquoi ?

Estimer le % du revenu qui provient de cette production

Techniques de production :

Cycle de production général : calendrier, rotation, lieu d'installation de cette culture (sols...)

Variétés utilisées aujourd'hui (et avant : apparition/disparition des variétés, différences entre ces variétés).

Comment vous procurez-vous les semences ?

Utilisez-vous des machines pour la production ? (date de début d'utilisation, prix/aide pour les machines)

Utilisez-vous des pesticides/herbicides ? Lesquels ? Depuis quand ? Quantité moyenne. (Aide pour l'achat ?)

Quelles sont selon vous les principales difficultés techniques de production de ce produit ?

Quel est le rendement moyen (variabilité d'une année sur l'autre et tendance générale depuis 10 ans)

C/ La production de la région

Quelle est la zone de production de ce produit ? (a-t-elle changé dans le temps ?)
 Estimer la surface totale actuelle ? Évolutions
 Estimer le nombre de producteurs actuel ? Évolutions
 Estimer la quantité totale produite sur la zone /an

Pensez-vous que les producteurs de la région produisent ce produit d'une manière assez similaire ? Ou existe-t-il des différences importantes ?
 Est-ce que ces différences de production font que selon vous, il existe plusieurs litchis de Thanh Hà, plusieurs poivres blancs de Muntok ... ?
 Connaissez-vous d'autres région de production de café/litchi/miel/poivre... ? Pensez-vous que la manière de produit dans cette région soit sur certains aspects différents de la vôtre ?

D/ Post récolte, transformation

Rappeler la quantité totale qu'il produit / an

Après la récolte, que faites-vous avec le produit ? (vente, stockage, transformation, estimer les %) ?
 Si transformation : quelle opérations ? (Utilisation de matériel ?) > *demander à le voir en visite ensuite, à faire une transformation avec lui*
 Les techniques de transformation ont-elles changé dans le temps ?

E/ Ventes, débouchés

Qui sont vos acheteurs ?

Type d'acheteur	Stade du produit à la vente	Quantité vendue/an	Depuis quand vent-il a cet acteur ?	L'acheteur observe t-il la qualité du produit (quels critères)	L'acheteur questionne t-il sur l'origine géographique sur produit ?

Avez-vous des difficultés à vendre vos récoltes ?
 Quels sont vos projets futurs en ce qui concerne la commercialisation ?

F/ Prix de vente

*Demander les prix par stade du produit à la vente (s'il vend à différents stades différents)
 Demander les prix par type de qualité du produit à la vente (s'il dit vendre son produit à des niveaux différents de qualité)*

Est-ce que les prix varient dans le temps sur une année ?
 Par ex : en 2013, 2012, 2011 quels prix ?
 Si le produit vendu à différents acteurs (pour même stade) : est ce que les prix varient entre acheteurs ? Comment ?

Est-ce que le prix varie selon la qualité (*prendre des exemples*) ? Selon quels critères ? Quel impact sur les prix (+ ou -).

Est-ce que ce produit est vendu au même prix que les autres de sa catégorie (mais autres variétés ou origines) ?

Quelle est votre opinion sur les prix ? (*laisser parler, puis relancer : cela couvre bien ses investissements, reflète le travail investi et la qualité du produit ?*)

Avez-vous déjà observé des « faux » produits sur le marché ? Des imitations ? (dans la zone, hors de la zone de production ?)

G/ Conditionnement du produit et transaction

Quel est le conditionnement du produit à la vente ? Existe-il des mentions écrites, lesquelles ?

Transactions : (reprendre la liste des différents acheteurs)

Comment se décide la vente (au téléphone avant, sur le moment, par commande en début de récolte) ?

Comment est fixé le prix ?

H/ Organisation et accompagnement agricole

Faites-vous partie d'une organisation de producteurs, association, coopérative ?

Depuis quand ? Combien de membres au total ?

Quelles conditions pour être membre ?

Avez-vous un rôle particulier dans cette organisation ?

Quels sont les objectifs de cette organisation ?

Quelles sont ses activités ?

Suivez-vous des formations, du conseil agricole ?

Quels sont les recommandations principales proposées par les services agricoles ?

Qui sont les formateurs ? Quels thèmes abordés, fréquence ?

Recevez-vous des aides pour votre production ? (intrants, tarifs négociés, matériels...) ?

I/ Indication géographique

Si l'IG n'a pas été citée par lui avant : Avez-vous entendu parler de l'IG ?

**Si non : lui expliquer rapidement.*

Que pensez-vous de cela ? Est ce utile, intéressant ? (*Laisser parler*)

Pour le cas du ..., selon vous quels peuvent être les effets positifs et négatifs de l'IG ?

Qui (quels acteurs) peuvent retirer des bénéfices de l'IG ?

**Si oui :*

Dans quel cadre avez-vous entendu parler de l'IG pour la 1^{ère} fois ?

Quelle a été votre 1^{ère} opinion générale sur l'IG ?

Savez-vous que pour pouvoir utiliser le nom de l'IG, il y a un CdC avec des techniques de production à respecter et une délimitation géographique ?

Que pensez-vous de ces règles à respecter ? (facile à mettre en œuvre ?)

**Si une Association de l'IG existe :*

Savez-vous qu'il existe une association de producteurs de l'IG ?

Êtes-vous membre ? Depuis quand ? Pourquoi avez-vous choisi d'être (ou pas) membre ?

**Si membre :*

Combien de membre au total dans l'association ?

Quelles sont ses activités ? (*laisser parler*)

Vos attentes vis-à-vis de l'IG : *laisser librement expliquer*

Certains effets sont –ils déjà constatables aujourd'hui ?

Comment faire pour stimuler les effets positifs ?

Comment faire pour limiter les effets négatifs ?

Conclusion :

Connaissez-vous d'autres projets que l'IG sur ce produit ? *Autres certifications, équipement...*

Participez-vous à ces projets ? Pensez-vous que ces projets soient compatibles avec l'IG ?

Comment envisagez-vous l'évolution de la production et de la commercialisation de ce produit ?

6 Guide d'entretien – Collecteurs (villages, districts, provinces)

Nom de la personne enquêtée :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation des activités du collecteurs

Depuis quand travaillez vous comme collecteur ?

Quels produits achetez-vous ? Quantités annuelles achetées

Avez-vous d'autres activités (agriculteur ou autres ?)

B/ Positionnement du produit étudié dans ses activités

lui dire que l'on va discuter sur le produit « ... » (Préciser variétés, la zone en gros) et s'assurer qu'il identifie bien le produit.

Depuis quand achetez-vous ce produit ?

Quantité annuelle en moyenne

Ce produit contribue à quel % de vos revenus (estimation) ?

Achetez-vous également des produits similaires mais autre variétés, origines ? (quantités)

C/ Le produit : histoire, réputation, spécificité

Histoire :

Quelles ont été les évolutions dans cette production dans le temps (techniques, rdt, surfaces... ?)

Quelles sont les occasions de consommation de ce produit (et fréquence)

Réputation : quelle est aujourd'hui la réputation de ce produit ? (et dans le passé ?)

Spécificité :

Ce produit est-il différent des autres de sa catégorie ?

Quelles sont ses caractéristiques particulières par rapports aux autres (et quels autres ?)

D'où viennent ces spécificités selon vous ? (facteurs naturels, humains ?)

Est-il facile de reconnaître ce produit ? Quels critères ?

D/ Approvisionnement

Reprendre avec la personne la quantité annuelle en moyenne qu'il achète/an

A quel stade l'achetez vous ? (% si stades différents)

A qui achetez-vous (type de fournisseurs) ?

Cette année par ex, quantité achetée et répartition / type de fournisseur ?

Quelle est la zone géographique d'approvisionnement ?

Achat toute l'année, saisonnier ?

Quel est le conditionnement du produit quand vous l'achetez (selon les stades) ? Mentions écrites ?

Tenez-vous un registre des achats (quelles informations dans le registre) ?

Faites-vous des demandes particulières (ex : telle variété, tps fermentation, conditionnement...) ? Pourquoi ces demandes ?

Comment se passent-les transactions ? (appel, commande avant récolte ? lieu, fréquence ?)

-Avec vous parfois des difficultés à vous procurer ce produit ?

E/ Point de vue sur la qualité du produit et les prix d'achat

Est-ce que vous évaluez la qualité des produits que vous achetez ? Critères ?

Quels sont selon vous les caractéristiques d'un bon ... ?

Quels sont les prix d'achat ?

Stade produit	Prix cette année	Variation du prix dans l'année	Impact de la variation de qualité sur le prix	Tendance évolution prix depuis 10 ans

Les prix sont-ils différents pour autres origines de produit ? (une idée de ces prix).

Comment évolue la qualité depuis quelques années selon vous ?

Avez-vous parfois des doutes sur l'origine géographique des produits? Quels moyens pour la vérifier ?

F/ Opérations réalisées sur le produit

Rappeler le(s) stades auxquels il achète le produit et demander les opérations qui sont faites.

Ex : tri, séchage, grading, mélange, décorticage, emballage...

Utilisez-vous des machines pour ces opérations ? Depuis quand ?

Comment vous êtes vous procurer ces machines ? (achat, aide...)

Quel est le stade du produit après vos opérations ? Pour la vente ou stockage (et les quantités annuelles/stade)

G/ Vente du produit et prix de vente

Rappeler ses quantités annuelles de vente (différents stades)

Qui sont vos principaux acheteurs ?

Quels type de produit est ce qu'ils recherchent ? Font-ils des demandes particulières ?

Les ventes se passent à quel moment de l'année, stockage ?

Type acheteur	Stade du produit à la vente	Quantité vendue/an	Conditionnement (Mention écrites)	Depuis quand vent-il a cet acteur ?	Types de transaction

Type acheteur	Prix cette année	Evolution prix depuis 10 ans	Que devient le produit après cet acheteur (suite filière)

Les acheteurs observent-ils la qualité du produit (quels critères) ?

Les acheteurs vous questionnent-ils sur l'origine géographique du produit ?

Consommation locale :

- s'il ne vend pas en localement, demander pourquoi
- Les consommateurs recherchent quelles qualités pour ce type de produit ?
- Quelles différences avec les consommateurs étrangers (touristes) ?
- En général, est-ce que l'origine géographique des produits est importante pour les consommateurs ?

H/ Indication géographique

Avez-vous déjà entendu parler de l'IG ? Si non : expliquer / si oui : quand ? Dans quel cadre ?

Quelle est votre opinion générale sur l'IG ?

Selon vous, pour le cas du produit « ... », quel peut être l'intérêt de l'IG ? Quels effets positifs cela peut avoir ?

(Laisser répondre)

Quels peuvent être les effets négatifs ?

Savez-vous que pour pouvoir utiliser l'IG il y a des conditions à respecter : CdC (production, transfo, zone) ? Que pensez-vous de cela (de ces règles si il le sait) ?

Avez-vous le certificat ? Pensez-vous le demander ? Pourquoi ?

Savez-vous qu'une association de l'IG existe ? *Si elle existe*

Connaissez-vous ses activités, ses membres ?

Depuis l'enregistrement de l'IG ... (date), observez-vous des changements ? Positif et négatif (*économie, prix, réputation produit, qualité, promotion...*)

Est-ce que vous discutez de l'IG avec vos fournisseurs, acheteurs pour ce produit ? Quelles sont leurs opinions sur l'IG ?

Connaissez-vous d'autres certifications possibles pour ce produit ? Depuis quand ? Objectif de ces certifications ? Quelles différences de cette certification avec l'IG ? Est-ce compatible selon lui ?

Conclusion :

Quel sera selon vous, le futur de la production de ce produit dans la région ?

Quels sont vos projets pour la vente de ce produit ?

Quel futur envisagez-vous pour la dynamique d'IG ? Quelles sont selon vous les barrières à un développement de cette démarche ?

7 Guide d'entretien – Gouvernements locaux

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation générale de l'enquête : *Expliquer notre travail, nos objectifs, notre programme.*

B/ Le produit

Quelle est l'importance de ce produit pour la localité ? *Laisser répondre*

Quels sont aujourd'hui les principaux challenges pour ce produit, sa production, sa commercialisation ?

Cette production est-elle ancienne ? Diriez-vous que c'est un produit traditionnel de la région, une spécialité locale ?

Quelle est la réputation de ce produit ?

Est-ce que cette production est en lien avec des activités touristiques ? *Restaurants, musées, écotourisme...*

Diriez-vous que ce produit est un symbole de la région ? Qu'il représente la région ? Pourquoi ?

Quels ont été les principaux soutiens à cette production ces dernières années ? *Projets, conseil agricole, organisation de producteurs...*

C/ Démarche d'enregistrement de l'IG

Pouvez-vous retracer rapidement l'histoire de la démarche ayant permis l'enregistrement de l'IG ... ?

- Identifier les acteurs locaux en présence, leurs rôles... Identifier les principales étapes de la démarche

Sous quelle forme le gouvernement local a participé à la démarche ?

Concrètement, comme cela a été mené ? *Réunions, dates, personnes présentes...*

Quelles étaient les attentes du gouvernement local vis-à-vis de ce projet ?

Quelles ont été les principales difficultés pendant ce projet d'enregistrement ?

D/ Depuis l'enregistrement

Quels sont les acteurs/institutions en charge de l'IG depuis son enregistrement ?

Quelles sont les activités principales aujourd'hui ?

Le gouvernement local a-t-il les moyens de soutenir cette démarche ? De quelle manière ?

L'association de l'IG (si elle existe) a-t-elle des interactions avec le gouvernement local ?

E/ Indications géographiques

Quelle est votre opinion générale sur les IG ? *Laisser répondre*

Plus précisément, quels sont selon vous les aspects positifs et négatifs ?

Quelles sont les difficultés au développement des IG dans la région ?

Le gouvernement local a-t-il une volonté d'accompagner le développement de l'IG ou pensez-vous que ce n'est pas sa mission ?

Est-ce que d'autres produits potentiels ont été identifiés pour être enregistrés en tant qu'IG ?

Où en sont ces projets ?

8 Guide d'entretien – Association / organisation locale de l'IG

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation de l'association

Pouvez-vous m'expliquer l'histoire de la création de cette association ? (date, acteurs impliqués, objectifs ?)

Combien de membres au départ et quelle évolution jusqu'à maintenant ?

Quelles sont les missions principales de l'association ?

Quelle est la fréquence des rencontres ?

Disposez-vous d'un budget pour organiser des activités ?

Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez ?

Est-ce que l'association a des projets identifiés pour les prochaines années ?

B/ Le produit

Quelle est l'importance de ce produit pour la localité ? *Laisser répondre*

Quels sont aujourd'hui les principaux challenges pour ce produit, sa production, sa commercialisation ?

Cette production est-elle ancienne ? Diriez-vous que c'est un produit traditionnel de la région, une spécialité locale ?

Quelle est la réputation de ce produit ?

Est-ce que cette production est en lien avec des activités touristiques ? *Restaurants, musées, écotourisme...*

Diriez-vous que ce produit est un symbole de la région ? Qu'il représente la région ? Pourquoi ?

Quels ont été les principaux soutiens à cette production ces dernières années ? *Projets, conseil agricole, organisation de producteurs...*

C/ Démarche d'enregistrement de l'IG

Pouvez-vous retracer rapidement l'histoire de la démarche ayant permis l'enregistrement de l'IG ... ?

> Quel a été le rôle de l'association (si créée avant l'enregistrement) ?

> Quelles responsabilités l'association a-t-elle reçues suite à l'enregistrement (si créée après) ?

Sous quelle forme le gouvernement local a participé à la démarche ?

Concrètement, comme cela a été mené ? *Réunions, dates, personnes présentes...*

D/ Depuis l'enregistrement

Quels sont les acteurs/institutions en charge de l'IG depuis son enregistrement ?

Quelles sont les activités principales aujourd'hui ?

Le gouvernement local a-t-il les moyens de soutenir cette démarche ? De quelle manière ?

L'association de l'IG a-t-elle des interactions avec le gouvernement local ? avec d'autres institutions publiques ?

L'association organise-t-elle des activités de sensibilisation à l'IG pour ses membres ? (formations sur CdC, sur promotion, sur utilisation du nom).

Est-ce que l'association a des interactions avec des acheteurs de la zone (collecteurs, exportateurs) ou des acheteurs situés hors de la zone de production ?

E/ Indications géographiques

Quelle est votre opinion générale sur l'IG ? *Laisser répondre*

Plus précisément, quels sont selon vous les aspects positifs et négatifs ?

Quelles sont les difficultés au développement des IG dans la région ?

9 Guide d'entretien – Département des Sciences et des Technologies (Vietnam)

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation générale de l'enquête : *Expliquer notre travail, nos objectifs, notre programme.*

B/ Le produit

Quelle est l'importance de ce produit pour la localité ? *Laisser répondre*

Cette production est-elle ancienne ? Diriez-vous que c'est un produit traditionnel de la région, une spécialité locale ?

Quelle est la réputation de ce produit ?

Quels sont aujourd'hui les principaux challenges pour ce produit, sa production, sa commercialisation ?

Connaissez-vous des projets de soutien à cette production ces dernières années ? *conseil agricole, organisation de producteurs, projets de développement internationaux...*

C/ Démarche d'enregistrement de l'IG

Pouvez-vous retracer rapidement l'histoire de la démarche ayant permis l'enregistrement de l'IG ... ? *date, acteurs initiateurs, étapes clés...*

Concrètement, comme cela a été mené ? *Réunions, dates, personnes présentes...*

> Quel a été le rôle du DST, quelles activités ont été réalisées ?

> Quelles ont été les principales difficultés dans la rédaction du CdC ? Dans la délimitation de l'aire de production ? Est-ce que certains points ont été particulièrement discutés ?

> Est-ce que le DST a travaillé en collaboration avec d'autres organes publics locaux ? ou instituts de recherche (nationaux locaux), experts ?

Sous quelle forme le gouvernement local a participé à la démarche ?

D/ Depuis l'enregistrement

Quels sont les acteurs/institutions en charge de la gestion de l'IG depuis son enregistrement ?

La localité a-t-elle bénéficié d'un projet de Gestion et Développement de l'IG ? Pourriez-vous retracer les principales étapes de ce projet et ses résultats ?

Quelles sont aujourd'hui les responsabilités et les activités du DST en ce qui concerne l'IG ?

Le gouvernement local a-t-il les moyens de soutenir cette démarche ? De quelle manière ?

E/ Indications géographiques

Quelle est votre opinion générale sur l'IG ? *Laisser répondre*

Plus précisément, quels sont selon vous les aspects positifs et négatifs ?

Quelles sont les difficultés au développement des IG dans la région ?

10 Guide d'entretien – Services agricoles des provinces/districts

Nom de la personne enquêtée :

Fonction dans l'institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation générale de l'enquête : *Expliquer notre travail, nos objectifs, notre programme.*

B/ Le produit

Quelle est l'importance de ce produit pour la localité ? *Laisser répondre*

Cette production est-elle ancienne ? Diriez-vous que c'est un produit traditionnel de la région, une spécialité locale ?

Quelle est la réputation de ce produit ?

Quels sont aujourd'hui les principaux challenges pour ce produit, sa production, sa commercialisation ?

C/ Soutien et accompagnement de la production

Est-ce que cette production a bénéficié d'un soutien des services agricoles depuis les 20 dernières années ?

Pourriez-vous retracer l'évolution de ce soutien ? *Programmes nationaux (dates, objectifs), programme provinciaux (dates, objectifs)*

Concrètement, comment se passe cet accompagnement des producteurs ? *expliquer les formations, réunions, éventuellement l'organisation des producteurs. > demander si on peut voir (et récupérer ?) des supports de sensibilisation utilisés avec les producteurs*

Est-ce que cet accompagnement est parfois réalisé avec d'autres services publics ? ou avec les agents de terrains de certains acheteurs, ou d'ONG ?

Aujourd'hui, quelles sont les recommandations techniques principales qui sont données aux producteurs ?

D/ Démarche d'enregistrement de l'IG

Pouvez-vous retracer rapidement l'histoire de la démarche ayant permis l'enregistrement de l'IG ... ? *date, acteurs initiateurs, étapes clés...*

> Sous quelle forme le gouvernement local a participé à la démarche ?

> Quel a été le rôle des services agricoles, quelles activités ont été réalisées ?

Si participation à la rédaction du CdC > Quelles ont été les principales difficultés dans la rédaction du CdC ? Dans la délimitation de l'aire de production ? Est-ce que certains points ont été particulièrement discutés ?

E/ Depuis l'enregistrement

Quels sont les acteurs/institutions en charge de la gestion de l'IG depuis son enregistrement ?

La localité a-t-elle bénéficié d'un projet de Gestion et Développement de l'IG (si Vietnam) ? Pourriez-vous retracer les principales étapes de ce projet et ses résultats ?

Quelles sont aujourd'hui les responsabilités et les activités des agents des services agricoles en ce qui concerne l'IG ? Le gouvernement local a-t-il les moyens de soutenir cette démarche ? De quelle manière ?

Comment se passe la sensibilisation des producteurs au CdC ?

Diriez-vous que les producteurs sont globalement intéressés par l'IG ?

Observez-vous un écart entre les règles du CdC et les pratiques des producteurs ? Selon vous, quels producteurs sont aujourd'hui en mesure de respecter ce CdC ?

Avez-vous observé des effets de l'IG depuis son enregistrement ? *sur les techniques agricoles, les prix, les acheteurs (type, nombre), sur la qualité du produit ou la réputation du nom, sur l'organisation des producteurs, etc.*

F/ Indications géographiques

Quelle est votre opinion générale sur l'IG ? *Laisser répondre*

Plus précisément, quels sont selon vous les aspects positifs et négatifs ?

Quelles sont les difficultés au développement des IG dans la région ?

11 Guide d'entretien – « Acteurs du territoire »

- *Ce guide d'entretien a été utilisé auprès d'acteurs du tourisme (restauration, hébergement), de personnes travaillant dans des boutiques de produits de spécialités, des musées, ou des acteurs travaillant pour d'autres produits / activités du territoire.*

Nom de la personne enquêtée :

Fonction / entreprise / institution :

Date et lieu de l'enquête :

Contact :

A/ Présentation générale de l'enquête : *Expliquer notre travail, nos objectifs, notre programme.*

B/ Présentation de la personne et de la structure : *Demander à la personne de se présenter, de décrire son emploi, ses activités...*

C/ Le produit

Quelle est l'importance de ce produit pour la localité ? *Laisser répondre*

Cette production est-elle ancienne ? Diriez-vous que c'est un produit traditionnel de la région, une spécialité locale ?

Quelle est la réputation de ce produit ?

D/ Tourisme, patrimoine, culture locale

Pensez-vous que ce produit, son mode de production, son ancienneté, soit un élément attirant les touristes dans la région ?

Est-ce que les touristes achètent ce produit en souvenir ? Est-ce que d'autres produits de la région sont également achetés en souvenir ?

Connaissez-vous des lieux touristiques (restaurants, musées, autres) qui utilisent ce produit, ou qui le mettent en valeur et en font la promotion ?

Est-ce que ce produit est présenté lors de festivités locales, ou associés à des cérémonies particulières ?

E/ Indication géographique

Avez-vous entendu parler de l'indication géographique pour ce produit ? > *Si non : expliquer l'IG, ses objectifs...*

Si oui : Que savez-vous de ce projet des objectifs de l'IG ? *date, personnes impliquées...*

Quelle est votre opinion générale sur ce projet ? *Laisser répondre*

Si oui et non (après avoir expliqué ce qu'est l'IG) :

Pensez-vous que l'IG réponde à un besoin des producteurs ou des consommateurs de ce produit ?

Quelles sont à votre avis les difficultés de mise en œuvre des IG dans la région ?

Pensez-vous que l'IG peut avoir une influence, même indirecte, sur votre activité ? De quelle manière ?

Annexe A5.1

Décret d'application No. 51 de 2007 sur les Indications Géographiques (Indonésie)

Cette annexe a été réalisée sur la base de la traduction du décret d'application traduit dans le cadre du projet ECAP III (ASEAN Project on the Protection of Intellectual Property Rights).

**GOVERNMENT REGULATION OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
NUMBER 51 YEAR 2007
REGARDING
GEOGRAPHICAL INDICATIONS
BY THE GRACE OF GOD ALMIGHTY
PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**

Considering : that to implement the provisions of Article 56 paragraph (9) of Law Number 15 Of 2001 regarding Mark, it is necessary to stipulate the Government Regulation regarding Geographical Indications;

In view of : 1. Article 5 paragraph (2) of the Indonesian Constitution of 1945;
2. Law Number 15 year 2001 regarding Mark (State Gazette of the Republic of Indonesia Year 2001 Number 110, Supplementary State Gazette Number 4131);

HAS DECIDED:

To enact : THE GOVERNMENT REGULATION OF THE REPUBLIC OF INDONESIA REGARDING GEOGRAPHICAL INDICATIONS.

**CHAPTER I
GENERAL PROVISIONS**

Article 1

In this Government Regulation:

1. A Geographical Indication shall mean a sign which indicates the place of origin of goods, which due to its geographical environment factors including natural factors, human factors, or their combination, give specific characteristics and qualities on the goods produced therein.
2. Application shall mean the application for registration of a Geographical Indication submitted in writing to the Directorate General.
3. Applicant shall mean a party who files the application.

4. Producer shall mean party who produces goods.
5. Consultant of Intellectual Property Rights shall mean a person who has expertise in the field of intellectual property rights and specifically provides services in filing and arrangement for the application for Patent, Trademark marks, Industrial Design and other fields of Intellectual Property Rights, including the Geographical Indications and shall be registered as a Consultant of Intellectual Property Rights in the Directorate General.
6. Proxy shall mean the consultant of intellectual property right.
7. Filing date shall mean the date of receipt of an application, which has fulfilled the administrative requirements.
8. 8. Day shall mean working day.
9. Book of Requirements shall mean a document containing information on the description concerning the qualities and specific characteristics of a good that can be used to differentiate one goods from other goods of the same category.
10. 10. User of Geographical Indication shall mean the producers of goods in accordance with the relevant Books of Requirements and registered at the Directorate General.μ
11. Directorate General shall mean the Directorate General of Intellectual Property Rights under the Department presided over by the Minister.
12. 12. Minister shall mean the Minister, whose scope of duties and responsibilities cover in the field of intellectual property rights; including the Geographical Indication.

CHAPTER II

SCOPE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Part One

General

Article 2

- (1) A sign as referred to in Article 1 paragraph (1) shall be a name of the place or region, or any other particular signs which indicates the place of origin where a good is produced that is protected by the Geographical Indication.
- (2) The goods as referred to in paragraph (1) include agricultural products, processed products, handicrafts, or any other goods complying with the provision of Article 1 paragraph (1).
- (3) A sign as referred to in paragraph (1) shall be protected as a Geographical Indication after having registered in the General Register of Geographical Indications at the Directorate General.
- (4) A registered Geographical Indication cannot fall into the public domain.
- (5) A sign as referred to in paragraph (1) can only be used on goods which comply with the Book of Requirements.

Part Two

Geographical Indications which cannot be registered

Article 3

A Geographical Indication shall not be registered if the sign which the application is being applied for registration:

- a. Contradicts with laws and regulations, religious morality values, ethics or public order;
- b. Misleads or deceives the public as to the characteristics, natures, quality, place of origin, production process, of the good and / or its usefulness.
- c. Constitutes the name of local geographical that already has been used as the name of a plant variety, and used for the same plant variety; or
- d. Has become generic.

Part Three Period of Protection of Geographical Indication

Article 4

A registered Geographical Indication shall be protected as long as the specific characteristics and qualities which have been the basis for the protection of Geographical Indications still exist.

CHAPTER III PROCEDURE OF APPLICATION

Article 5

- (1) An application shall be filed in writing in the Indonesian language by the applicant or through his Proxy at the Directorate General by filling out a form in 3 copies (triplicate) to the Directorate General.
- (2) The format and content of the application Form as referred to in paragraph (1) shall be decided by the Directorate General.
- (3) The applicant as referred to in paragraph (1) shall consist of:
 - a. An institution representing the community in the area where the origin of goods is produced, which consist of:
 1. parties who undertake business on natural products, or natural resources;
 2. producers of agricultural products;
 3. persons who make handicrafts, or industrial products; or
 4. traders selling the goods;
 - b. An institution that is given the authority to do so; or
 - c. A group of consumer of the goods.

Article 6

- (1) The application as referred to in Article 5 shall contain the following administrative requirements:
 - a. date, month, and year;
 - b. Complete name, nationality, and address of the Applicant; and
 - c. Complete name and address of the Proxy, if the application is filed through a proxy.
- (2) The Application as referred to paragraph (1) shall be accompanied by:
 - a. A special power of attorney, if the application is filed through a Proxy; and

- b. Receipt of payment of fee.
- (3) The application as referred to paragraph (1) shall be furnished with a Book of Requirements consisting of:
- a. Name of the Geographical Indication for which the application for registration is filed;
 - b. Name of goods protected by the Geographical Indication;
 - c. Description on the specific characteristics and qualities distinguishing certain good from other good of the same category, and describing the relation to the region where the good is produced;
 - d. Description of the geographical environment and the inherent natural and human factors which as a unity give effect on the quality or characteristics of the goods produced;
 - e. Description of the boundaries of region and / or regional map of the area that is covered by the Geographical Indication;
 - f. Description of the history and traditions related to the use of Geographical Indication to designate the goods produced in that area including the description of the recognition by the relevant public of the Geographical Indications;
 - g. Description of the production process, processing, and process of making which is used as to allow any producer in the region to produce, process, or make the relevant goods;
 - h. Description of the methods used to control the quality of goods produced; and
 - i. The labels which is used on the goods and having contains the Geographical Indication.
- (4) The description on the region boundaries and / or a regional map covered by the Geographical Indication as referred to in paragraph (3) letter (e) shall have a recommendation from the relevant authorities.

CHAPTER IV PROCEDURE OF EXAMINATION

Part One Administrative Examination

Article 7

- (1) The Directorate General shall conduct an administrative examination on the completeness of requirements of the application as referred to in Articles 5 and Article 6 within a period of 14 (fourteen) days from the date of receipt of the application.
- (2) In case the Application has fulfilled the requirements as referred to in Article 5, Article 6 paragraph (1), Article 6 paragraph (2) letter (b), and Article 6 paragraph (3), the Directorate General shall allocate a Filing date.
- (3) Where there are deficiencies on the requirements as referred to in paragraph (2), the Directorate General shall notify in writing the Applicant or his proxy to complete the requirements within a period of 3 (three) months at the latest from the date of the receipt of notification.
- (4) In case of failure to complete the requirements within the period as referred to in paragraph (3), the Directorate General shall notify in writing the Applicant or through his proxy, that the Application is deemed withdrawn, and publish it on the Official Gazette of Geographical Indication.

- (5) In case of the Application is deemed withdrawn as referred to in paragraph (4), then the fees already paid to the Directorate General shall not be refundable.

Part Two Substantive Examination

Article 8

- (1) Within the period of 1 (one) month as of the fulfillment date of the completion of requirements as referred to in Article 7 paragraph (2), the Directorate General will forward the application to the Geographical Indication Experts Team.
- (2) The Geographical Indication Experts Team shall conduct a substantive examination on the Application within a period of 2 (two) years as of the receipt date of the application as referred to in paragraph (1).
- (3) The substantive examination as referred to in paragraph (2) shall be conducted based on Article 1 paragraph (1), and Article 3 and Article 6 paragraph (3).
- (4) In the case of the Geographical Indication Experts Team considers that the application has fulfilled with the provisions on registration as referred to in paragraph (3), the Geographical Indication Experts Team shall submit the proposals to the Directorate General that the Geographical Indication be registered in the General Register of Geographical Indication.
- (5) The substantive examination as referred to in paragraph (2) shall be subjected to the payment of fees.
- (6) The fee for substantive examination as referred to in paragraph (5) shall be paid before the end of publication period of the application.
- (7) In case of failure to pay the fee for substantive examination is not paid within the period as referred to in paragraph (6), the Application is deemed withdrawn.

Article 9

- (1) In case the Geographical Indication Experts Team approves the registration of the Geographical Indication can be registered as referred to in Article 8 paragraph (4), the Geographical Indication Experts Team shall propose to the Directorate General to publish the relevant information related to the Geographical Indication, including the Book of Requirements in the Official Gazette of Geographical Indication within a period of 30 (thirty) days as of the receipt date of the proposal from the Geographical Indication Experts Team.
- (2) In case the Geographical Indication Experts Team states that an application shall be refused, the Directorate General shall within a period of 30 (thirty) days as of receipt date of the proposal the Applicant or through his proxy, by mentioning the reasons thereof.
- (3) within a period of 3 (three) months as of receipt date of the notification of refusal as referred to in paragraph (2), the applicant or his proxy may respond to the refusal by stating the reasons.

- (4) In case of the applicant or his proxy does not respond to the refusal as referred to in paragraph (3), the Directorate General shall make decision on the refusal of the application and notify this decision to the applicant or by his proxy.
- (5) In case of the Applicant or his Proxy submits responses to the refusal as referred to in paragraph (3), the Directorate General shall within period of 30 (thirty) days as of the receipt of such response forward the response to the Geographical Indication Experts Team.

Article 10

- (1) The Geographical Indication Experts Team shall conduct re-examination and propose a decision within a period of 3 (three) months as of the receipt of responses as referred to in Article 9 paragraph (5).
- (2) In case of the Geographical Indication Experts Team approves the response as referred to in Article 9 paragraph (3), the Directorate General shall publish the Geographical Indication and the Book of requirements, based on the proposed decision as referred to in paragraph (1), in the Official Gazette of Geographical Indication.
- (3) In case of the Geographical Indication Experts Team could not approve the response as referred to in Article 9 paragraph (3), the Directorate General shall make decision on the refusal of the application.
- (4) The Directorate General shall within a period of 30 (thirty) days notify in writing the decision on refusal as referred to Article 9 paragraph (4) and Article 10 paragraph (3) to the Applicant or through by his proxy, by mentioning the reasons thereof.
- (5) In case of an application is refused, all fees already paid to the Directorate General shall not be refundable.
- (6) The Applicant or his proxy may submit an appeal petition to the Trademark Appeal Commission within a period of 3 (three) months as of the receipt date of the notification on the decision on refusal as referred to paragraph (4).
- (7) The fees for filing an appeal petition to the Trademark Appeal Commission shall be paid when filing of such petition for appeal.

Part Three Publication

Article 11

- (1) The Directorate General shall within a period of 10 (ten) days from the approval date of the Geographical Indications for registration or refused, the Directorate General shall publish the decision in the Official Gazette of Geographical Indication.
- (2) In case of the Geographical Indication is to be registered as referred to in paragraph (1), the publication in the Official Gazette of Geographical Indication shall contain the Application number, full name and complete address of the Applicant, full name and address of the Proxy, filing Date, relevant Geographical Indication, and abstract of the Book of Requirements.

- (3) In case of the Geographical Indication is refused as referred to in paragraph (1), the publication in the Official Gazette of Geographical Indication shall contain the Application number, full name and complete address of the Applicant, full name and complete address of the Proxy, and name of the Geographical Indication for which the application being applied for registration.
- (4) The publication as referred to in paragraph (2) shall be made for 3 (three) months.

Part Four Opposition and Rebuttal

Article 12

- (1) During the period of publication as referred to in Article 11 paragraph (4), in relation Geographical Indication published as referred to in Article 11 (2), any party may file a written opposition to the Application to the Directorate General in 3 (three) copies with a payment of fees.
- (2) The opposition as referred to in paragraph (1) shall mention the reasons furnished with sufficient evidence that the Application shall not be registered or be refused based on this Government Regulation.
- (3) The opposition as referred to in paragraph (1) may also be submitted in relation to the boundary of area or region covered by the Geographical Indication for which the application for registration is filed.
- (4) In case of the opposition as referred to in paragraph (2) and / or paragraph (3), the Directorate General shall within a period of 14 (fourteen) days as of the date of receipt opposition, send a copy of such the opposition to the Applicant or his proxy.
- (5) The applicant or his proxy shall be entitled to file a rebuttal to the opposition as referred to in paragraph (4) to the Directorate General within a period 2 (two) months as of the receipt date of copy of the opposition.

Part Five Substantive Re-examination

Article 13

- (1) In the case of a rebuttal as referred to in Article 12 paragraph (5), the Geographical Indication Experts Team shall conduct the substantive re-examination of the Application Geographical Indication by taking into account the rebuttal.
- (2) The substantive re-examination as referred to in paragraph (1) shall be accomplished within a period of 6 (six) months as of at the expiry date of the filing of rebuttal as referred to in Article 12 paragraph(5).

- (3) In case there is no opposition as referred to in Article 12 paragraph (1), the Directorate General shall make registration of Geographical Indication in the General Register of Geographical Indication.
- (4) In case the result of the substantive re-examination as referred to in paragraph (1) and paragraph (2) indicate that the opposition can be accepted, the Directorate General shall notify in writing to the applicant or through his proxy that the Geographical Indication is refused.
- (5) Within a period of 3 (three) months as of the receipt of the decision on refusal as referred in to paragraph (4), the applicant or his proxy may file appeal to the Trademark Appeal Commission.
- (6) In case the result of the substantive re-examination as referred to in paragraph (1) and paragraph (2) reveal that the opposition could not be accepted, the Directorate General shall register the Geographical Indication in the General Register of Geographical Indication.
- (7) Within a period of 30 (thirty) days as of the decision on substantive re-examination, the Directorate General shall publish the decision in the Official Gazette of Geographical Indication.

Part Six

Geographical Indication Experts Team

Article 14

- (1) The Geographical Indication of Experts Team is non-structural bodies which undertakes evaluation of the Book of Requirements, and provide consideration / recommendations to the Directorate General in relation to the registration, amendment, cancellations, and / or control of the national Geographical Indications.
- (2) The members of the Geographical Indication Experts Team as referred to in paragraph (1) shall consist of experts having expertise in the field of Geographical Indication and come from:
 - a. representatives of the Directorate General;
 - b. representatives of the ministries in charge of agriculture, industry, trade, and / or other relevant ministries;
 - c. representatives of institutions or agencies authorized to carry out supervision and / or controlling the quality of goods; and / or
 - d. Other competent experts.
- (3) The members of the Geographical Indication Experts Team as referred to in paragraph (2) shall be constituted and dismissed by the Minister for a period of 5 (five) years.
- (4) The Geographical Indication Experts Team shall be chaired by a chairman elected from and by the members of the Geographical Indication Experts Team.
- (5) In conducting the duties and functions as referred to in paragraph (1), the Geographical Indication Experts Team shall be assisted by the Technical Evaluation Team whose membership is based on expertise.
- (6) The Technical Evaluation Team as referred to in paragraph (5) shall be established by the Directorate General based on the recommendation from the Geographical Indication Experts Team.

CHAPTER V
THE USE AND CONTROL OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Part One
User of Geographical Indication

Article 15

- (1) Any Producers interested in the use of the Geographical Indication shall apply as the User of Geographical Indication to the Directorate General with a payment of fee in accordance with laws and regulations.
- (2) The producers as referred to in paragraph (1) shall fill out the declaration form as specified by the Directorate General furnished with recommendations from the competent technical authority.
- (3) Within a period of 30 (thirty) days after completing the requirements as referred to in paragraph (2), the Directorate General shall register the User Producer of the Geographical Indication in the General Register of Users of Geographical Indication and publish his/her names and relevant information in the Official Gazette Indication geographical.

Part Two
Control of User of Geographical Indication

Article 16

- (1) Any party may submit the results of his/her observation on the User of Geographical Indication to the competent authorities with a copy to the Directorate General that the information covered in the Book of Requirements concerning on the goods protected by the Geographical Indication is not fulfilled.
- (2) The results of observation as referred to in paragraph (1) shall contain the evidence and reasoning thereof.
- (3) Within a period of 7 (seven) days as of the receipt of result of observation as referred to in paragraph (1), the Directorate General shall submit the control findings to the Geographical Indication Experts Team.
- (4) Within a period of 6 (six) months as of the receipt of the result of observation as referred to in paragraph (3), Geographical Indications Expert Team examine the result of observation and convey the result of examination to the Directorate General, including any act that should be taken by the Directorate General.

Article 17

- (1) Within a period of 30 (thirty) days as of the receipt of the result of examination as referred to Article 16 paragraph(4), Directorate General shall make decision on the acts to be taken, including to cancel the registered User of Geographical Indication.

- (2) In case the Directorate General decides to cancel the registered User of Geographical Indication, the registered User of Geographical Indication is removed from the General Register of Users of Geographical Indication and further declared not entitled to use the Geographical Indication.
- (3) Any objection on the cancellation of a registered User of Geographical Indication as referred to paragraph (2) may be filed through a Commercial Court maximum within 3 (three) months as of the date of receipt of the cancellation decision.
- (4)) Within a period of 30 (thirty) days as of the decision on cancellation decision as referred to paragraph (2), the Directorate General shall publish that decision in the Official Gazette of Geographical Indication.

Article 18

- (1) The deletion of the use of registered Geographical Indication may be filed at on the initiative of a User of the registered Geographical Indication User.
- (2) In case the deletion as referred to in paragraph (1) is filed, then the registered User of Geographical Indication User will be removed from the General Register of Users of Geographical Indication and then they are declared ineligible use the Geographical Indication.
- (3)) Within a period of 30 (thirty) days as of the decision for deletion as referred to in paragraph (2), the Directorate General shall publish that decision in the Official Gazette of Geographical Indication.

Part Three Control of Use Geographical Indication

Article 19

- (1) The Geographical Indication Experts Team shall organize and monitor the control the use of Geographical Indication in the territory of the Republic of Indonesia.
- (2) In performing its duties and responsibilities as referred to in paragraph (1), the Geographical Indication Experts Team may be assisted by the a Technical Controlling Team consisting of technical experts in the fields of certain goods to give consideration or carry out controlling duty.
- (3) Technical Controlling Team as referred to in paragraph (2) may be from:
 - a. institutions competent to conduct control both at the regional and central levels; and /or
 - b. private institutions or non-government institutions acknowledged as an institution competent to carry out inspection / control related to the goods protected by the Geographical Indication.
- (4) List of institutions and agencies already acknowledged as referred to in paragraph (3) shall always be updated and monitored accordingly by the Geographical Indication Experts Team.
- (5) The list of institutions and agencies already acknowledged as referred to in paragraph (3) shall be accessible to the public and used as a reference for the Users of Geographical Indication.

- (6) Technical Controlling Team as referred to in paragraph (2) shall be established by the Directorate General based on the recommendation from the Geographical Indication Experts Team.

CHAPTER VI FOREIGN GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Article 20

- (1) Any Application filed by an applicant residing or having permanently domicile outside the territory of the Republic of Indonesia shall be filed through their Proxy in Indonesia or through the diplomatic representatives in Indonesia of the countries of origin of the Geographical Indication.
- (2) The application as referred to in paragraph (1) can only be registered if the Geographical Indication has gained recognition and / or been registered in accordance with the provisions prevailing in its country of origin.
- (3) The provisions on the examination to the completeness of administrative requirements of the Application as referred to in Article 7 shall also apply to on foreign Applications.
- (4) In case of a foreign application which has fulfilled the requirements provisions as referred to in paragraphs (1), paragraph (2) and paragraph (3), the Directorate General shall decide that the application can be approved for registration and make the publication as referred to Article 11.
- (5) The Directorate General shall refuse any foreign Application in case of failure to meet the requirements as referred to in paragraph (1), paragraph (2), and / or paragraph (3).
- (6) The refusal as referred to in paragraphs (5) shall be notified to the applicant through his proxy or his diplomatic representative in Indonesia within a period of 30 (thirty) days as of the date of decision on refusal.
- (7) Provisions on procedure of publication, opposition, and rebuttal as well as application for appeals petition in this Government Regulation shall apply on mutatis-mutandis to the foreign Application.
- (8) The foreign application which has been registered shall be provided with protection in accordance with the provisions of this Government Regulation.

CHAPTER VII AMENDMENT AND TERMINATION OF PROTECTION

Part One Amendment to and Withdrawal of Application

Article 21

- (1) Amendment of an application as referred to in Articles 6 and Article 20 can only be submitted as long as the application has not been published in the Official Gazette of Geographical Indication as referred to in Article 11.

- (2) The withdrawal of the application as referred to in Articles 6 and Article 20 may only be made before the Directorate General makes decision to register the Geographical Indication.
- (3) In case the application is withdrawn as referred to in paragraph (2), all fees that have been paid to the Directorate General cannot be refundable.

Part Two

Amendment of Book of Requirements After Registration

Article 22

- (1) An Applicant may file a request for amendment of the Book of Requirements in accordance with development of science and technology or a change of geographical boundaries.
- (2) The request for amendment of the Book of Requirements as referred to in paragraph (1) shall be filed in writing to the Directorate General furnished with the reasons and amendments.
- (3) In case the request for amendment the Book of Requirements as referred to in paragraph (1) can be accepted, the Directorate General shall publish the amendment of the Book of Requirements in the Official Gazette of Geographical Indication.
- (4) The amendment to the Book of requirement shall comply with the provisions on the publication as referred to in Article 11, as well as opposition and rebuttal as referred to in Article 12.
- (5) In the event the Directorate General refuses the request for amendment application of the Book of Requirements, the Applicant or his Proxy may file appeal petition to the Trademark Appeal Commission.
- (6) The appeal as referred to in paragraph (5) may be filed within a period of 3 (three) months as of the receipt of the decision refusal.

Part Three

Termination of Protection of Geographical Indication

Article 23

- (1) Any parties, including the Geographical Indication Experts Team may submit to the Directorate General a result of the observation that specific characteristic and / or the quality based on which the protection of Geographical Indication has been conferred no longer exist.
- (2) In case the result of observation as referred to in paragraph (1) are not from the Geographical Indication Experts Team, the Directorate General shall forwarding these observation to the Geographical Indication Experts Team within a period of 30 (thirty) days as of the receipt of the result of observation.
- (3) Within a period of 6 (six) months as of the receipt of the result of observation as referred to paragraph (2), the Geographical Indication Experts Team shall examine and inform its decision as well as measures that shall be taken to the Directorate General.

- (4) Within a period of 30 (thirty) days as of the receipt of the decision as referred to paragraph (3), the Directorate General shall take into account the decision of the Geographical Indication Experts Team and the acts to be taken, including to cancel the Geographical Indication.
- (5) In case of cancellation of the Geographical Indication, the Directorate General shall notify in writing to the applicant or his proxy as well as all Users of Geographical Indication as referred to Article 15 paragraph (3), or through his Proxy within a period of 14 (fourteen) days as of the receipt of the decision.
- (6) Within a period of 30 (thirty) days as of the decision on cancellation as referred to paragraph (5), the Directorate General shall publish the decision in the Official Gazette of Geographical Indication.
- (7) The publication as referred to in paragraph (6) shall state the cancellation of the Geographical Indication as well as the termination of the use by Users of the Geographical Indication.
- (8) Objection to the cancellation of Geographical Indication as referred to in paragraph (5) can be filed to the Commercial Court within 3 (three) months as of the receipt of the decision on cancellation.

CHAPTER VIII APPEAL PETITION FOR GEOGRAPHICAL INDICATION

Article 24

- (1) An applicant or his proxy may file an appeal petition to the Trademark Appeal Commission against the refusal of an Application as referred to in Article 9 paragraph (4), Article 10 paragraph (3), Article 13 paragraph (4) and Article 22 paragraph (5).
- (2) An appeal petition as referred to in paragraph (1) shall be filed in writing to the Trademark Appeal Commission within a period as referred to in Article 10 paragraph (6), Article 13 paragraph (5) and Article 22 paragraph (6), and it will be subjected to the payment of fee.
- (3) The provisions on petition for appeal for geographical Indication shall be applicable on mutatis mutandis to the provisions in of Articles 29, Article 30, Article 31, Article 32, Article 33 and Article 34 of the Law No. 15 of 2001 regarding on Marks as well as and the Implementing Regulation thereof.

CHAPTER IX INFRINGEMENT AND LAWSUIT

Part One Infringement of Geographical Indication

Article 25

Infringement of Geographical Indications shall include:

- a. use of Geographical Indication for commercial purposes, directly or indirectly for the goods failing to meet the Book of Requirements;
- b. use of a sign of Geographical Indication for commercial purposes, directly or indirectly on goods which are protected or not protected with a view to :
 1. indicating that the goods' quality is equitable to the goods with those protected by the Geographical Indication;
 2. gaining profit from such use; or
 3. gaining profit from the reputation of the Geographical Indication;
- c. Use of a Geographical Indication that may mislead the public in relation to the geographical origin of the goods;
- d. Use of Geographical Indication illegally although the place of origin of the goods is stated;
- e. imitation or other abuse that may be misleading in relation to the place of origin of the goods or its quality of the goods reflected from the statement contained on:
 1. on packaging or wrapping;
 2. information in advertisements;
 3. information in the documents concerning the goods; or.
 4. information potentially misleading about its origins in case the goods is in package; or
- f. Other acts potentially misleading the general public about the true origin of the goods.

Part Two Lawsuit

Article 26

- (1) The filing of a lawsuit against infringement as referred to in Article 25, shall be filed in accordance with the provisions of Article 57 paragraph (1) and Article 58 of Law Number No. 15 of 2001 regarding on Mark.
- (2) The lawsuit as referred to in paragraph (1) may be filed by:
 - a. Every producer entitled to use the geographical Indication;
 - b. An institution representing the society; or
 - c. An institution that is given the authority to do so.
- (3) Provisions on the procedures for filing a suit for Geographical Indication shall apply on *mutatis mutandis* to the provisions of Article 80 of Law Number 15 of 2001 regarding on Marks.

CHAPTER X FORMER USER OF GEOGRAPHICAL INDICATION

Article 27

- (1) In the case of the use of a sign as referred to in Article 56 paragraph (8) of Law Number 15 Of 2001 regarding on Mark, if prior to or upon on the date submission of application for registration of a Geographical Indication for identical or similar type of goods there is sign already used in good faith by other parties who are not entitled to use the Geographical Indication, the other party may use such sign for a period of 2 (two) years from the date of its registration of the sign is registered as a Geographical Indication provided that the other party shall declare the truth regarding of the place of origin of goods and warrant that the use of the sign will not mislead the registered Geographical Indication.

- (2) In case of a sign as referred to in Article 56 (8) of Law Number 15 of 2001 regarding on Marks has been registered or used as a mark prior to or upon the date of application for registration of a Geographical Indication for identical or similar type of goods, and such the sign is then declared registered as a Geographical Indication, then the use of the sign as a mark in good faith by the other parties who are not entitled to use the Geographical Indication shall remain be allowed provided that the other party shall declare the truth of regarding the place of origin of goods and warrant that the use of the mark will not mislead the registered Geographical Indication.

CHAPTER XI CLOSING PROVISIONS

Article 28

This Government Regulation shall be effective as of the date of promulgation.

For public cognizance, it is instructed to promulgate this Government Regulation by inserting the same in the Official Gazette of the Republic of Indonesia.

Stipulated in Jakarta
on September 4, 2007

PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF INDONESIA

Signed

DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono

Promulgated in Jakarta
on 4 September 2007

MINISTER OF JUSTICE AND HUMAN RIGHTS OF
THE REPUBLIC OF INDONESIA

Signed

ANDI MATTALATTA

OFFICIAL GAZETEE OF THE REPUBLIC OF INDONESIA OF 2007 NUMBER 115

True copy

DEPUTY OF THE MINISTER OF STATE SECRETARY
LEGISLATION DIVISION,

Signed and sealed

MUHAMMAD SAPTA MURTI

Annexe A5.2

Synthèse des missions d'identification sur le café Kintamani Bali

A/ Le choix de Bali et Kintamani

Trois missions, portées par un partenariat entre deux centres de recherche (le CIRAD en France et l'ICCRI en Indonésie), se succèdent : une mission qualité, une mission socioéconomique et technique et une mission agronomique.

La mission qualité (Perriot JJ., 2002)

La première mission qualité recherche les terroirs indonésiens produisant un café arabica de qualité et doté d'une typicité. Les prospections retiennent trois localités qui présentent un potentiel intéressant : Toraja sur l'île de Sulawesi, Kintamani à Bali et Wamena en Irian Jaya.

La **qualité gustative** des cafés et les **structures organisationnelles** en place sont les principaux critères de sélection. Malgré la variabilité des résultats de l'analyse sensorielle, **une préférence est déjà donnée au café de Bali pour sa typicité gustative et les organisations de producteurs qui assurent sa culture : les subak abian.**

Les missions socio-économique et technique (Jacquet M., Sautier D., 2002)

Les missions, socio-économique et technique, se focalisent sur deux terroirs : Toraja, sur l'île de Sulawesi, et Kintamani à Bali. Le café d'Irian Jaya est écarté de la sélection pour des raisons logistiques (éloignement et isolement de la zone). Ces missions étudient l'organisation autour de la production du café, les services d'appui en place et la filière locale de transformation et de vente du café.

La zone de Kintamani à Bali est retenue pour plusieurs raisons :

- la **démarche d'amélioration** de la qualité sur le café arabica est déjà engagée. Les producteurs pratiquent la récolte sélective des cerises et le Dinas Perkebunan équipe les organisations de producteurs d'unités de transformation par voie humide ;
- le **potentiel organisationnel des producteurs** se révèle important. Ils sont regroupés dans des subak abian, organisations agricoles traditionnelles, qui exercent un rôle au niveau social, religieux, économique et culturel. Ces organisations peuvent former une base forte pour la démarche d'IG.
- les autorités locales s'appuient déjà sur ces structures pour développer leurs projets agricoles ;
- la majorité des producteurs sont propriétaires de leurs terres et exploitent de petites surfaces très diversifiées, sources de revenus multiples ;
- les **pratiques agronomiques sont spécifiques** : les caféiers poussent sous l'ombrage d'autres cultures qui servent d'alimentation au bétail et les déjections animales sont utilisées pour fertiliser la terre. La culture du café n'emploie aucun additif chimique (engrais ou pesticides) mais l'utilisation de pesticides chimiques sur les cultures associées interdit la certification biologique ;

- les agriculteurs **sont producteurs et également buveurs de café**. Même s'ils consomment essentiellement du café bas de gamme (Robusta ou Arabica voie sèche), ils spécifiques ;
- la **renommée de Bali** au niveau touristique présente un atout pour véhiculer une **image attractive** au café.

Cependant, certaines contraintes apparaissent :

- le **manque d'eau** dans cette zone est très marqué et le développement des unités de traitement post-récolte par voie humide ne doit pas entrer en concurrence avec la ressource en eau de la population ;
- les *subak abian*, qui constituent une base pour le développement de l'IG, **n'entretiennent que des liens faibles entre elles**. Cette démarche collective nécessite le renforcement de ces liens.

La mission agronomique (Avelino J., 2002)

Une troisième mission, agronomique, cible les **premiers critères de délimitation du terroir** de Kintamani par rapport au savoir-faire des producteurs. Les **pratiques agricoles sont homogènes** mais quelques facteurs sont sources de variabilité de la qualité et de la typicité du café : les différents niveaux d'ombrage et les variétés de caféiers cultivées.

La mission retient **deux critères majeurs pour délimiter la zone : l'altitude et la longitude**. Une trop faible altitude pouvant nuire à la qualité du café, une limite inférieure est proposée autour de 1100 m. Une autre limite est fixée à l'Est car un gradient de sécheresse existe et peut dégrader la qualité du café.

Cette première série de missions, réalisées en 2002, est complétée d'autres études pour délimiter plus précisément la zone retenue pour l'IG, appuyer son appropriation par les acteurs locaux, participer à la rédaction du décret d'application des IG...

B/ Les différentes missions d'appui (suite au choix du café de Kintamani – en vue de l'enregistrement)

B1. Les missions techniques

➤ **Analyse sensorielle**

La typicité du café de Kintamani est caractérisée pour identifier l'influence du milieu et des itinéraires techniques sur la qualité organoleptique du café. Les facteurs influents doivent apporter des éléments dans la rédaction du cahier des charges : description du café, méthodes de production et traçabilité, délimitation de la zone.

Des échantillons de café sont prélevés pendant la récolte 2003 (JJ. Perriot) et 2004 (PPKKI), préparés par les équipes de recherche puis analysés au CIRAD. Les premières analyses confirment la présence de caractéristiques gustatives (saveur, typicité) permettant au café de Kintamani de prétendre au marché haut de gamme. La très bonne gestion et la forte implication des producteurs autour de la qualité du café sont remarquées lors des visites de terrain (JJ Perriot, 2003). Cependant, les facteurs influençant la qualité du café ne sont pas évidents à définir car les variations interannuelles sont fortes.

➤ **Mission de caractérisation du terroir par télédétection (Lelong C., 2004)**

L'analyse par imagerie satellitaire tente d'aller plus loin dans la délimitation du territoire et met en relation la topographie et la diversité des systèmes de culture avec la qualité du café produit. Cette analyse révèle l'hétérogénéité des pratiques techniques au niveau des systèmes de culture et la diversité des variétés plantées dans la zone étudiée. Mais sans données suffisantes sur le dispositif organisationnel (*subak* notamment), il est difficile pour cette étude d'avancer davantage sur la délimitation du territoire.

➤ **Formations à l'analyse sensorielle et aux Indications Géographiques**

Un chercheur du PPKKI, fortement impliqué sur le terrain, est formé en France, en 2004, sur les concepts liés aux IG et sur la méthodologie d'analyse sensorielle du café. En 2006, deux producteurs de Kintamani, un chercheur du PPKKI, un officiel du Dinas Perkebunan et un exportateur de café de la zone sont également formés en France sur l'analyse sensorielle et les dynamiques territoriales autour des AOC et des IGP.

B2. Les missions portant sur le volet social

➤ **Mission socio-économique (Sautier D., 2004)**

Une seconde mission socio-économique analyse l'évolution du rôle des groupements villageois dans les activités de collecte, transformation et commercialisation du café. Le fonctionnement-type d'une IG est abordé avec les producteurs, les autorités locales et provinciales. La gestion collective d'un cahier des charges est expliquée et une place importante est accordée à l'implication de tous les acteurs pour la réussite du projet.

Ces analyses confirment la pertinence du choix des *subak* pour porter le projet IG. La mission fait des recommandations pour établir des plans de formation entre les *subak* les plus avancées et les moins formées ou pas encore intégrées à la filière arabica lavé.

➤ **Mission sur la « construction sociale » de l'IG (Keller V., Mawardi S., Sallée B., 2004)**

Cette mission conjointe INAO/CIRAD/PPKKI fait l'état des lieux de la construction sociale autour de l'IG. Elle lance des pistes de travail aux autorités locales et aux groupements de producteurs pour la rédaction du cahier des charges. Bien que cette mission reconnaisse les caractéristiques valorisables du produit (haute qualité, préparation technologique exceptionnelle, attributs symboliques : lien à l'origine, production « biologique »), elle souligne également les difficultés qui peuvent survenir avant son enregistrement :

- La production d'arabica lavé n'est pas traditionnelle mais un produit récent dans la zone ;
- les producteurs locaux, très organisés et motivés par un projet « qualité », ne s'approprient pas véritablement l'IG. Le Dinas Perkebunan, très actif autour de l'IG, ne s'implique pas non plus dans la procédure d'enregistrement. Les principaux moteurs dans ce projet restent le CIRAD, l'INAO et le PPKKI.

La mission met en avant la **nécessité de créer un groupe porteur du projet** d'enregistrement de l'IG et une **structure locale de coordination du projet**.

B3. Les missions d'appui juridique (Marie-Vivien D., 2005, Keller V., 2004-2007)

Depuis 2004, le CIRAD et l'INAO apportent leur soutien, sur le plan juridique, à l'élaboration de la proposition de décret présidentiel d'application de la loi sur les Indications Géographiques. Cet aspect est prioritaire dans le projet car le cadre juridique de reconnaissance de l'IG constitue une composante indispensable pour son démarrage. Un appui est apporté également à la création de la commission IG et à la mise en place de structures de contrôle à l'occasion de l'enregistrement de l'IG de Kintamani.









Sources :

- Durand, C. (2009). Les Indications Géographiques, des outils de développement territorial ? Quatre études de cas en Indonésie. Mémoire pour l'obtention du Diplôme d'Ingénieur de spécialisation en agronomie tropicale. Montpellier: IRC - Montpellier SupAgro, 157.
- Matheron, S. (2008). Dynamiques territoriales et processus de certification. Le cas de l'IG café de Kintamani Bali. Mémoire de Master Spécialisé Développement Agricole. Montpellier: Cnearc, 149.

Annexe A5.3

Liste des indications géographiques enregistrées en Indonésie

Source : DG IPR – actualisation en mars 2015

No.	Produit	Demandeur (nom indonésien)	Demandeur (nom traduit)	No. d'enregistrement et Date	Logo
1	Café Arabica de Kintamani Bali	MPIG ²⁶⁸ Kopi Kintamani Bali	Communauté de Protection de l'IG Café de Kintamani Bali	ID G 000000001 5 décembre 2008	
2	Meubles Sculptés de Jepara	Jepara Indikasi Geografis Produk-Mebel Ukir Jepara (JIP-MUJ)	Jeapara IG Produit-Meubles Sculptés de Jepara	ID G 000000003 28 avril 2010	
3	Poivre Blanc de Muntok	Badan Pengelola, Pengembangan dan Pemasaran Lada (BP3L) Propinsi Kepulauan Bangka Belitung	Organe de Gestion, développement et Marketing du Poivre, Province Bangka Belitung	ID G 000000004 28 avril 2010	
4	Café Arabica de Gayo	MPKG (Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo)	Communauté de Protection du Café de Gayo	ID G 000000004 28 avril 2010	
5	Tabac Noir de Sumedang	Pemerintah Kabupaten Sumedang	Gouvernement du District de Sumedang	ID G 000000007 25 avril 2011	
6	Tabac Mole de Sumedang	Pemerintah Kabupaten Sumedang	Gouvernement du District de Sumedang	ID G 000000008 25 avril 2011	
7	Lait de Jument de Sumbawa	Asosiasi Pengembangan Susu Kuda Sumbawa	Association pour le développement du lait de jument de Sumbawa	ID G 000000010 15 décembre 2011	
8	Liseron d'eau de Lombok	Asosiasi Komoditas Kangkung Lombok	Association du produit Liseron d'eau de Lombok	ID G 000000011 15 décembre 2011	

²⁶⁸ MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis) signifie Communauté de Protection de l'Indication Géographique. Ce nom a été donné pour la première fois à l'association de défense de l'IG Kintamani Bali (première IG indonésienne) composée de producteurs de café et d'acheteurs. Dans les années suivantes, ce nom sera donné à plusieurs autres associations d'IG.

9	Miel de Sumbawa	Jaringan Madu Hutan Sumbawa	Réseau du Miel de Forêt de Sumbawa	ID G 000000012 15 décembre 2011	
10	Riz Adan Krayan	Asosiasi Masyarakat adat perlindungan Beras Adan Karyan	Association des Peuples Autochtones du Riz Adan Karyan	ID G 000000013 6 janvier 2012	
11	Café Arabica de Flores Bajawa	MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa	Communauté de Protection de l'IG Café Flores Bajawa	ID G 000000014 28 mars 2012	
12	Purwaceng de Dieng (plante médicinale)	MPIG Purwaceng Dieng	Communauté de Protection de l'IG Purwaceng de Dieng	ID G 000000015 20 juillet 2012	
13	Carica de Dieng (papaye des montagnes)	MPIG Carica Dieng	Communauté de Protection de l'IG Carica de Dieng	ID G 000000016 20 juillet 2012	
14	Vanille d'Alor	Asosiasi Petani Vanili Kepulauan Alor	Association des Agriculteurs de Vanille des Îles d'Alor	ID G 000000017 19 octobre 2012	
15	Café Arabica Kalosi Enrekang	Masyarakat Perlindungan Kopi Enrekang	Communauté de Protection du café de Enrekang	ID G 000000018 15 Février 2013	
16	Patate Douce de Cilembu Sumedang	Asosiasi Agrobisnis Ubi Cilembu	Associations AgroBusiness de la Patate Douce de Cilembu	ID G 000000019 24 avril 2013	
17	Salak Pondoh Sleman Jogja (le salak est aussi appelé fruit serpent)	Komunitas Perlindungan Indikasi Geografis Salak Pondoh Sleman	Communauté de Protection de l'IG Salak Pondoh de Sleman	ID G 000000020 21 juin 2013	
18	Huile essentielle de Patchouli d'Aceh	Forum Masyarakat Perlindungan Nilam Aceh	Forum Populaire de Protection du Patchouli d'Aceh	ID G 000000021 10 septembre 2013	
19	Café Arabica de Java Preanger	MPIG Kopi Arabika Java Preanger-Jabar	Communauté de Protection de l'IG Café Arabica de Java Preanger-Jabar	ID G 000000022 10 septembre 2013	
20	Café Arabica de Java Ijen-Raung	Perhimpunan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis	Association du Peuple pour la Protection de l'IG	ID G 000000023 10 septembre 2013	

21	Milkfish fumé de Sidoarjo	Forum Komunikasi Masyarakat Tambak Sidoarjo	Forum de Communication des Bassins de Sidoarjo	ID G 000000024 9 octobre 2013	
22	Café Arabika de Toraja	MPIG Kopi Arabika Toraja	Communauté de Protection de l'IG Café Arabica de Toraja	ID G 000000025 9 octobre 2013	
23	Café Robusta du Lampung	Masyarakat Indikasi Geografis Kopi Robusta Lampung	Communauté de l'IG Café Robusta du Lampung	ID G 000000026 13 mai 2013	
24	Tabac Srinthil de Temanggung	MPIG Tembakau Srinthil Temanggung	Communauté de Protection de l'IG Tabac Srinthil de Temanggung	ID G 000000027 13 mai 2014	
25	Noix de Cajou de Kubu Bali	MPIG Mete Kubu Bali	Communauté de Protection de l'IG Noix de cajou de Kubu Bali	ID G 000000028 21 juillet 2014	
26	Sucre de Palme de Kulonprogo Jogja	MPIG Gula Kepala Kulonprogo Jogja	Communauté de Protection de l'IG Sucre de Palme de Kulonprogo Jogja	ID G 000000029 21 juillet 2014	
27	Café Arabica de Java Sindoro-Sumbing	MPIG Kopi Arabika Java Sindoro-Sumbing	Communauté de Protection de l'IG Café Arabica de Java Sindoro-Sumbing	ID G 000000030 1 décembre 2014	
28	Café Arabica de Sumatra Simalungun	Himpunan Masyarakat Kopi Arabika Sumatra Simalungun	Groupe du Peuple du café Arabica Sumatra Simalungun	ID G 000000031 20 février 2015	

Carte de localisation des IG indonésienne



Source : Website de la DG IPR :

http://www.dgip.go.id/images/adelch-images/pdf-files/publikasi/publikasi_ig/Peta_Wilayah_GI_Terdaftar_edit_27Februari2015.pdf (page consultée en novembre 2015).

Les IG étrangères suivantes ont été enregistrées en Indonésie :

- **Champagne**, enregistrée par le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CICV), No. ID G 0000002, le 14 novembre 2009.
- **Pisco**, enregistrée par INDECOPI au nom de l’Ambassade du Pérou en Indonésie, No. ID G 0000006, le 21 juillet 2010.
- **Parmigiano Reggiano**, enregistrée par le Consorzio Del Formaggio « Parmigiano Reggiano », No. ID G 0000009, le 21 octobre 2011.

Annexe A5.4

Compilation des textes juridiques encadrant les IG au Vietnam

Nous avons compilé les articles applicables au IG (et marques collectives) dans les textes juridiques suivants :

- Loi de propriété intellectuelle de 2005
- Décret No. 103/2006/ND-CP sur la propriété intellectuelle (amendé par le Décret No. 122/2010/ND-CP)
- Décret No. 105/2006/ND-CP sur la protection des IG (amendé par le Décret No. 119/2010/ND-CP)

IP Law 2005: Geographical Indications

Article 79. General requirements for geographical indications eligible for protection

A geographical indication shall be eligible for protection if it meets the following conditions:

1. The product having the geographical indication originates from the area, locality, territory or country corresponding to such geographical indication.
2. The product having the geographical indication has reputation, quality or characteristics essentially attributable to the geographical conditions of the area, locality, territory or country corresponding to such geographical indication.

Article 80. Subject matters not protected as geographical indications

The following subject matters shall not be protected as geographical indications:

1. Designations, indications having become generic names of goods in Vietnam;
2. Geographical indications of a foreign country where it is not or no longer protected or no longer used;
3. Geographical indications identical with or similar to a mark having been protected if their use will cause confusion as to the origin of the products;
4. Geographical indications misleading consumers as to the true geographical origin of products bearing such geographical indications.

Article 81. Reputation, quality and characteristics of products having geographical indications

1. Reputation of the product having a geographical indication shall be determined on the basis of trust consumers have in the product through the extent of wideness to which it is known and selected by consumers.

2. Quality and characteristics of the product having a geographical indication shall be defined by one or several qualitative, quantitative or physical, chemical, microbiological perceptible norms which shall be testable by technical means or experts with appropriate testing methods.

Article 82. Geographical conditions relevant to geographical indications

1. Geographical conditions relevant to a geographical indication shall include natural and human factors attributable to the reputation, quality and characteristics of the product having the geographical indication.
2. Natural factors consist of those of climate, hydrograph, geology, terrain, ecological system and other natural conditions.
3. Human factors consist of skills and expertise of producers, and such traditional production process of the locality.

Article 83. Geographical area corresponding to geographical indications

The geographical area corresponding to a geographical indication shall be accurately determined by words and a map.

Article 88. Right to registration of geographical indications

The right to register geographical indications of Vietnam belongs to the State.

The State allows organizations and individuals producing the product bearing the geographical indication, collective organizations representing such organizations and individuals or the administrative authorities of the locality to which the geographical indication pertains to exercise the right to register such geographical indication. The person who exercises the right to register a geographical indication shall not become the owner of such geographical indication.

Article 92.2.

The Protection Title of a geographical indication shall record the management organization in respect to the geographical indication, the organizations and individuals having the right to use the geographical indication, the protected geographical indication, characteristics of the product bearing the geographical indication, characteristics of geographical conditions and the geographical area bearing such geographical indication.

Article 93. 7. Geographical indication registration Certificates shall have indefinite validity beginning on the grant date.

Article 106. Requirements of geographical indication applications

1. Documents, specimen and information identifying the geographical indication claimed for protection in a geographical indication application shall include:
 - a) The name or sign that is the geographical indication;
 - b) The product bearing the geographical indication;
 - c) Description of peculiar characteristics or quality, or reputation of the product bearing the geographical indication and characteristics of natural conditions attributing to the peculiar characteristics or quality, or reputation of the product (hereinafter referred to as the Descriptions of peculiar characteristics);
 - d) The map of the geographical area corresponding to the geographical indication;

d') Documents evidencing that the geographical indication is under protection in the country of origin if it has foreign origin;

2. The Descriptions of peculiar the characteristics shall have the following essential contents:
 - a) Descriptions of the relevant product, including raw materials, and physical, chemical, microbiological and perceptive characteristics of the product;
 - b) Methods of determination of the geographical area corresponding to the geographical indication;
 - c) Evidence proving that the product originates from such geographical area, with the respective meaning provided for in Article 79 of this Law;
 - d) Descriptions of the local and stable methods of the production and processing;
 - dd) Information on the relationship between the peculiar characteristics or quality, or reputation of the product and the natural conditions as provided for in Article 79 of this Law;
 - e) Information on the self-control mechanism of the peculiar characteristics or quality of the products.

Article 121. 4. The owner of Vietnam's geographical indications is the State.

The State grants the right to use geographical indications to the organizations or individuals producing the products bearing geographical indication in a relevant locality and putting those products out to the market. The State shall directly exercise the right to manage geographical indications or shall grant that right to the organization acting as the representative of all other organizations or individuals granted with the right to use geographical indications.

Article 123. Rights of owners of industrial property objects

2. An organization or individual who is granted by the State the right to use or manage geographical indications in accordance with Article 121.4 of this Law shall have the following rights:
 - a. An organization which is granted the right to manage geographical indications shall have the right to allow another person to use such geographical indications in accordance with clause 1(a) of this Article.
 - b. An organization or individual who is granted by the State the right to use or an organization that is granted the right to manage geographical indications shall have the right to prohibit other persons from using such geographical indications in accordance with clause 1(b) of this Article.

Article 124. Use of industrial property objects

7. The use of a geographical indication means the conduct of the following acts:
 - a) Affixing the protected geographical indication to goods or packages of goods, means of business and transaction documents during business activities;
 - b) Circulating, or offering, advertising, storing for sale of, goods bearing the protected geographical indication;
 - c) Importing goods bearing the protected geographical indication.

Article 125. Right to prevent others from using industrial property objects

1. The owner of an industrial property subject matter and the organization or individual granted the right to use or manage geographical indication shall have the right to prevent others from using the respective industrial property subject matter unless such use falls under cases provided for in paragraph 2 or 3 of this Article.

2. The owner of an industrial property object and the organization or individual granted the right to use or manage geographical indication shall not have the right to prevent others from conducting the following acts:
 - g) Using a mark identical with or similar to a protected geographical indication if such mark has acquired the protection in a truthful manner before the date of filing of a registration application for such geographical indication.
 - h) Using in a truthful manner the name, descriptive symbols of the type, quantity, quality, utility, value, geographical origin and other specifications of goods and services.

Article 129. Acts of infringing the rights to marks, trade names and geographical indications

1. The following acts if performed without permission of the mark owner shall be considered as infringement of the rights to the mark:
 - a. Using signs identical with a protected mark for goods or services identical with those in the list registered with the mark;
 - b. Using signs identical with a protected mark for goods or services similar or related to those in the list registered with the mark if such use is likely to cause confusion as to the origin of the goods or services;
 - c. Using signs similar to a protected mark for the goods or services identical with, similar or related to those in the list registered with the mark, if such use is likely to cause confusion as to the origin of the goods or services;
 - d. Using signs identical with or similar to a well-known mark, or signs in the form of translation or transliteration of a well-known mark, for any goods or services, including those dissimilar or unrelated to the good or service having the well-known mark, if such use is likely to cause confusion as to the origin of the goods or services or wrong impression as to the relationship between the user of such signs and the well known mark owner.
2. Any act of using commercial indications identical with or similar to another person's trade name having been used before for the same or similar goods or services that causes confusion as to business entities, business premises or business activities under the trade name shall be considered as infringement of the rights to the trade name.
3. The following acts shall be considered as infringement of the rights to a protected geographical indication:
 - a. Using the protected geographical indication for products that do not satisfy the peculiar characteristics and quality of the product having the geographical indication although such products originate from a geographical area bearing such geographical indication;
 - b. Using the protected geographical indication for products similar to the product having the geographical indication for the purposes of taking advantage of its the reputation and goodwill;
 - c. Using a sign identical with or similar to the protected geographical indication for products not originating from the geographical area bearing the geographical indication and therefore causing consumers mislead about the products originating from that geographical area;
 - d. Using a protected geographical indications of wines or spirits for the wines or spirits that are not originating in the territories corresponding to the geographical indication, even where the true origin of goods is indicated or the geographical indication is used in translation or transcription or accompanied by such words as "kind", "type", "style", "imitation" or the like.

Article 139. Restrictions to assignment of industrial property rights

2. The rights to a geographical indication shall not be assigned.

Article 95.1 Termination of validity of Protection Titles

g) The geographical conditions attributable to the reputation, quality or characteristics of the product bearing a geographical indication have changed resulting in a loss of the reputation, quality or characteristics of the product.

IP Law of 2005 (Trademarks)

Art 4.17 Collective mark is a mark used to distinguish goods or services of members from those of non-members of an organization that is the owner of the mark.

Art 4.18. Certification mark is a mark licensed by its owner to other organizations, individuals to use for their goods or services in order to certify characteristics in respect of origin, materials, raw materials and methods of goods production or methods of services supply, quality, accuracy, safety or other characteristics of such goods or services.

Article 72. General requirements for marks eligible for protection

A mark shall be eligible for protection if it meets the following conditions:

1. To be a visible sign in the form of letters, words, pictures, figures, including three dimensional figures or a combination thereof, represented in one or more colors;
2. To be capable of distinguishing goods or services of the mark owner from those of others.

Article 73. Signs not protected as marks

The following signs shall not be protected as marks:

1. Signs identical with or confusingly similar to the national flags, national emblems;
2. Signs identical with or confusingly similar to emblems, flags, armorial bearings, abbreviations, full names of State agencies, political organizations, socio-political organizations, socio-political professional organizations, social organizations or socioprofessional organizations of Vietnam or international organizations, unless permitted by such agencies or organizations;
3. Signs identical with or confusingly similar to real names, alias, pen names or images of leaders, national heroes or famous persons of Vietnam or foreign countries;
4. Signs identical with or confusingly similar to certification seals, control seals, warranty seals of international organizations which require that their signs must not be used, except where such seals are registered as certification marks by those organizations;
5. Signs liable to mislead, confuse or deceive consumers as to the origin, functional parameters, intended purposes, quality, value or other characteristics of the goods or services.

Article 87. Right to registration of a mark

3. A collective organization legally established shall have the right to registration of a collective mark to be used by its members in accordance with the rules on using collective mark.

With regard to a sign indicating the geographical origin of goods or services, the organization that has the right to registration shall be the collective of organizations or individuals engaged in the production or trade of goods or services in the relevant locality.

Article 93. 6. Mark registration Certificates shall have the validity beginning on the granting date and expiring at the end of 10 years counted from the filing date and renewable indefinitely for consecutive terms of 10 years.

Article 105. Requirements of mark registration applications

1. Documents, samples, information identifying the mark claimed for protection in a mark registration application shall include:
 - a) Samples of the mark and list of goods or services bearing the mark;
 - b) Rules on using collective mark or Rules on using certification mark.

2. The sample of mark shall be described in order to clarify elements of the mark and the comprehensive meaning of the mark (if any); where the mark consists of words or phrases of hieroglyphic languages, they shall be transliterated; where the mark consists of words or phrases in foreign languages, they shall be translated into Vietnamese.

3. Goods or services listed in a mark registration application shall be classified in accordance with the Classification List under the Nice Agreement on International Classification of Goods and Services, published by the State administrative authority of industrial property rights.

4. The rule on using collective mark shall consist of the following essential contents:
 - a) Designation, address, grounds of establishment and operations of the collective organization that is the owner of the mark;
 - b) Conditions to become a member of the collective organization;
 - c) List of organizations and individuals permitted to use the mark.
 - d) Conditions for using the mark;
 - dd) Remedies applicable to acts violating the rules on using the collective mark;

5. The rules on using certification mark shall have the following essential contents:
 - a) The organization or individual who is the mark owner;
 - b) Conditions for using the mark;
 - c) Characteristics of goods and services certified by the mark;
 - d) Methods of evaluation of the characteristics of goods and services and methods of supervision of the use of the mark;
 - dd) Expenses payable by the mark user for the certification and protection of the mark, if any.

Decree N. 103/2006/ND-CP providing guidelines for implementing IP Law	Decree No. 122/2010/ND-CP amending and supplementing a number of articles of Decree NO. 103/2006/ND-CP
Article 19. Exercise of the State ownership to geographical indications 1. The agency or organization that exercises the right to management of geographical indications as stated in Article 121.4 of the Intellectual Property Law shall include: a) The people's committee of the province or city under central authority where the geographical area corresponding	1. To amend Point h, Clause 2, Article 3 as follows: "h/ To manage geographical indications belonging to their localities, including geographical names and other signs indicating the geographical origin of local specialties;" 2. To amend Clauses 3 and 4 of,

<p>to the geographical indication is located, if the geographical indication concerns one locality;</p> <p>b) The people's committee of the province or city under central authority which is authorized by other people's committees of the provinces or cities under central authority where the geographical area corresponding to the geographical indication is located, if the geographical indication concerns more than one locality.</p> <p>c) Agency or organisation assigned by People's Committees of provinces and cities under central authority to manage geographical indications, provided that such agency or organisation represents the benefits for all organisations and individuals conferred with the right to use such geographical indications according to the provisions of Article 121.4 of the Law on Intellectual Property.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. An organisation managing geographical indications shall be allowed to exercise the rights of the owner of such geographical indications as stipulated in Articles 123.2 and 198 of the Intellectual Property Law. 3. The Ministry of Agriculture and Rural Development, the Ministry of Fisheries and the Ministry of Industry shall take the leading role and coordinate with People's Committees of provinces and cities under central authority to determine the specialties, features of products, production process of such specialties carrying geographical indications within the scope of management of such ministries or localities. 	<p>and add Clause 5 to, Article 19 as follows:</p> <p>"3. The Ministry of Agriculture and Rural Development and the Ministry of Industry and Trade shall assume the prime responsibility for. and coordinate with People's Committees of provinces or centrally run cities in. identifying specialties, features of products and processes of production of specialties bearing geographical indications managed by ministries, branches or localities.</p> <p>4. People's Committees of provinces or centrally run cities shall file applications for registration and organize the management of geographical indications used for local specialties and license the registration of collective marks or certification marks for geographical names and other signs indicating the geographical origin of local specialties.</p> <p>5. The Ministry of Science and Technology shall specify criteria for identifying geographical names and other signs indicating the geographical origin of products."</p>
---	---

**Decree No. 105/2006/ND-CP
Sur la protection et la gestion des DPI**

Article 12. Infringing elements as to the rights to geographical indications

1. An infringing element as to the rights to a geographical indication may be any sign affixed on goods and their packaging, service means, transaction documents, signboards, advertising means and other business instruments which are identical or confusingly similar to a protected geographical indication.
2. The legal basis for determination of an infringing element as to the rights to a geographical indication shall be the protection scope of such geographical indication defined by the Decision on Registration of the Geographical Indication.

3. In order to determine whether a suspected sign is an infringing element as to the rights to a geographical indication, it is required to compare such sign to the [protected] geographical indication and at the same time to compare products bearing such sign to the products bearing the protected geographical indication on the basis of the following considerations:
 - a) The suspected sign is identical or confusingly similar to the protected geographical indication; for that purpose, a sign shall be regarded as identical to the protected geographical indication if it is similar to that geographical indication regarding of the composition of words including the way of pronunciation, the way of phonetic transcription of letters, meaning, images or symbols that fall within the protection scope of such geographical indication; and a sign shall be regarded as confusingly similar to a protected geographical indication if it is confusingly similar to the protected geographical indication regarding the composition of words including the way of pronunciation and the way of phonetic transcription of letters, meaning, images or symbols that fall within the protection scope of that geographical indication;
 - b) The products bearing the suspected sign is identical or similar to the products bearing the protected geographical indication, for that purpose, the products shall be regarded as identical or similar if they are identical or similar to each other in terms of their nature, functions, utility and distribution channels;
 - c) With regard to wine and spirits, in addition to clauses 3(a) and 3(b), any sign that is identical to a protected geographical indication, even it is displayed in the form of translation or transcription [of the protected geographical indication] or accompanied with such words as “kind”, “type”, “style”, “imitation” or the like, and used for those products which do not originate in the territory bearing the protected geographical indication shall also be regarded as infringing element as to the rights to the geographical indication.
4. Where any products bear a sign which is identical to or is difficult to be distinguished, in terms of the overall composition and the way of display [of such sign], from a protected geographical indication for the same products falling within the protection scope, such products shall be regarded as counterfeit goods defined in Article 213 of the Intellectual Property Law.

**Decree No. 119/2010/ND-CP
amending and supplanting a number of articles of
Decree No. 105/2006/ND-CP**

4. To amend and supplement Clauses 1 and 2, Article 24 as follows:

“Article 24. Evidence to prove the right holder status

1. For inventions, industrial designs, lay-out designs, marks, geographical indications, plant varieties, copyright, rights of performers, rights of producers of phonograms or video recordings or rights of broadcasting organizations already registered, evidence to prove the right holder status may be any of the following documents:

a/ A copy of the invention, utility solution or industrial design patent; the layout design, mark or geographical indication registration certificate; the plant variety protection title; the copyright or related right registration certificate; enclosed with the original for comparison, unless the copy has been duly authenticated;

Annexe A5.5

Liste des produits de spécialités et étapes de l'enregistrement et de la gestion des IG au Vietnam (Guide des IG de 2007)

Source : Guide sur le Développement des IG édité par le NOIP en 2007.

Origines des spécialités et état de la protection de la propriété intellectuelle

Note : (**) Enregistrement effectué (*) Demande d'enregistrement

No	Origine	Produit	Enregistrement
I. Le Nord			
1	Bắc Cạn	Kaki macéré	
2	Bắc Giang	Miel	
3	Bắc Hà	Mận hậu	
4	Bắc Sơn	Mandarine	
5	Bản Sen	Thé	
6	Bát Tràng	Céramique	Marque collective *
7	Bình Liêu	Anis	
8	Bình Lư	Vermicelles transparents	Marque *
9	Bồ Hạ	Orange sành	
10	Canh Diên	Pamplemousse	
11	Cao Bằng	Thé amer	IG *
12	Cao Bồ	Thé	IG *
13	Cát Hải	Nước mắm	IG *
14	Cự Đà	Tương nếp	Marque collective **
15	Đoan Hùng	Pamplemousse	IG **
16	Đông Triều	Céramique	Marque **
17	Gia Xuyên	Légumes	Marque **
18	Hà Đông	Soie	Marque collective **
19	Hà Giang	Orange sành	Marque collective **
20	Hải Dương	Bánh đậu xanh	Marque collective **
21	Hải Hậu	Riz tám xoan	IG **
22	Hàm Yên	Orange sành	Marque collective *
23	Hưng Yên	Longane	Marque **
24	Lạng Sơn	Fleur d'anis	IG **
25	Commune Vân	Alcool de riz	Marque collective **
26	Lục Yên	Tranh đá quý	Marque *
27	Mộc Châu	Thé shan neige	IG **
28	Nậm Cắn	Alcool de riz gluant	Marque collective *
29	Đông Sơn	Đá ốp lát	Marque *
30	Ngọc Lâm	Légumes	Marque *
31	Nhật Tân	Fleur de pêcher	Marque collective *
32	Phạm Kha	Légumes sanitaire	Marque collective **
33	Phúc Trạch	Pamplemousse	Marque collective **
34	Suối Giàng	Thé	Marque *
35	Tân Cương	Thé	IG *
36	Tăng Tiến	Rotin et bambou	Marque collective *
37	Thái Nguyên	Thé	Marque collective **
38	Thanh Hà	Litchi thiều	IG **

39	Yên Minh	Riz	Marque **
40	Yên Minh	Mangue	Marque **
41	Yên Phú	Alcool de riz gluant	Marque *
II. Le Centre			
1	Bang	Eau minérale	
2	Bảo Ninh	Nước mắm	
3	Châu Giang	Tissu	Marque collective *
4	Đà Nẵng	Store en rotin	
5	Hòa Vang	Dưa Gang	
6	Hội An	Légume Trà Quế	Marque collective *
7	Huế	Bánh bột lọc	
8	Huế	Bonbon de sésame	
9	Huế	Mắm des crevettes	
10	Huế	Chapeau conique	
11	Huế	Thanh Trà	Marque collective **
12	Lý Sơn	Oignon, ail	Marque *
13	Tiên Phước	Poivre	Marque collective *
14	Vinh	Orange	IG **
III. Le Sud			
1	An Giang	Poisson Basa	
2	An Giang	Thủy sản	Marque collective **
3	Bà Đen	Corossol	
4	Bàu Trúc	Céramique	Marque *
5	Bảo Lộc	Avocat	
6	Bảo Lộc	Thé	
7	Bảo Lộc	Fruit du jacquier Tó nữ	
8	Bảy Núi	Riz Nàng Nhen	
9	Bến Tre	Pamplemousse vert	IG *
10	Bến Tre	Chì xơ dừa	
11	Bến Tre	Bonbon de coco	Marque collective **
12	Biên Hòa	Pamplemousse	Marque collective **
13	Bình Thuận	Fruit du dragon	IG **
14	Buôn Ma Thuột	Café	IG **
15	Cái Mơn	Ramboutan	Marque collective **
16	Cái Mơn	Mangoustan	Marque collective **
17	Cái Mơn	Longane petit noyau	Marque collective **
18	Cái Mơn	Dourian	Marque collective **
19	Châu Đốc	Spécialité mắm	Marque collective *
20	Chợ Đào	Riz Nàng Thơm	IG *
21	Chợ Gạo	Riz gluant bè	Marque collective **
22	Chợ Gạo	Fruit du dragon	Marque collective **
23	Chư Sê	Poivre	Marque collective **
24	Dak Mít	Café	Marque **
25	Đồng Nai	Céramique	Marque **
26	Gò Công	Pastèque	Marque *
27	Gò Công	Cerise	Marque collective **
28	Hòa Lộc	Mangue cát	Marque collective **
29	Hồng Dân	Riz một bụi đỏ	IG *
30	Lai Vung	Mandarine	IG *
31	Lò Rèn – Vĩnh Kim	Caimitier	Marque collective **
32	Mỹ Thạch An	Pamplemousse vert	Marque collective **
33	Ngọc An	Galette de noix de coco	Marque **
34	Ngọc Linh	Ginseng	IG *
35	Ngũ Hiệp	Dourian	Marque collective **
36	Nha Trang	Nước mắm	Marque **
37	Nhon Lộc	Galette de riz soufflé	Marque **
38	Phan Thiết	Nước mắm	IG **

39	Phú Mỹ	Forgeron	Marque *
40	Phú Quốc	Nước mắm	IG **
41	Phú Tân	Riz gluant	Marque collective *
42	Sóc Trăng	Riz parfume	IG *
43	Tam Bình	Orange sành	Marque **
44	Tân Quý	Mangoustan	Marque *
45	Vĩnh Kim	Caimitier	Marque collective **
46	Xuân Hương Đà Lạt	Légumes, fruits frais	Marque **

	Activité	Description détaillée	Objectif/ Produit	Méthode de réalisation	Unité en charge
I	<i>Construction des bases scientifique et pratique pour l'enregistrement et la gestion des IG</i>				
1	Enquête, étude, collecte des données, des documents sur le produit agricole et la zone de production du produit agricole	1.1. Collecte des documents, des résultats de recherche sur le produit agricole et la zone de production 1.2. Enquête, exploration de la zone de production pour définir l'échelle, l'état de production et des besoins de protection de l'IG	- Rapports des résultats d'enquête, d'exploration: + Description du produit et de la zone de production + Valeur socio-économique, réputation du produit - Evaluation des besoins de protection de l'IG	-Examen, Enquête, Sondage; - Collecte des documents et analyse des données	-Organisation en charge de la construction de l'IG - Organisme professionnel en charge d'évaluer les caractéristiques particulières du produit
2	Identification des caractéristiques particulières – de la qualité du produit	2.1. Identification des critères d'évaluation des caractéristiques particulières du produit; sélection des méthodes d'évaluation	Liste des critères de description de la qualité du produit	Collecte et analyse des échantillons selon les standards actuels du Vietnam	Organisme professionnel en charge d'évaluer les caractéristiques particulières du produit
2.2. Elaboration du plan d'évaluation des caractéristiques particulières		Plan de détermination des caractéristiques particulières			
2.3. Mise en place du plan		Echantillons du produit collectés selon les Règles d'échantillonnage			
2.4. Utilisation des méthodes d'expertise pour identifier la valeur des critères d'évaluation des caractéristiques particulières des échantillons du produit		Méthode d'évaluation des caractéristiques particulières Résultats d'analyse des caractéristiques particulières des échantillons du produit			
2.5. Comparaison des résultats d'analyse des échantillons du produit pour déterminer la valeur des critères particuliers du produit		Liste et valeur des critères de description des caractéristiques particulières du produit			
2.6. Description of perceptible properties of the product		Liste et valeur des critères de description des <i>perceptible properties</i> du produit			
3	Identification of natural and human conditions decisive to the peculiar characteristics of the product	3.1. Identification of descriptive criteria of natural and human conditions decisive to the peculiar characteristics of the product; sélection des méthodes d'analyse pour identifier la valeur de ces critères	List of descriptive criteria of natural and human conditions decisive to the peculiar characteristics of the product, and corresponding methods of analysis	Collecte et analyse des échantillons selon les standards actuels du Vietnam	Organisme professionnel en charge d'évaluer les caractéristiques particulières du produit
3.2. Elaboration du plan, des Règles de prélèvement et d'analyse des échantillons de sol		Règles de prélèvement			
3.3. Prélèvement de sol selon les Règles		échantillons de sol collectés selon les Règles			
3.4. Evaluation of other natural factors; Identification of human conditions decisive to the peculiar characteristics of the		Data of other natural conditions; Information of human factors decisive to the peculiar			

		product	characteristics of the product		
		3.5. Identifying the value of descriptive criteria of natural conditions decisive to the peculiar characteristics of the product	Qualitative and quantitative results of descriptive criteria of natural and human conditions		
		3.6. Comparaison des résultats d'analyse des échantillons pour déterminer les valeurs des critères particulières seulement attribués à la zone de production	Liste et valeur des critères de description des conditions naturelles et humaines de la zone de production		
4	Identisation du lien entre les conditions naturelles et humaines de la zone de production et les caractéristiques particulières du produit	Sur la base des résultats d'analyse, utiliser la méthode statistique et d'autres méthodes d'expertise pour identifier la corrélation entre les conditions naturelles et humaines de la zone de production et les caractéristiques particulières du produit	Résultats (sous forme de données, d'équations, de graphiques...) reflétant la corrélation entre les conditions naturelles et humaines et les caractéristiques particulières du produit	Graphiques, équations linéaires; statistiques et autres méthodes mathématiques...	Organismes professionnels
5	Délimitation de la zone correspondante à l'IG	5.1. Elaboration/ finalisation de la carte de la zone production	Carte de la zone production du produit agricole	Elaboration des cartes correspondantes à la valeur de chaque critère Superposition des cartes pour définir la carte de la zone d'IG	Organisme professionnel en cartographie
		5.2. Elaboration des cartes correspondantes à la valeur de chaque critère défini au Point 3.6.	Cartes correspondantes aux conditions naturelles et humaines		
		5.3. Elaboration de la carte du territoire assurant les caractéristiques particulières du produit	Carte du territoire correspondant à l'IG		
II	Enregistrement de l'IG				
1	Collecte des documents pour le dossier de demande de l'enregistrement de l'IG	Collecte des documents, des rapports, des résultats d'évaluation de la qualité et des conditions naturelles et humaines décisives aux caractéristiques particulières du produit	Documents requis pour la demande de l'enregistrement de l'IG	Collecte, analyse des informations, des documents,	Organisation en charge de la construction de l'IG
2	Établissement de la Déclaration pour la demande de l'enregistrement de l'IG	Declaration for registration: made according to a set form	Declaration for registration: made according to a set form	-	<i>Idem</i>
3	Établissement de la Description des caractéristiques particulières du produit agricole	Contenu de la Description: IG, nom du produit, propriétés perceptifs et qualité du produit, conditions naturelles et humaines décisives aux caractéristiques particulières du produit; lien entre les caractéristiques	Description des caractéristiques particulières du produit portant l'IG	-	<i>Idem</i>

		conditions naturelles et les caractéristiques particulières du produit, base et méthode d'identification de l'échelle de la zone correspondante à l'IG			
4	Préparation d'autres documents concernés (le cas échéant)	Description de la zone d'IG selon la Carte déjà établie Règles de gestion de l'IG Processus technique de culture, de transformation, de stockage du produit portant l'IG (<i>cahier des charges?</i>)	Documents supplémentaires à la demande d'enregistrement de l'IG	Sondage pour la Description et les Règles	<i>Idem</i>
5	Dépôt et suivi de la demande	Dépôt de la demande au NOIP Suivi les procédures	IG enregistré	-	<i>Idem</i>
6	Octroi du droit d'utilisation de l'IG	Considération, évaluation des capacités d'utilisation de l'IG des organisations, des individus pour décider l'octroi du droit d'utilisation de l'IG en se basant sur les résultats d'analyse de la qualité du produit par l'organisme professionnel	Droit d'utilisation de l'IG octroyé aux organisations, individus aptes	Vérification de la réalité Evaluation Consultation des avis des experts, des gens expérimentés	<i>Idem</i>
III	<i>Etablissement et fonctionnement du système de gestion de l'IG</i>				
A	Etablissement et fonctionnement du système de gestion collective de l'IG				
1	Etablissement de l'organisation collective des producteurs, des commerçants du produit portant l'IG	Cette organisation est unanimement fondée par les producteurs, les commerçants du produit agricole, représente les intérêts des membres L'organisation fonctionne sur le principe de volonté, de partage des risques et des bénéfices	Cette organisation est fondée sous forme d'association/ coopérative...	Propagande Rédaction du Règlement d'opération Enregistrement Etablissement	Comité populaire, DST, DARD, Département des Affaires Intérieures [de la province] NOIP (conseil, appui professionnel)
2	Construction de la structure organisationnelle, du mécanisme d'opération du système de gestion collective de l'IG	Construction du mécanisme, du processus, de la méthode d'opération du système de gestion collective Dans un premier temps, possible de demander les aides méthodologiques, techniques et financières aux organismes étatiques de gestion, à ceux professionnels	Réalisation de la fonction de gestion collective: suivi des activités des membres; gestion de la situation de production, de l'utilisation des timbres, des étiquettes, des emballages; promulgation, guide et suivi de la mise en place des processus techniques, établissement et fonctionnement du système de commercialisation du produit...	Vérification de la réalité Handling violations	Organisation collective des producteurs, des commerçants du produit portant l'IG Organismes professionnels impliqués
3	Construction des moyens, des conditions nécessaires à la gestion collective	3.1. Elaboration et promulgation des processus de production, de récolte, de transformation, de conservation du produit agricole portant l'IG	Assurance de la qualité du produit par le biais d'un contrôle unifié de la production, récolte, transformation, stockage à la commercialisation	Location forfaitaire des spécialistes Sondage	Organisation collective des producteurs, des commerçants du





		3.2. Elaboration du système et du protocole d'usage des timbres, des étiquettes, des emballages pour le produit d'IG	Produits aptes sont collés des timbres, des étiquettes Contrôle et traçabilité du produit réalisés Promotion du produit effectuée		produit portant l'IG
B	Etablissement et fonctionnement du système local de gestion de l'IG				
1	Nomination de l'organisme local de gestion de l'IG	Le comité populaire de la province peut directement gérer l'IG ou désigner le DST ou le DARD comme organisme local de gestion de l'IG	L'organisme de gestion de l'IG est fondé pour gérer l'IG de façon unifiée selon les règlements, dont l'octroi et le retrait du droit d'utilisation de l'IG	Décision de l'autorisation de la fonction de gestion de l'IG à l'organisme de gestion de l'IG	Comité populaire de la province, de la ville centrale
2	Désignation de l'organisme de contrôle de la qualité du produit portant l'IG	L'organisme de contrôle de la qualité du produit portant l'IG ne doit pas être impliqué dans la production, le commerce du produit portant l'IG et possède les conditions en ressources humaines, équipements pour évaluer la qualité du produit. Ce rôle devrait être alloué à un organisme étatique de contrôle de la qualité des produits (Office des Normes, des Mesurages et de la Qualité) pour profiter ses ressources disponibles	L'organisme de contrôle de la qualité du produit portant l'IG assume les fonctions: contrôler, certifier les organisations, les individus aptes à utiliser l'IG; contrôler, certifier la qualité du produit autorisé à porter l'IG; contrôler la qualité portant l'IG sur le marché	Décision de délégation de la fonction de contrôle de la qualité du produit portant l'IG. Contrôle par les méthodes d'analyse, d'évaluation de la qualité du produit	Organisme de gestion de l'IG Organisme de contrôle de la qualité du produit portant l'IG
3	Construction des moyens, des conditions nécessaires à la gestion de l'IG	3.1. Elaboration et promulgation des Règles de gestion de l'IG et des Règles de contrôle de la qualité du produit portant l'IG	L'utilisation de l'IG est gérée selon les Règlements	Location forfaitaire des spécialistes Sondage	Organisme de gestion de l'IG Organisme de contrôle de la qualité du produit portant l'IG
		3.2. Conception du système des timbres de certification de la qualité du produit portant l'IG et élaboration du processus d'octroi, d'utilisation des timbres de certification de la qualité du produit portant l'IG	Qualité du produit portant l'IG assurée		
IV	Sélection, identification des endroits typiques de la zone d'IG pour mettre en œuvre le système de gestion				
	Sélection, identification des endroits typiques de la zone d'IG pour mettre en œuvre le système de gestion	Identification des caractéristiques particulières du produit, choix d'une zone géographique temporaire (une partie de la zone d'IG) ayant les conditions naturelles et humaines les plus typiques pour mettre en place la gestion; Enregistrement de l'IG pour le produit (avec les caractéristiques temporairement définies) et la zone d'IG (temporairement délimitée) Etude, évaluation approfondie du produit et de la zone de production pour une expansion	IG enregistré Système de gestion de l'IG mis en place dans la zone délimitée	Sélection des endroits typiques; identification des caractéristiques particulières du produit Application du système de gestion de l'IG dans la zone	Organisme de gestion de l'IG; Organismes professionnels impliqués; Organisation collective des producteurs, des commerçants du

				choisie	produit portant l'IG
<i>V</i>	<i>Elaboration et mise en place des activités de développement de l'IG</i>				
1	Etude, application des nouvelles technologies pour améliorer la qualité du produit portant l'IG	1.1. Recherche des nouvelles technologies appropriées à l'amélioration de la qualité du produit portant l'IG 1.2. Application des innovations dans la production	Qualité du produit portant l'IG maintenue et améliorée	Recherche et application	Organisation collective des producteurs, des commerçants du produit portant l'IG DST, DARD
2	Etablissement, fonctionnement des chaînes commerciales pour le produit	2.1. Elaboration et organisation des programmes, des moyens de publicité, de promotion du produit portant l'IG	Moyens de promotion du produit conçus, émis et mis en place Réputation du produit portant l'IG diffusée	Mesures commerciales	Organisation collective des producteurs, des commerçants du produit portant l'IG Département provincial du Commerce
		2.2. Etablissement d'un réseau de commercialisation du produit	Système de distribution du produit Valeur du produit améliorée		

Annexe A5.6

Liste des indications géographiques enregistrées au Vietnam





Sources : site internet NOIP, entretiens, veille internet, chercheurs Cirad – actualisation décembre 2014.

No.	Nom de la région	Produit	Date	Prog. 68	Expertise	Logo
00001	Phú Quốc	Sauce de poisson	2001 (AO)	Oui	Rudec	
00002	Mộc Châu	Thé Shan neige	2001 (AO)	Oui		
00003	Cognac	Alcool				
00004	Buôn Ma Thuật	Café	2005	Oui		
00005	Đoan Hùng	Pamplemousse	2006	Oui	Rudec	
00006	Bình Thuận	Fruit du Dragon	2006	Oui	Rudec	
00007	Lạng Sơn	Anis étoilé	2007	Oui	Province directement	
00008	Pisco (Peru)	Alcool				

00009	Thanh Hà	Litchi	2007	Oui	Casrad	
00010	Phan Thiết	Sauce de poisson	2007	Oui (enregistrement) Gestion : non		
00011	Hải Hậu	Riz parfumé	2007	Oui	Vasi puis suivi par Casrad ou Rudec	
00012	Vinh	Orange	2007	Oui		
00013	Tân Cương	Thé vert	2007	?		
00014	Hồng Dân	Riz	2008	Oui		
00015	Lục Ngạn	Litchi	2008	Oui		
00016	Hòa Lộc	Mangue	2009	Non (financé par le Comité Populaire)		

00017	Đại Hoàng	Banane de roi	2009	Non (financé par le MARD)	Casrad	
00018	Văn Yên	Cannelle	2010	Oui		
00019	Hậu Lộc	Salaison de crevettes	2010	Oui		
00020	Huế	Chapeau en feuilles de latanier	2010	Oui (enregistrement) Gestion : non		
00021	Bắc Kạn	Kaki macéré sans grain	2010	Oui	Casrad	
00022	Phúc Trạch	Pamplemousse	2011	Non pour la 1 ^{ère} phase mais oui pour la 2 ^{ème} phase	Casrad	
00023	Scotch whisky	Alcool (Scotland)				
00024	Tiên Lãng	Tabac pour pipe à eau	2011	Oui (enregistrement) Gestion : non		
00025	Bảy núi	Riz parfumé de Nang Nhen	2011	Oui (enregistrement) Gestion : non		

00026	Trùng Khánh	Marron	2011	Oui		
00027	Bà Đen	Annone	2011	Oui		
00028	Nga Sơn	Souchet	2011	Oui		
00029	Trà My	Cannelle	2011	Oui		
00030	Ninh Thuận	Raisin	2012	Oui		
00031	Tân Triều – Đồng Nai	Pamplemousse	2012	Non		
00032	Bảo Lâm – Lạng Sơn	Kaki macéré sans grain	2012	Non		
00033	Bắc Kan	Mandarine	2012	Oui	FAVRI	
00034	Yên Châu - Sơn La	Mangue ronde	2012	Oui		
00035	Mèo Vạc – Hà Giang	Miel de menthe	2013	Non (financé par le MARD)	Casrad	
00036	Bình Minh	Pamplemousse	2013			

00037	Quảng Ninh	Friture de calamars	2013	Oui	Casrad	
00038	Bạc Liêu	Sel	2013	Oui	Rudec	
00039	Luân Văn	Pamplemousse	2013	?		
00040	Yên Tử	Abricot « fleur jaune »	2013	?		
00041	Quảng Ninh	Palourde	2013	?	Avocat en PI Concetti Hanoi	
00042	Isan Thai Lan	Soie	2013	?		
00043	Điện Biên	Riz	2013	?		
00044	Vĩnh Kim	Lait	2014	?		
00045	Quảng Trị	Poivre	2014	?		
En cours	Thanh Hoa	Pamplemousse	2014	Non (financé par le MARD)	Casrad	
En cours	Điện Biên	Riz			Rudec	
En cours	Tien Gian	Pomme étoilée			?	
En cours	Cao Phong	orange			Casrad	
En cours	Quang Ninh	Grilled chopped cuttle-fish of Ha Long			Casrad	

**Informations sur les projets de construction, de gestion et de développement des IG
financés par le Programme 68 (période 2007-2011)**

Source : Guide pour les projets de Gestion et Développement des IG au Vietnam (NOIP, 2009).

En 1.000 VND

	Nom du projet	Unité en charge	Durée	Coût total	Part financée par le budget central
1	Gestion et développement de l'IG Doan Hung pour le produit de pamplemousse de la province de Phu Tho	DST de Phu Tho	6/2007-5/2010	2.473.440	2.131.790
2	Etablissement du droit pour l'IG "Van Yen" pour le produit de canelle du district de Van Yen, province de Yen Bai	Comité populaire du district de Van Yen, province de Yen Bai	11/2007-4/2009	561.844	561.844
3	Construction et mise en place du modèle de gestion et de développement de l'IG "Lang Son" pour le produit d'anis	DST de la province de Lang Son	11/2007-11/2010	4.454.061	2.308.661
4	Construction de l'IG "Hue" pour le produit de chapeau conique de la province de Thua Thien - Hue	DST de la province de Thua Thien - Hue	6/2008-9/2009	616.505	578.305
5	Construction de l'IG "Tra My" pour le produit de canelle de la province de Quang Nam	DST de la province de Quang Nam	6/2008-1/2010	859.445	809.445
6	Etablissement du droit pour l'IG "Ninh Thuan" pour le produit de raisin de la province de Ninh Thuan	DST de la province de Ninh Thuan	6/2008-5/2010	739.105	739.105
7	Construction de l'IG "Trung Khanh" pour le produit de châtaigne de Trung Khanh de la province de Cao Bang	Comité populaire du district de Trung Khanh, province de Cao Bang	6/2008-5/2010	746.960	746.960
8	Construction de l'IG "Yen Chau" pour le produit de mangue du district de Yen Chau, province de Son La	DST de la province de Son La	6/2008-5/2010	676.265	676.265
9	Etablissement du droit pour l'IG "Nga Son" pour le produit de cyperus (<i>cypéracées</i>) du district de Nga Son, province de Thanh Hoa	Comité populaire du district de Nga Son, province de Thanh Hoa	6/2008-5/2010	666.200	666.200
10	Appui à la gestion et au développement de l'IG du café Buon Ma Thuot	DST de la province de Dak Lak	6/2008-11/2010	1.624.600	1.433.750
11	Construction de l'IG "Quang Tri" pour le produit de poivre de Quang Tri	DST de la province de Quang Tri	9/2008-8/2010	776.735	776.735
12	Construction de l'IG "Ngoc Linh" pour le produit de ginseng des 2 provinces de Kon Tum et de Quang Nam	DST de la province de Kon Tum	12/2008-12/2010	969.820	912.660
13	Gestion et développement de l'IG	DST de la province	6/2009-	1.073.710	1.063.710

	“Binh Thuan” pour le produit de fruit de dragon de la province de Binh Thuan	de Binh Thuan	12/2010		
14	Construction de l’IG “Dien Bien” pour le produit de riz de la province de Dien Bien	DST de la province de Dien Bien	7/2009-12/2010	560.025	560.025
15	Gestion et développement de l’IG “Phu Quoc” pour le produit de saumure de poisson de la province de Kien Giang	Centre de la Science et de la Technologie de la province de Kien Giang	7/2009-12/2010	920.770	920.770
16	Gestion et développement de l’IG “Hai Hau” pour le produit de riz du district de Hai Hau, province de Nam Dinh	DST de la province de Nam Dinh	7/2009-12/2010	912.915	902.915
17	Gestion et développement de l’IG “Vinh” pour le produit d’orange de la province de Nghe An	Centre d’Application des Progrès Scientifiques et Technologiques de la province de Nghe An	10/2009-12/2010	1.266.990	1.122.990
18	Gestion et développement de l’IG “Luc Ngan” pour le produit de litchi de la province de Bac Giang	DST de la province de Bac Giang	10/2009-12/2010	1.316.880	1.198.880
19	Gestion et développement de l’IG “Moc Chau” pour le produit de thé Shan de la province de Son La	DST de la province de Son La	1/2010-12/2011	1.588.000	975.000
20	Gestion et développement de l’IG “Tan Cuong” pour le produit de thé de la province de Thai Nguyen	DST de la province de Thai Nguyen	1/2010-12/2011	1.043.500	870.000
21	Gestion et développement de l’IG “Van Yen” pour le produit de canelle du district de Van Yen, province de Yen Bai	Comité populaire du district de Van Yen, province de Yen Bai	1/2010-12/2011	1.108.000	980.000
22	Gestion et développement de l’IG “Thanh Ha” pour le produit de litchi de la province de Hai Duong	Centre d’Application des Progrès Scientifiques et Technologiques de Hai Duong	1/2010-12/2011	814.500	800.000

Annexe A6.1

Techniques de transformation du café

Traitement par voie sèche

Récolte *strip picking*
(tout venant)



Cerises mélangées
(tout venant)



Séchage au soleil



Traitement par voie humide

Récolte cerises rouges
(*selective picking*)



Tri par flottaison
(les cerises flottante sont écartées)

Dépulpage



Fermentation dans l'eau et lavage
(12 à 36 heures)



Séchage



Café parche :
peut être
vendu à ce
stade

Décorticage

Café parche > Café vert



Café vert
Stockage puis vente

La transformation par voie humide se distingue de celle par voie sèche par une fermentation des cerises de café dans l'eau pendant une durée de 12 à 48 heures (selon les variétés de café et les demandes spécifiques des acheteurs), suivie d'un dépulpage avant le séchage.

Contrairement au traitement par voie sèche pour lequel les producteurs récoltent généralement les cerises en une seule fois (aboutissant à une récolte qui mélange cerises rouges et cerises « vertes » moins mûres), le traitement par voie humide est facilité par une récolte des cerises rouges plus adaptées à la fermentation. Le caféier présente une floraison et fructification étalée dans le temps, ainsi, lorsqu'un traitement par voie humide est envisagé, la récolte est réalisée en plusieurs passages (en général trois) pour lesquels les producteurs ne récupèrent que les cerises mûres rouges.

Il est généralement souligné que les cafés arabicas sont cultivés en altitude, fournissent des volumes de production plus faibles que les cafés robustas et sont transformés par voie humide. La majorité des cafés robustas poussent à faible altitude et sont transformés par voie sèche. Cependant cette règle n'est pas systématique, comme le montre le cas du café robusta de Buôn Ma Thuôt, cultivé en moyenne altitude et dont une partie des volumes est transformés par voie humide.

Annexe A6.2

Cas du projet d'enregistrement de l'IG sel d'Amed (Indonésie)

À la pointe Est de Bali, dans le district de Karangasem, les habitants de deux villages (Amed et Lebah) produisent depuis au moins cinq générations un sel de mer (proche d'une fleur de sel) selon des pratiques traditionnelles anciennes. Ce produit est connu vendu dans la région sous le nom « sel d'Amed » qui bénéficie de prix élevés, entre deux et quatre fois le prix des autres sels de mers balinais selon nos observations (le prix au producteurs du sel d'Amed était par exemple de 1 500 IDR/kg, soit 0,09 euros en 2008 alors que les autres sels du marchés se vendaient en moyenne 500 IDR/kg). Cet écart de prix s'explique par la réputation du sel d'Amed fondée sur la connaissance par les acheteurs du processus de production spécifique.

Pendant la saison sèche (juin à septembre) des salines sont installées sur la plage à Amed, elles contiennent de grands cônes en bambou d'1,5 mètre de hauteur qui sont utilisés comme filtres d'eau de mer. Ces cônes contiennent des pierres volcaniques, de la terre et du sable ; environ 100 litres d'eau de mer y est versée chaque matin, filtrée par gravité et stockée en bas du cône dans des réservoirs (troncs de cocotiers ou réservoirs en ciment). L'eau filtrée est récupérée le lendemain et reversée dans des troncs de palmiers coupés dans la longueur et positionnés à environ 50 cm du sol. L'eau de mer filtrée reste au soleil environ cinq jours pour évaporation, quand les cristaux de sel précipitent, ils sont récoltés manuellement par les producteurs.



Le sel d'Amed est un sel totalement naturel : non lavé, non raffiné et sans aucun additif. La typicité du sel d'Amed se base sur plusieurs arguments : un microclimat particulièrement sec à l'Est de Bali, des outils et des techniques anciennes basées sur un savoir-faire particulier donnant un goût caractéristique au sel d'Amed dont les consommateurs locaux disent qu'il « sert à cuisiner, alors que les autres sels²⁶⁹ servent à saler le poisson ». Les familles de la zone de production consomment ce sel et le vendent à des collecteurs, qui le revendent sur les marchés de l'Est de Bali. Des restaurants du Sud de l'île recherchent ce sel particulier pour la cuisine.

Jusque dans les années 1980, chaque famille d'Amed et de Lebah possédait une saline, la plage était alors entièrement dédiée à la production de sel (en saison sèche). Les producteurs sont majoritairement métayers et donnent 50 % de leur production en sel au propriétaire du terrain en bord de mer (environ dix propriétaires se partagent la plage). Malgré un premium pour ce sel, les prix aux producteurs restent faibles et la production commence à chuter dès 1985. La filière n'est soutenue par aucun projet du gouvernement provincial de Bali et les producteurs ne sont pas organisés.

La région d'Amed connaît depuis le début des années 2000 un développement touristique important. La construction d'hôtels en bord de mer a fait flamber les prix du foncier et les propriétaires des parcelles situées sur la plage vendent peu à peu leur terrain à des promoteurs, ce qui a accéléré le déclin de la production de sel. La vente de sel aux touristes comme souvenir à des prix élevés (environ 20 000 IDR/kg, soit plus de 10 fois le prix du sel d'Amed vendu aux collecteurs) se développe depuis 2005 mais ne permet pas de contrebalancer la tendance : la production est menacée et les habitants estiment que si aucun soutien n'est apporté la production pourrait s'arrêter dans les prochaines années.

Les maires de Amed et Lebah sont sensibles à la disparition de cette production (ils ont eux-mêmes été producteurs de sel). Ils espèrent un soutien de la part du district de Karangasem et pensent que les producteurs seraient motivés pour se réunir autour d'un projet. La disparition du sel d'Amed signifierait la fin d'un savoir faire local et d'un produit de qualité mais entrainerait également des conséquences économiques indirectes : le sel est un des éléments attractifs de la zone, la production est mentionnée dans certains guides touristiques et des visiteurs demandent fréquemment aux producteurs de leur faire visiter les salines²⁷⁰. Un des hôtels les plus anciens construit sur la plage d'Amed en 2001, le Café Garam (littéralement « café du sel ») a choisi de conserver les salines travaillées par dix producteurs

²⁶⁹ Ces autres sels cités par les habitants sont du gros sel de mer de production industrielle (à Singaraja, Nord de Bali) ou d'autres sels plus traditionnels produits à l'Est de Bali comme celui de Kusamba.

²⁷⁰ Un article du BaliPost de 2011 décrit la production de sel à Amed comme une attraction touristique de la région : <http://www.balipost.co.id/BALIPOSTCETAK/2003/2/17/e2.htm> (page consultée le 15/09/2011).

dans l'enceinte de l'hôtel. Le cœur du bâtiment est ainsi ouvert sur un patio au centre duquel les dix salines sont toujours utilisées. La production de sel est achetée par le Café Garam et revendue aux occupants de l'hôtel, à des restaurateurs du sud de Bali et à des collecteurs.

En 2008, une centaine de familles produisaient encore du sel à Amed pour quantité totale estimée de 40 à 50 tonnes/an. En 2011, seulement 25 salines ont été installées. Les prix de vente aux collecteurs ont un peu augmenté (du fait de l'inflation et de la baisse de production), le sel est vendu environ 2 000 IDR/kg.

Le potentiel du sel d'Amed comme candidat à l'enregistrement de l'IG est identifié par la TAIG dès 2009 (ce produit est mentionné dans les listes de produits IG potentiels de la DG IPR). Cependant, la non-structuration des producteurs de sels et l'importance jugée réduite de la production sur le plan strictement économique explique qu'aucune démarche d'IG n'est été initiée à cette période. En 2010, la TAIG commence à se renseigner sur la production de sel d'Amed et contacte les services de l'Industrie de la province et les services de la Mer de la Pêche (dont le sel dépend). La TAIG réalise cette même année une visite à Amed et y fait une réunion de sensibilisation aux IG auprès des producteurs et des maires des deux villages. La réunion souligne que la priorité est de constituer des groupements de producteurs de sel sur lesquels la démarche d'IG pourrait s'appuyer.

Depuis 2010, le programme national PUGAR (*Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat*, ou Renforcement des Capacités des Producteurs Familiaux de Sel) est mis en œuvre en Indonésie. En 2011, les services d'extension de la pêche et de la mer de Bali organisent des rencontres avec les producteurs de sel d'Amed qui aboutissent à la création de deux groupements de producteurs d'environ 25 membres chacun (un pour le village d'Amed et un pour le village de Lebah). Ces deux groupements reçoivent en 2011 une dizaine de pompes permettant d'acheminer l'eau de mer vers les cônes en bambou. Le temps de travail est considérablement réduit car cette étape du processus de production nécessitait environ 1h30 chaque jour aux producteurs et est désormais effectuée en une vingtaine de minutes.

L'idée d'enregistrer une IG sur le sel d'Amed est relancée à la fin de l'année 2012 quand le projet de coopération Suisse-Indonésie sur la propriété intellectuelle (projet ISIP), sélectionne ce produit – ainsi que trois autres produits indonésiens – pour un accompagnement de l'enregistrement. Cette même année, un changement technique intervient dans le processus de production du sel. Plusieurs producteurs commencent à remplacer les troncs de palmiers dans lesquels l'eau filtrée est laissée pour évaporation par des bâches en plastique noir directement posées sur le sol.

Utilisation de bâches en
plastique pour
l'évaporation de l'eau
filtrée



Cette utilisation des bâches en plastique résulte des prix trop élevés des troncs de palmiers qui ont été multipliés par cinq depuis 2008 du fait de leur utilisation massive pour la construction d'hôtels à Amed. Les troncs pour l'évaporation peuvent être utilisés pendant une dizaine d'années et doivent ensuite être remplacés. Depuis 2012, un entrepreneur propose aux producteurs de sel d'Amed (mais aussi d'autres régions d'Indonésie), des bâches plastiques spécialement étudiées pour l'évaporation et la cristallisation du sel. La durée de l'évaporation dans des bâches en plastique est divisée de moitié (le sel cristallise au bout de 2 à 3 jours), mais l'ensemble des producteurs reconnaît que ce nouveau matériel modifie le goût du sel. Bresson (2013) a étudié les changements induits par le passage des troncs de palmiers aux bâches plastiques. Le sel produit dans les troncs serait moins riche en sodium (son goût est d'ailleurs moins salé et plus amer) du fait de la porosité des troncs de palmiers et plus riche en magnésium que le sel issu de bâches plastiques. Le prix du sel issu de bâche plastique est en outre inférieur au sel produit de manière traditionnelle : en 2012, les collecteurs achètent le sel traditionnel à 3 000 IDR/kg et le sel issu de bâche en plastique à 1 800 IDR/kg.

Plusieurs réunions seront organisées en 2012 à Bali avec les services de la Pêche et de Mer, le projet ISIP et le *Dinas Perkebunan* de Bali qui connaît les IG du fait de sa participation sur l'IG café de Kintamani à Bali. Le cas du sel d'Amed semble poser plusieurs problèmes. Premièrement la délimitation de la zone est discutée car elle pourrait se limiter à la seule région réduite des villages d'Amed et Lebah (une cinquantaine de producteurs et 40 t/an) ou inclure d'autres lieux de production de sel existants à d'autres endroits de la côte Est de Bali. En particulier, à 20 km au Nord d'Amed, les habitants du village de Tianyar produisent également du sel de mer avec une production dix fois supérieure à Amed mais moins connue car cette zone n'est pas touristique. La production de sel de Tianyar utilise toujours les cônes en bambous mais plus aucun producteur n'utilise de troncs de palmiers pour l'évaporation (utilisation de bâches en plastique depuis 2010). Deuxièmement, les avis sont partagés entre un CdC qui obligerait les producteurs à utiliser les bâches en plastique (afin d'augmenter les volumes produits) ou une obligation de maintenir l'évaporation dans les troncs de palmiers (production plus faible mais maintien du paysage et attraction touristique).

Les acteurs publics locaux penchent en faveur des bâches en plastiques afin d'accroître la production. Ils estiment qu'une IG sur el sel d'Amed qui obligerait à utiliser des troncs de palmiers serait comme faire une « IG-Musée » car cette technique très ancienne est en train de disparaître.

Il semble également évident que l'ensemble des acteurs met en doute l'évolution d'une IG sur le sel d'Amed dans el sens où la production est largement dépendante de l'accès aux salines situées sur la plage. La mise en œuvre du programme PUGAR a entraîné une interdiction de vendre les zones de plages à des promoteurs immobiliers entre 2011 et 2015 mais au-delà de cette date, il est probable que la progression des constructions hôtelières reprenne.

Les échanges dans le cadre du projet ISIP n'ont pas permis d'aboutir à la rédaction d'une CdC pour le sel d'Amed. Les trois autres produits ont largement avancé dans la construction de l'IG et l'un d'entre eux a été enregistré (le Milkfish fumé de Sidoarjo, devenu IG en 2013). Les derniers échanges que nous avons eus avec les services provinciaux de Bali et le projet ISIP indiquaient que le CdC, s'il était finalement rédigé, intégrerait très probablement l'usage de bâches en plastique, ce qui, comme nous l'avons souligné entraînera non seulement un changement technique important dans le processus de production, mais également une altération de la typicité du produit ainsi qu'une modification du paysage associé à cette production ancienne.

Résumé

Cette thèse porte sur les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires, en analysant le rôle que jouent les indications géographiques (IG) dans ces processus, en Indonésie et au Vietnam. Nous interrogeons les objectifs et les conditions économiques du développement des IG, en articulant économie de la qualité et des territoires. Trois pôles de conditions économiques sont mis à l'épreuve, par l'analyse (1) de la spécificité des produits, (2) des coordinations territoriales et de l'organisation locale des acteurs, et (3) du rôle de l'État. La mise en regard des systèmes d'IG indonésien et vietnamien, confrontée au modèle économique des IG, souligne le rôle important joué par les États, qui dépasse la seule dimension juridique de protection des IG pour englober un ensemble de fonctions (sélection des produits, financement des IG, expertise, suivi post-enregistrement). La lecture croisée de six expériences locales d'IG démontre, d'une part, que l'enregistrement des IG peut être effectué à différents stades du processus de qualification territoriale en cours (avancé, intermédiaire ou récent) et que le moment d'apparition de l'IG conditionne la construction du dispositif institutionnel local. D'autre part, notre enquête de terrain souligne l'importance du contexte économique des filières et l'influence des configurations sociopolitiques locales dans la phase d'émergence des IG, questionnant ainsi la capacité de ces dispositifs institutionnels locaux à équilibrer les rapports de pouvoir entre acteurs. L'analyse des rôles multiples des États centraux et locaux dans les dynamiques émergentes d'IG ouvre des pistes de réflexion quant aux liens entre IG, action publique, décentralisation et marges de manœuvre pour l'organisation et l'action collective locale. La poursuite de processus d'institutionnalisation du lien à l'origine à travers les IG dans ces deux pays apparaît conditionnée par plusieurs éléments, notamment une participation élargie des producteurs aux dynamiques locales d'IG, le rôle actif des services agricoles provinciaux et l'adhésion plus étendue des acheteurs.

Mots clés : indications géographiques, processus de qualification territoriale, rôle de l'État, Indonésie, Vietnam

Abstract

This thesis analyses the process of territorial qualification of agro-food products, by studying the role of geographical indications (GI) in this process, in Indonesia and Vietnam. We interrogate the objectives and the economic conditions of the development of GIs, by combining the economics of quality and territories. Three types of conditions are questioned, through the analysis of (1) the specificity of products, (2) the territorial coordinations and the organization of local actors, and (3) the State's role. The comparison of the Indonesian and Vietnamese GI systems, confronted with the economic model of GIs, highlights the important role of the States, which goes beyond the legal protection of GIs and gather several functions (selection of products, funding, expertise, monitoring after registration). The parallel analysis of six local GI experiences demonstrates, first, that GIs are registered at various stages of the ongoing process of territorial qualification (advanced, intermediate or recent) and that the moment of the GI establishment conditions the construction of the local institutional device. Secondly, our field research underlines the importance of the economic context of supply-chains and the influence of local sociopolitical configurations during the emergence of GIs, questioning the capacity of these local institutional devices to balance the power between stakeholders. The study of the various roles of central States and local governments in the emerging GI dynamics opens perspectives of analysis of the interactions between GIs, public intervention, decentralization and opportunities for local organization and collective action. The evolution of the institutionalization process of the link to origin through GIs in both countries appears contingent upon several elements, including a larger participation of producers to the local GI dynamics, an active role of the local agricultural services and a broad engagement of buyers.

Key words: geographical indications, territorial qualification process, State's role, Indonesia, Vietnam