

L'UTILISATION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DE L'UE COMME INGRÉDIENTS

UNE ANALYSE BASÉE
SUR LES RÉGIONS
MEMBRES ET SUR
LES ASSOCIATIONS
DE PRODUCTEURS DE
L'AREPO

CONTENU

TABLE DES FIGURES	2
Figures	2
Tableaux.....	3
REMERCIEMENTS	4
INTRODUCTION	5
PREMIERE PARTIE : ANALYSE DE LA LEGISLATION ET DE LA JURISPRUDENCE EUROPEENNES ET NATIONALES	6
1.1 Analyse de la législation et de la jurisprudence européennes	7
1.1.1 Contexte.....	7
1.1.2 le Cadre législatif de l'UE	8
1.1.3 L'Es Lignes directrices de l'UE	10
1.1.4 La jurisprudence de l'UE : l'Affaire Champagner Sorbet.....	12
1.1.5 Marques et IG de l'UE utilisées comme ingrédients	13
1.2. La législation nationale	16
1.2.1 Italie	16
1.2.2 France	19
DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE L'ENQUETE	23
2. Analyse de l'enquête	24
2.1 Méthodologie et analyse du profil des répondants.....	24
2.2 Analyse de l'enquête.....	27
TROISIEME PARTIE : RECOMMANDATIONS	49
3. Recommandations	50
BIBLIOGRAPHIE	53

TABLE DES FIGURES

FIGURES

Figure 1 Cadre législatif de l'UE.	9
Figure 2 Lignes directrices de la CE sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des AOP ou des IGP comme ingrédients.	11
Figure 3 Étiquette du sorbet Champagner.	12
Figure 4 Participants à l'enquête répartis par AOP/IGP/STG (parties 2 et 3)	25
Figure 5 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits.....	26
Figure 6 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits et par pays (partie 2)	26
Figure 7 Groupes de producteurs ayant adopté des règles ou des lignes directrices spécifiques et/ou une procédure d'autorisation.	27
Figure 8 Label pour les produits composés, traités ou transformés non contenus dans des boîtes de conserve	33
Figure 9 Label pour les produits composés, élaborés ou transformés en boîtes de conserve.....	33
Figure 10 Label pour les jambons	33
Figure 11 Logo de la marque déposée par l'association des producteurs de lait de foin.....	36
Figure 12 Produits transformés utilisant le logo de la marque "Lait de foin".	36
Figure 13 Lasagnes alla Bolognese avec Grana Padano AOP.....	37
Figure 14 Logo Parmigiano Reggiano pour les produits transformés.....	37
Figure 15 Pesto alla Genovese avec Parmigiano Reggiano AOP.....	37
Figure 16 Ragoût de haricots des Asturies élaboré avec la Faba Asturiana IGP.....	37
Figure 17 Quenelles réalisées avec le Compté AOP.	39
Figure 18 Marques collectives privées créées par PALS0 pour identifier précisément la zone d'origine.....	40
Figure 19 Logo "A base de" Canard du Sud-Ouest.....	40
Figure 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard.	41
Figure 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest.....	42

TABLEAUX

Tableau 1 Liste d'exemples de produits transformés utilisant une IG comme ingrédient pertinent et nécessitant une restriction dans la liste des produits finis	14
Tableau 2 Liste d'exemples de produits transformés utilisant une IG comme ingrédient secondaire et ne nécessitant pas de restriction dans la liste des produits finis.....	15
Tableau 3 Participants à l'enquête répartis par AOP/IGP/STG (partie 1)	24
Tableau 4 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits et par pays (partie 1).....	25
Tableau 5 Groupes de producteurs ayant adopté des règles ou des directives spécifiques, par pays	28
Tableau 6 Liste des lignes directrices examinées, divisée par catégorie de produits.....	29
Tableau 7 Liste des exigences pour les produits finis transformés par catégorie de produits.....	32
Tableau 8 Nombre d'entreprises utilisant l'IG comme ingrédient et nombre d'autorisations accordées en 2019.....	34

REMERCIEMENTS

Ce rapport a été coordonné et rédigé par Giulia Scaglioni, chargée de mission de l'Association des régions européennes pour les produits d'origine (AREPO). Le travail a bénéficié des contributions d'Elisa Aleotti, étudiante de l'Université de Parme, qui a effectué un stage de 5 mois à l'AREPO dans le but d'élaborer sa thèse sur l'utilisation des IG comme ingrédients dans les produits transformés.

CONTACTS

L'[Association des régions européennes pour les produits d'origine \(AREPO\)](#) regroupe 33 régions européennes et plus de 700 associations de producteurs pour plus de 50% des IG européennes. L'AREPO a pour objectif de promouvoir et de défendre les intérêts des producteurs et des consommateurs des régions européennes engagées dans la promotion des produits agroalimentaires de qualité.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Giulia Scaglioni, chargée de mission, policyofficer@arepoquality.eu

Francesca Alampi, chargée de mission, info@arepoquality.eu

L'utilisation d'indications géographiques (IG) comme ingrédients dans les produits transformés représente une opportunité d'étendre la production, et son impact, à un niveau plus élevé. En effet, la diversification des débouchés commerciaux a un impact positif en termes de quantités majeures de produits IG utilisés. Cela permet de maintenir ou, dans certains cas, d'augmenter les volumes de production.

En même temps, l'identification des produits IG utilisés comme ingrédients sur l'emballage des produits transformés offre une opportunité de valorisation et de promotion des productions IG. Lorsqu'elle est utilisée comme ingrédient et correctement mentionnée sur l'étiquetage du produit transformé, une IG peut accéder à une forme alternative et supplémentaire de valorisation et de promotion, en augmentant sa propre notoriété et visibilité, grâce à la promotion et à la publicité faites pour le produit transformé.

Néanmoins, la référence aux produits IG utilisés comme ingrédients sur l'emballage des produits transformés peut potentiellement causer des difficultés aux producteurs ou aux consommateurs. Du côté des producteurs, il existe un risque d'atteinte à la réputation si la qualité du produit final n'est pas assez élevée. De plus, les groupements de producteurs d'IG éprouvent de plus en plus de difficultés à mettre en place un système de contrôle et de surveillance efficace des produits IG utilisés comme ingrédients.

Du point de vue des consommateurs, le risque est de créer une confusion entre l'IG protégée et le produit transformé qui la contient comme ingrédient.

Face à ce phénomène croissant, il est de plus en plus important de définir dans quelle mesure un produit IG peut être mentionné sur l'emballage d'un produit transformé ne bénéficiant pas d'une IG. En outre, il est indispensable d'analyser si les IG en sortent renforcées ou si, au contraire, les produits transformés profitent de la réputation des IG.

A partir de ces questions, l'**objectif principal** de l'étude est d'analyser la **législation existante aux niveaux européen et national**, ainsi que d'identifier les **bonnes pratiques et les problèmes** liés à la mention d'un produit IG sur l'étiquette d'un produit transformé qui l'utilise comme ingrédient.

Les **objectifs spécifiques** comprennent l'identification de ce qui peut (et ne peut pas) être mis sur l'étiquette d'un produit transformé utilisant une IG comme ingrédient, ainsi que le type de contrôle qui peut et doit être exercé par les groupes de producteurs d'IG sur les industries de transformation (de ces produits sans IG). Jusqu'où le contrôle des groupements de producteurs peut-il aller en tenant compte des approches des lignes directrices de la Commission européenne et des législations nationales ?

À cette fin, le présent rapport commence par analyser le cadre législatif général de l'UE, les lignes directrices définies par la Commission européenne et la jurisprudence de l'UE concernant l'utilisation des IG comme ingrédients dans les produits transformés. En outre, une analyse des législations nationales existantes a été réalisée, en mettant l'accent sur l'Italie et la France qui sont les seuls États membres à avoir abordé la question, même si c'est à des niveaux différents.

La deuxième partie du rapport se concentre sur les résultats de l'enquête soumise aux groupes de producteurs IG des régions AREPO. Sur la base des réponses, des entretiens approfondis sur les études de cas les plus intéressantes ont été menés et les résultats ont été élaborés dans une analyse qualitative.

Enfin, sur la base des conclusions des deux premières parties, la dernière partie de l'étude présente quelques recommandations politiques pour améliorer le système actuel et renforcer la protection des IG.

**PREMIERE PARTIE : ANALYSE DE LA LEGISLATION ET DE LA JURISPRUDENCE
EUROPEENNES ET NATIONALES**

1.1 ANALYSE DE LA LEGISLATION ET DE LA JURISPRUDENCE EUROPEENNES

1.1.1 CONTEXTE

Au niveau de l'UE, la question des indications géographiques utilisées comme ingrédients dans les produits transformés a été abordée pour la première fois lors de la dernière révision de la politique de qualité de l'UE, qui a conduit à l'adoption du [règlement \(CE\) n° 1151/12 relatif aux systèmes de qualité des produits agricoles et des denrées alimentaires](#)¹.

En 2008, le [Livre vert sur la qualité des produits agricoles](#)² et les résultats de [l'évaluation de la politique agricole commune en matière d'AOP et d'IGP](#)³ ont marqué le début de la révision de la réglementation de la politique de qualité de l'UE. Ces deux documents ont tenté d'aborder la question des produits IG utilisés comme ingrédients, dans le but d'identifier les éventuelles difficultés découlant de la publicité pour les ingrédients IG sur l'emballage des produits finis transformés. Une attention particulière a été accordée aux éléments susceptibles d'induire les consommateurs en erreur (par exemple, lorsqu'un produit transformé comprend à la fois un produit IG et un produit conventionnel de la même catégorie) ou de créer une concurrence déloyale pour les producteurs, lorsque différentes pratiques existent concernant la mention du nom de l'IG utilisé comme ingrédient dans l'étiquetage, la présentation et la publicité d'un produit transformé.

D'une part, l'évaluation de la politique de qualité de l'UE n'a pas identifié de problème particulier. Rien ne prouve que l'étiquetage des ingrédients IG dans les produits transformés prête à confusion pour les consommateurs. D'autre part, au moment de l'évaluation, il n'y avait pas de jugements existants ou d'affaires en cours de la Cour de justice de l'Union européenne ou du Tribunal de première instance.

Toutefois, plusieurs États membres ont été en mesure de traiter le problème au niveau national, en adoptant des approches spécifiques pour gérer et réglementer cette question, par exemple :

- L'Italie est le seul État membre à avoir adopté, dès 2004, une législation nationale (décret législatif 297/04) concernant l'identification des produits IG en tant qu'ingrédients dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité d'un produit composé, préparé ou transformé ([voir le paragraphe 1.2.1 ci-dessous sur la législation italienne](#)) ;
- Dans d'autres États membres, comme l'Espagne et le Royaume-Uni, des accords ont été conclus entre des associations de producteurs et des entreprises de transformation utilisant des produits IG comme ingrédients ;
- Alors qu'en Allemagne, en 2005, suite à un litige juridique, un accord temporaire a été conclu sur la publicité d'un produit IGP (Spreewälder Gurken IGP) sur l'emballage d'un produit transformé utilisant l'IGP comme ingrédient.

D'autre part, la majorité des acteurs du secteur des IG, consultés dans le cadre de la **consultation sur le Livre vert, ont demandé un cadre pour réglementer l'utilisation des produits IG comme ingrédients.** Pourtant, les transformateurs ont affirmé que cette utilisation devait être libre et donc non soumise à un accord de licence.

À la lumière de ces résultats, la Commission européenne n'a pas jugé nécessaire d'adopter une législation contraignante. Néanmoins, elle a jugé opportun de fournir des orientations en **adoptant des lignes directrices volontaires sur l'utilisation des IG en tant qu'ingrédients annoncés sur les étiquettes des produits transformés**⁴.

1.1.2 LE CADRE LEGISLATIF DE L'UE

Après l'introduction, ce paragraphe définira le cadre législatif communautaire plus large dans lequel s'inscrivent les lignes directrices de la Commission, avant de passer à leur analyse détaillée.

Entré en vigueur en 2012 à la suite de la révision de la politique de qualité de l'UE, le [règlement \(UE\) n° 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité des produits agricoles et des denrées alimentaires](#)⁵ a établi pour la première fois la **nécessité d'accorder une protection spécifique aux IG enregistrées** contre toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'un nom enregistré, dans la mesure où cette utilisation exploite la réputation de l'IG, et " **y compris lorsque ces produits sont utilisés comme ingrédients** " dans des produits transformés (art. 13 (a), règl. 1151/12).

En outre, la **protection contre tout abus, imitation ou évocation** est également étendue aux cas où les IG enregistrées sont utilisées comme **ingrédients** (Art. 13 (b), Reg. 1151/12).

De même, pour le **secteur vitivinicole**, le règlement (UE) n° 1308/2013 relatif à l'organisation commune de marché (OCM), indique que les vins AOP et IGP " *sont protégés contre toute utilisation commerciale directe ou indirecte de cette dénomination protégée [...] dans la mesure où cette utilisation exploite la réputation d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique* " (art. 103, par. 2).

Contrairement au règlement 1151/12, le règlement OCM n'indique pas expressément que la protection doit également s'appliquer aux vins IG utilisés comme ingrédient. Toutefois, dans l'[affaire Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contre Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG \(C-393/16\)](#)⁶, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a précisé que le champ d'application des dispositions de protection contenues dans l'article 103 (Règlement 1308/13) couvre en fait les situations où une IG vinicole est utilisée comme ingrédient dans un produit transformé.

Ainsi, les IG alimentaires et viticoles devraient bénéficier de la même protection lorsqu'elles sont utilisées comme ingrédients.

Bien qu'il s'agisse d'une disposition cruciale qui étend la protection des IG, les règlements de l'UE ne fixent aucune règle claire concernant l'utilisation des IG en tant qu'ingrédients annoncés sur les étiquettes des produits transformés, ce qui produit des résultats incertains tant en termes d'interprétation que d'application. Par conséquent, et malgré la primauté des règles spécifiques relatives à l'étiquetage des produits AOP, IGP et STG,⁷ les **règles horizontales de l'UE en matière d'étiquetage** s'appliquent à cette question.

En particulier, le [règlement \(UE\) n°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires](#)⁸ contient les règles de base applicables à l'étiquetage, la présentation et la publicité de toutes les denrées alimentaires mises sur le marché européen. Les piliers fondamentaux du règlement sont une **information précise, claire et compréhensible des consommateurs** et l'**interdiction de toute pratique susceptible de les induire en erreur**, notamment sur " *la nature, l'identité, les propriétés, la composition, la quantité, la durabilité, le pays d'origine ou le lieu de provenance, le mode de fabrication ou d'obtention* " de la denrée alimentaire (article 7, règlement 1169/2011).

En ce qui concerne l'utilisation des IG comme ingrédients annoncés sur les étiquettes des produits transformés, les dispositions suivantes s'appliquent :

- Un **ingrédient** est défini comme " *toute substance ou tout produit, y compris les arômes, les additifs alimentaires et les enzymes alimentaires, ou tout constituant d'un ingrédient composé, utilisé dans la fabrication ou la préparation d'une denrée alimentaire et encore présent dans le produit fini,*

éventuellement sous une forme modifiée ; les résidus ne sont pas considérés comme des ingrédients" (Art. 2, par. 2.f).

- Un **ingrédient primaire** est défini comme " le ou les ingrédients d'une denrée alimentaire qui constituent plus de 50 % de celle-ci ou qui sont habituellement associés à la dénomination de cette denrée par les consommateurs et pour lesquels, dans la plupart des cas, une indication quantitative est requise" (Art. 2, par. 2.q).
- Il est obligatoire d'énumérer tous les ingrédients (art. 9), par ordre décroissant de poids (art. 18, par. 1) ;
- En outre, l'ingrédient doit être **désigné par son nom spécifique**, c'est-à-dire pour l'IG le nom officiel enregistré (art. 18, par. 2).
- Il n'est pas obligatoire d'indiquer la quantité d'un ingrédient lorsqu'il est seulement mentionné dans la liste des ingrédients (art. 22) ;
- Néanmoins, la **quantité** de l'ingrédient doit être indiquée **en pourcentage du total** (annexe VII, par. 3) lorsque l'ingrédient en question :
 - **apparaît** dans le **nom** de l'aliment ou est généralement associé à celui-ci ;
 - est **mis en évidence sur l'étiquetage par des mots, des images ou des graphiques** ; ou
 - est **indispensable pour caractériser une denrée alimentaire** et la distinguer (art. 22).

RÈGLEMENT (UE) N° 1169/2011 CONCERNANT L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS SUR LES DENRÉES ALIMENTAIRES

Définition d'ingrédient

Ingrédient primaire (> 50%)

Obligation de lister tous les ingrédients

Obligation de désigner les ingrédients par leur nom

La quantité de l'ingrédient doit être indiquée en % du total si :

- **apparaît** dans le **nom** de l'aliment ou est généralement associé à celui-ci ;
- est **mis en évidence sur l'étiquetage par des mots, des images ou des graphiques** ; ou
- est **indispensable pour caractériser une denrée alimentaire** et la distinguer.

RÈGLEMENTS SUR LES IG DE L'UE

Les **IG alimentaires** de l'UE sont protégées contre les abus de réputation, "**y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients**" de produits transformés.

Règ. (EU) n. 1151/2012 Art. 13 (a)

VINS: le Règ. n. 1308/2013 ne l'indique pas explicitement, mais le champ d'application des dispositions de protection couvre en fait les situations où un vin IG est utilisé comme ingrédient dans un produit transformé ("*affaire Champagner Sorbet*").

Figure 1 Cadre législatif de l'UE.

1.1.3 LES LIGNES DIRECTRICES DE L'UE

En 2010, la Commission européenne a adopté une communication intitulée << [Lignes directrices sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des appellations d'origine protégées \(AOP\) et des indications géographiques protégées \(IGP\) comme ingrédients](#) >>.⁹ L'objectif était de garantir que la mention de l'IG utilisée comme ingrédient sur l'étiquette des produits transformés est faite de bonne foi et n'induit pas les consommateurs en erreur.

En outre, ces lignes directrices ont pour but d'**illustrer les dispositions législatives applicables dans ce domaine** et d'aider les opérateurs économiques à définir leur marge de manœuvre. Néanmoins, **l'adoption des lignes directrices est volontaire** : les opérateurs de la chaîne alimentaire ne sont pas tenus de les appliquer s'ils ne le souhaitent pas.

En particulier, les lignes directrices précisent les conditions dans lesquelles les noms d'IG peuvent être utilisés dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ces noms comme ingrédients :

1. Le nom d'une IG enregistrée peut **légitimement être mentionné dans la liste des ingrédients d'un produit alimentaire**.
2. En revanche, lorsque le nom d'une IG enregistrée est **mentionné à proximité du nom commercial, ou dans l'étiquetage, dans la présentation, dans la publicité d'une denrée alimentaire l'utilisant comme ingrédient**, les conditions suivantes doivent être remplies :
 - Tout d'abord, **le produit transformé ne doit contenir aucun autre "ingrédient comparable"**, défini comme un ou plusieurs ingrédients susceptibles de remplacer entièrement ou partiellement l'IG.
 - Deuxièmement, **"cet ingrédient devrait être utilisé en quantité suffisante afin de conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire concernée"**.
 - Troisièmement, **"le pourcentage d'incorporation d'un ingrédient bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP devrait, idéalement, être indiqué au sein ou à proximité immédiate de la dénomination de vente de la denrée alimentaire concernée ou à défaut sur la liste des ingrédients, en relation directe avec l'ingrédient considéré"**.
3. Si les conditions précédentes sont remplies, une condition supplémentaire pour pouvoir utiliser les **termes, abréviations (AOP et IGP) ou symboles (logos de l'UE)** accompagnant le nom enregistré, dans l'étiquetage ou dans la liste des ingrédients d'un produit transformé, serait de **préciser que ledit produit n'est pas lui-même une IG enregistrée**. Cette condition est fondamentale pour éviter l'exploitation indue de la réputation des IG ainsi que pour éviter d'induire les consommateurs en erreur.
4. **Si un ingrédient comparable a été incorporé**, le nom de l'IG **ne doit apparaître que dans la liste des ingrédients**, et non sur l'emballage avant. En outre, pour éviter toute exploitation indue de la réputation de l'IG, le nom de l'IG et l'ingrédient comparable doivent être écrits dans la liste en utilisant des **caractères identiques en termes de police, de taille et de couleur**.
5. Enfin, les dispositions relatives à l'utilisation du nom d'une IG dans l'étiquetage d'autres denrées alimentaires **ne doivent être incluses qu'exceptionnellement dans le cahier des charges de l'IG**, c'est-à-dire pour résoudre une difficulté spécifique et clairement identifiée et à condition qu'elles soient objectives, proportionnées et non discriminatoires.

LIGNES DIRECTRICES SUR L'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES UTILISANT DES AOP ET DES IGP COMME INGRÉDIENTS

Conditions dans lesquelles les noms d'IG peuvent être utilisés dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ces noms comme ingrédients



LISTE DES INGRÉDIENTS

Le nom d'une IG enregistrée peut légitimement être mentionné dans la **liste des ingrédients d'un produit alimentaire**.

ÉTIQUETAGE, PRÉSENTATION ET PUBLICITÉ

CONDITIONS pour mentionner correctement le nom d'une IG enregistrée dans l'étiquetage, la présentation, la publicité d'une denrée alimentaire l'utilisant comme ingrédient :

1. PAS D'INGRÉDIENTS COMPARABLES



La denrée alimentaire ne contienne aucun autre «**ingrédient comparable**», autrement dit aucun autre ingrédient substituable totalement ou partiellement à l'ingrédient bénéficiant d'une AOP ou IGP.

2. CARACTÉRISTIQUE ESSENTIELLE

Cet ingrédient devrait être utilisé en **quantité suffisante** afin de conférer une **caractéristique essentielle** à la denrée alimentaire concernée.



3. INDIQUER LE POURCENTAGE



Le **pourcentage** d'incorporation d'un ingrédient bénéficiant d'une IG **devrait, idéalement, être indiqué au sein ou à proximité immédiate de la dénomination de vente** de la denrée alimentaire concernée, ou à défaut sur la liste des ingrédients.

MENTIONS, ABRÉVIATIONS OU SYMBOLES DE L'UE

Si les conditions précédentes sont remplies, **les mentions, abréviations ou symboles de l'UE peuvent accompagner le nom enregistré**, dans l'étiquetage ou dans la liste des ingrédients d'un produit transformé, **UNIQUEMENT s'il ressort clairement que ledit produit n'est pas lui-même une IG enregistrée**.

Il est fondamental d'éviter l'exploitation indue de la réputation de l'IG ainsi que d'éviter de tromper les consommateurs.



CAHIER DES CHARGES

Les **dispositions** relatives à l'utilisation du nom d'une IG dans l'étiquetage d'autres denrées alimentaires **ne doivent être incluses qu'exceptionnellement dans le cahier des charges de l'IG**, c'est-à-dire pour résoudre une difficulté spécifique et clairement identifiée et à condition qu'elles soient objectives, proportionnées et non discriminatoires.



Ces conditions fixent une orientation mais, en même temps, créent une incertitude quant à leur application, car elles laissent une grande marge d'interprétation. En effet, si le règlement (UE) n° 1169/2011 définit la notion d'ingrédient et d'ingrédient primaire, il n'en va pas de même pour la notion d'«**ingrédient comparable**» et d'«**ingrédient caractérisant**».

En ce qui concerne la première condition, la Commission considère qu'un fromage bleu est comparable au "Roquefort", à titre d'exemple. Cependant, la CE ne précise pas la notion d'ingrédient comparable. Au contraire, l'exemple donné est "*indicatif et non limitatif*", c'est-à-dire qu'il est propre à chaque cas et ne constitue pas une référence précise et obligatoire.

En ce qui concerne la deuxième condition, la Commission admet également qu'il n'est pas possible de suggérer une quantité minimale uniformément applicable pour définir un ingrédient comme une "caractéristique essentielle" du produit transformé, étant donné l'hétérogénéité des cas.

La notion d'"**ingrédient caractérisant**" n'est mentionnée que dans le Reg. 1169/11, Art. 22, qui établit que la quantité d'un ingrédient doit être indiquée sur l'étiquette lorsque l'ingrédient en question est essentiel pour caractériser un produit alimentaire et le distinguer des autres produits. Cette disposition ne fournit pas une définition exacte de l'"ingrédient caractérisant" et laisse **place à l'interprétation du pourcentage d'un ingrédient requis pour caractériser un produit alimentaire**.

Reconnaissant l'extrême variabilité et diversité des IG, en termes de caractéristiques intrinsèques, de réputation, de diffusion et de pénétration du marché, la Commission a préféré ne pas établir de règles générales valables dans tous les cas. Néanmoins, les conditions non contraignantes définies dans les lignes directrices ont inspiré, d'une part, des **réglementations nationales** établissant des

critères plus spécifiques et contraignants et, d'autre part, des **réglementations internes adoptées par les associations de producteurs d'IG**, adaptant les conditions générales des lignes directrices à leur IG spécifique.

1.1.4 LA JURISPRUDENCE DE L'UE : L'AFFAIRE CHAMPAGNER SORBET

La question des IG utilisées en tant qu'ingrédients a gagné en pertinence après avoir fait l'objet d'un arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) dans l'[affaire Comité interprofessionnel du vin de Champagne/Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH& Co OHG \(C-393/16\)](#).

Figure 3- Étiquette du sorbet Champagner.



L'affaire mettait en cause Aldi Sud, une célèbre chaîne de magasins discount allemande, et le Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC) français, l'association des producteurs de champagne. En particulier, en 2012, **Aldi** a commencé à vendre un produit surgelé, fabriqué par la société belge Galana NV, et distribué sous le nom de "**Champagner Sorbet**". Le produit transformé contenait parmi ses ingrédients **12 % de champagne**.

Source : eur-lex.europa.eu

Dans un premier temps, le CIVC a saisi le tribunal régional de Munich pour demander d'interdire à Aldi d'utiliser le nom "Champagner Sorbet", afin d'éviter une exploitation déloyale de la réputation de l'AOP. Le tribunal régional a fait droit à cette demande, mais la décision a été annulée par le tribunal régional supérieur. Ce dernier a donné raison à Aldi au motif que la chaîne de magasins discount avait un intérêt légitime à utiliser la dénomination "Champagner Sorbet", considérant le champagne comme un ingrédient essentiel du produit transformé. Il n'y avait donc pas d'indication trompeuse.

Le CIVC a alors saisi la Cour fédérale de justice allemande qui, à son tour, a jugé nécessaire de **poser une question préjudicielle à la CJUE**, en demandant de déterminer si l'utilisation du nom d'une AOP constitue une exploitation illicite de la réputation de cette AOP ¹⁰.

- Tout d'abord, la Cour a estimé que l'utilisation d'une AOP dans le nom d'un produit transformé **ne peut être considérée comme un usage déloyal en soi**.
- En effet, afin de déterminer si l'utilisation du nom d'une AOP dans la dénomination d'un produit transformé constitue une **exploitation illicite** de la réputation d'une AOP, il convient d'examiner si cette **utilisation vise à tirer indûment profit de sa réputation**.
- La **quantité** du produit AOP utilisé comme ingrédient est un **critère pertinent**, mais **ne constitue pas un facteur suffisant** s'il est considéré seul, puisqu'il faut procéder à une évaluation essentiellement qualitative.
- En conséquence, l'utilisation d'un nom d'AOP dans la dénomination d'un produit transformé est **légale, même sans le consentement des groupements de producteurs d'IG**, si le produit final a, parmi ses caractéristiques, "**un goût attribuable principalement à la présence de cet ingrédient dans la composition de la denrée alimentaire**".

- Enfin, il appartient **aux juridictions nationales de déterminer**, au cas par cas, si une telle utilisation vise à tirer indûment profit de la réputation d'une AOP.

En résumé, l'arrêt "Champagner Sorbet" affirme que, pour déterminer si une IG contenue dans un produit transformé lui confère une de ses caractéristiques essentielles, il faut vérifier si le goût du produit est attribuable principalement à la présence de l'IG dans la composition du produit. Si tel n'est pas le cas, on peut conclure que l'utilisation du nom de l'IG sur l'emballage du produit final constitue une indication fautive ou trompeuse et est donc illégale.

Même s'il établit un certain niveau de protection pour les IG utilisées en tant qu'ingrédient dans un produit transformé, l'arrêt semble libéraliser, sous certaines conditions, l'utilisation des AOP et IGP dans le nom des produits composés, **indépendamment de l'autorisation des consortiums de protection ou des dispositions du cahier des charges**. En outre, il ne définit pas le "goût", laissant aux tribunaux nationaux le soin d'analyser et de décider au cas par cas.

1.1.5 MARQUES ET IG DE L'UE UTILISEES COMME INGREDIENTS

L'affaire Champagner Sorbet a fait évoluer les pratiques de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) concernant les conflits entre les marques et les IG.

Les pratiques de l'EUIPO en matière de marques et de dessins et modèles sont rassemblées dans une série de [lignes directrices](#)¹¹ qui visent à accroître l'efficacité et la cohérence des décisions de l'EUIPO, ainsi qu'à informer les utilisateurs des services de l'EUIPO. Les lignes directrices sont systématiquement mises à jour afin de recueillir les principes de pratique découlant de la jurisprudence de la CJCE, de la jurisprudence des chambres de recours de l'EUIPO et des décisions du département des opérations de l'EUIPO.

La partie B des directives de l'EUIPO décrit la procédure d'examen d'une demande de marque de l'Union européenne (EUTM), du dépôt à la publication. Au cours des procédures d'examen, l'Office examine diverses données relatives à la demande, **y compris les motifs absolus de refus**¹².

En particulier, la section quatre du chapitre dix des lignes directrices prévoit les motifs absolus de refus d'une marque en cas de **conflit avec une indication géographique enregistrée existante** (AOP ou IGP) au niveau de l'UE¹³.

Conformément à la réglementation européenne sur les indications géographiques, les IG sont protégées contre différentes situations:

EUIPO

L'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), situé à Alicante, est chargé de l'enregistrement des marques de l'Union européenne (EUTM) et des dessins ou modèles communautaires enregistrés (RCD) en vertu du règlement sur les marques de l'Union européenne (EUTMR) et du règlement 6/02 du Conseil du 12 décembre 2001.

L'objectif du règlement sur la marque de l'Union européenne (RME) est de permettre aux titulaires d'enregistrer un droit dont la validité est étendue à l'ensemble de l'Union européenne, à condition qu'il ne porte pas atteinte aux droits d'autrui.

Conformément au RMUE, l'EUIPO se charge des procédures d'enregistrement, y compris de l'examen des demandes pour les motifs absolus de refus et, lorsqu'une opposition à une demande de marque communautaire a été déposée, pour les motifs relatifs de refus.

1. toute utilisation d'une IG (directe ou indirecte):
 - a. en ce qui concerne les produits qui ne sont pas conformes à la spécification de produit d'une IG ;
ou
 - b. dans la mesure où cette utilisation exploite la réputation d'une IG ;
2. toute utilisation abusive, imitation ou évocation ;
3. toute autre indication ou pratique fautive ou trompeuse.

En ce qui concerne l'**exploitation de la réputation des IG**, l'EUIPO inclut également dans la protection les "**produits dans lesquels l'IG est un ingrédient pertinent**".

Sur cette base, lors de l'analyse d'une demande d'enregistrement d'un nouveau EUTM, l'EUIPO soulèvera une objection non seulement à un EUTM couvrant le produit exact d'une IG existante, mais aussi aux EUTM qui concernent **tout autre produit dans lequel le produit de l'IG peut être considéré comme l'ingrédient commercialement pertinent**. L'EUIPO définit un ingrédient comme commercialement pertinent "*s'il peut déterminer le choix du produit principal*", c'est-à-dire si la décision des consommateurs d'acheter le produit est principalement motivée par la présence dudit ingrédient.

En d'autres termes, si une IG enregistrée est utilisée comme ingrédient pertinent dans un produit transformé inclus dans la demande d'enregistrement d'une marque de l'UE, **une restriction dans la liste des produits peut être requise**, afin de surmonter une objection pour des raisons absolues. Cela signifie que la liste des produits inclus dans la demande doit être limitée aux produits finis comprenant comme ingrédient commercialement pertinent l'IG enregistrée (*voir exemples dans le tableau 1*).

Tableau 1 Liste d'exemples de produits transformés utilisant une IG comme ingrédient pertinent et nécessitant une restriction dans la liste des produits finis.

L'IG dans l'EUTM	Spécification originale (non acceptable)	Liste des marchandises acceptables	Explication
POMME DU LIMOUSIN (FR/PDO/0005/0442)	<i>Confitures et compotes</i>	<i>Confitures et compotes de pommes conformes au cahier des charges de l'AOP "Pomme du Limousin".</i>	Le fruit est le principal ingrédient des <i>confitures et des compotes</i> .
PROSCIUTTO DI PARMA (IT/PDO/0117/0067)	<i>Pizzas</i>	<i>Pizzas avec du jambon conforme aux cahiers des charges de l'AOP "Prosciutto di Parma".</i>	Cette garniture est le principal ingrédient d'une <i>pizza</i> et celui qui détermine le choix du consommateur.
RIOJA (PDO-ES-A0117)	<i>Vinaigre de vin</i>	<i>Vinaigre de vin élaboré à partir de vin conforme au cahier des charges de l'AOP "Rioja".</i>	La marque peut être acceptée pour un <i>vinaigre de vin</i> conforme au cahier des charges de l'AOP. Le vin est un ingrédient du <i>vinaigre</i> (le vinaigre de vin est fabriqué à partir de vin).
TOURBILLON D'AGRAFE	<i>Glaces</i>	<i>Glaces comestibles à base de nougat conformes au cahier</i>	Le "Turrón" est un ingrédient commercialement pertinent pour

(ES/PGI/0005/0167)		des charges de l'IGP "Turrón de Agramunt ; Torró d'Agramunt".	les crèmes glacées.
BERGAMOTTO DI REGGIO CALABRIA- OLIO ESSENZIALE (IT/PDO/0005/0105)	Parfums	Parfums à la bergamote conformes au cahier des charges de l'AOP "Bergamotto di Reggio Calabria - Olio essenziale".	La bergamote est une huile essentielle qui confère un arôme particulier aux parfums. Cet arôme est ce qui motive le choix des consommateurs et constitue donc l'ingrédient commercialement pertinent.
SCOTCH WHISKY	Des cocktails.	Cocktails contenant du whisky conforme au cahier des charges de l'IGP "Scotch Whisky".	L'EUTM peut être acceptée pour des cocktails à base de whisky conformes au cahier des charges de l'IG. Contrairement aux vins, les cocktails, autres que ceux à base de whisky, ne sont pas acceptables dans la mesure où ils peuvent être trompeurs.

Au contraire, lorsque le produit IG est utilisé comme un ingrédient secondaire, sans intérêt commercial, la restriction dans la liste des produits ne sera pas nécessaire (voir l'exemple concernant l'Aceite de la Alcarra).

Tableau 2 Liste d'exemples de produits transformés utilisant une IG comme ingrédient secondaire et ne nécessitant pas de restriction dans la liste des produits finaux.

L'IG dans l'EUTM	Spécification originale	Liste des marchandises acceptables	Explication
ACEITE DE LA ALCARRIA (ES/PDO/0005/0562)	Pâtisserie	Pâtisserie	Les marchandises ne doivent pas être limitées par le simple fait que de l'huile est utilisée dans leur préparation. L'huile est un ingrédient secondaire qui n'est pas pertinent sur le plan commercial.

Source : Directives pour l'examen à l'Office, Partie B Examen, Section 4 Motifs absolus de refus - Chapitre 10 Marques en conflit avec des appellations d'origine et des indications géographiques, pages 593-594.

1.2. LA LEGISLATION NATIONALE

L'Italie est le seul État membre à avoir adopté une législation nationale spécifique définissant les conditions dans lesquelles les noms d'IG peuvent être utilisés dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ces noms comme ingrédients.

La section suivante analyse le **décret législatif italien (*decreto legislativo*) n° 297 de 2004**, qui est assez unique au niveau européen puisqu'il établit le droit et le devoir des consortiums d'IG d'autoriser les opérateurs à utiliser leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédient.

De plus, l'analyse inclura également les **circulaires du Ministère des Politiques Agricoles et Forestières (MIPAAF)** qui, en l'absence d'un consortium d'IG reconnu, identifient les critères graphiques et administratifs à respecter pour faire référence à une IG dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité d'un produit composé, préparé ou transformé.

Enfin, le **cas français sera** examiné plus en détail dans la [section 1.2.2](#). La France a choisi de ne pas adopter de législation contraignante. Néanmoins, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (**DGCCRF**) en coopération avec l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) ont défini des **principes spécifiques** concernant la question de l'utilisation des IG comme ingrédients.

1.2.1 ITALIE

Le fait que l'Italie, l'un des principaux producteurs d'IG, ait jugé nécessaire d'élaborer une législation nationale démontre qu'il existe un vide juridique au niveau de l'UE. L'Italie a préféré clarifier avec la législation nationale quand l'utilisation d'un nom d'AOP/IGP est légale, plutôt que de laisser cette question être résolue par les tribunaux.

Le [décret législatif n° 297 de 2004](#)¹⁴ contient des dispositions relatives aux sanctions visant à protéger et à sauvegarder les indications géographiques des produits agricoles et des denrées alimentaires enregistrées au niveau européen. En particulier, la première partie du décret régit l'application de sanctions administratives contre les opérateurs économiques en cas d'utilisation abusive du nom, du signe distinctif ou de la marque d'une IG (art. 1.1).

Parmi les cas sanctionnés par le décret, l'un d'entre eux concerne **l'utilisation d'un nom d'IG protégé dans l'étiquetage, la présentation et la publicité de denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédients** (art. 1.1.c). Cette infraction est passible d'une sanction administrative pécuniaire allant de 2.500 à 16.000 mille euros.

En outre, le décret poursuit la mise en place des conditions dans lesquelles l'utilisation d'un nom d'IG protégé dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédients est considérée légale :

- 1.a. le **Consortium responsable de l'IG a délivré une autorisation** et inscrit l'utilisateur du produit dans un registre spécial, qui doit être tenu à jour par le Consortium ;

CONSORTIUMS DE PROTECTION D'UNE IG

En Italie, une association de producteurs d'IG doit obtenir la reconnaissance du MIPAAF pour pouvoir assumer les fonctions de Consortium de protection. À cette fin, l'association doit satisfaire un critère de représentativité égal à au moins 2/3 de la production vérifiée par l'organisme de contrôle et jugée apte à la certification.

Les Consortiiums naissent comme des associations volontaires, sans but lucratif, promues par les opérateurs économiques impliqués dans les secteurs avec la fonction précise de protection, promotion, valorisation, information du consommateur et soin général des Indications Géographiques.

Les Consortiiums se voient essentiellement attribuer d'importantes tâches institutionnelles, et ils interviennent dans la représentation et la protection de toutes les entreprises impliquées dans la production de l'IG, qu'elles soient membres du consortium ou non.

En l'absence d'un Consortium reconnu, c'est l'Association des producteurs qui est chargée de la promotion et de la protection du produit reconnu comme IG, même si ses compétences sont plus limitées que celles du Consortium. Par exemple, dans le cas qui nous intéresse dans cette étude, en l'absence d'un Consortium reconnu, ce n'est pas l'Association des producteurs qui autorise l'utilisation de l'IG comme ingrédient, mais le Ministère.

ENCADRÉ 1

- 1.b. ou, en absence d'un Consortium reconnu, le Ministère des Politiques Agricoles et Forestières (**MIPAAF**) a **délivré l'autorisation** (dans ce cas, le MIPAAF est également responsable de la gestion du registre) ;

- 2. ou la référence à l'IG n'apparaît que dans la **liste des ingrédients** du produit transformé qui la contient.

Il convient de noter que le texte original du décret comprenait également un critère exigeant que le produit transformé ne contienne aucun autre ingrédient comparable au produit IG. Ce critère a été abrogé et **aucun critère de produit n'est inclus dans le texte actuel**.

En ce qui concerne les **produits vitivinicoles**, la référence à une IG dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité des produits transformés est réglementée par le [texte unique sur la vigne et le vin, loi n° 238 du 12/12/2016](#)¹⁵. En particulier, les **mêmes conditions** décrites ci-dessus pour les produits agroalimentaires **s'appliquent également au vin** (voir art. 44 paragraphes 9 et 10), avec l'ajout de deux cas spécifiques pour lesquels l'autorisation n'est pas requise :

- Pour les **produits dérivés non préemballés** préparés dans des laboratoires rattachés à un point de **vente directe** au consommateur final (art. 44.10.a) ;

- Et dans les cas où il est fait référence à l'IG "*dans l'étiquetage et la présentation des **boissons spiritueuses qui y ont droit en vertu du règlement (CE) n° 110/2008 et des vinaigres de vin***" (art.44.10.b).

La législation italienne est une exception au niveau européen car elle établit **le droit et le devoir des consortiums d'IG** d'autoriser les opérateurs à utiliser leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédient.

Cette législation semble être conforme à l'article 13 du règlement 1151/2012, qui étend la protection aux produits IG utilisés comme ingrédients, et confère également aux États membres l'obligation <<*d'adopter les mesures administratives appropriées pour prévenir ou faire cesser l'utilisation illicite des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées au sens du paragraphe 1, produites ou commercialisées dans cet État membre*>>.

Au contraire, le décret n'est pas entièrement conforme à la décision de la CJUE dans l'affaire "Champagner Sorbet" qui ne considère pas l'**autorisation des groupements de producteurs d'IG** comme **une condition préalable pour déterminer l'utilisation (illégal) d'un nom d'IG dans le nom de vente d'un produit final**.

Pour en revenir aux spécificités du cas italien, comme prévu, en l'**absence d'un Consortium reconnu, le MIPAAF est chargé de délivrer l'autorisation**.

À cette fin, en 2007, le MiPAAF a publié deux **circulaires**, respectivement pour les produits agroalimentaires¹⁶ et les [produits vinicoles](#)¹⁷, qui identifient les **critères graphiques et administratifs à respecter pour** faire référence à une IG dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité d'un produit composé, préparé ou transformé.

Il convient de souligner que les **circulaires s'appliquent aux cas où, en l'absence d'un consortium IG reconnu, l'autorisation est accordée par le Ministère**. Par conséquent, les critères ne doivent pas être appliqués par les Consortiums, qui ont plus de liberté pour définir des règles spécifiques pour fournir l'autorisation d'utiliser leur produit. Néanmoins, comme nous le verrons plus en détail dans la [partie 2.2](#), **de nombreux consortiums suivent partiellement ou totalement les mêmes critères**.

Les critères définis dans les circulaires sont divisés en treize points. Ils s'appliquent également aux produits alimentaires et vinicoles. En ce qui concerne la référence à une IG dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité d'un produit composé, les **critères graphiques** à respecter sont les suivants :

- Les acronymes "AOP" et "IGP" ou les indications correspondantes doivent être placés entre **guillemets** et **doivent suivre le nom de l'IG utilisée comme ingrédient**, afin d'éviter que le consommateur ne croie qu'il s'agisse du produit composé.
- La **taille de la police** utilisée pour la référence à l'IG doit être **inférieure** à celle de la police utilisée pour le nom du produit composé, de l'opérateur responsable, des marques.
- En outre, la **même police de caractères de même taille** doit être utilisée pour le nom de l'IG, le libellé (appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée) ou les acronymes respectifs.
- Il est **interdit d'utiliser les logos de l'UE ainsi que le logo de l'IG protégée**.

Des critères similaires sont établis pour l'introduction sur l'étiquette de la **traduction** du nom de l'IG dans une langue autre que l'italien.

Ces critères sont entièrement conformes aux lignes directrices de la CE, à l'exception de l'utilisation du logo. En effet, les lignes directrices de la CE sont ouvertes à la possibilité d'utiliser des logos (*symboles*) de l'UE accompagnant le nom enregistré dans l'étiquetage d'un produit transformé, à condition qu'il soit clair que ledit produit n'est pas lui-même une IG enregistrée. Néanmoins, la **MiPAAF croit fermement que l'utilisation de logos de l'UE sur un produit transformé est en soi trompeuse pour les consommateurs et préfère l'interdire complètement**.

Les circulaires détaillent également les **exigences administratives** spécifiques **et les critères** qui doivent être respectés par les opérateurs une fois qu'ils ont reçu l'autorisation du MiPAAF. En particulier, les opérateurs doivent s'engager à :

- Assurer que le produit IG est acheté auprès d'un fournisseur ou d'un conditionneur qui a été contrôlé dans le cadre du système de contrôle du système de qualité.
- **Enregistrer la quantité de produit IG utilisée** dans le produit composé afin de démontrer, à la demande du Ministère, que cette quantité correspond à la quantité de produit IG achetée. Avec l'engagement de présenter les documents pertinents, à la demande du Ministère.
- **Enregistrer mensuellement le nombre de paquets de produits transformés produits**.

- Envoyer au MiPAAF une **fiche technique** décrivant le composé, le produit traité ou transformé.
- Communiquez l'**emplacement de l'usine où la production aura lieu**, ainsi que tout changement ultérieur.
- Déclarer qu'avant d'être traité, le **produit IG sera stocké séparément des autres produits appartenant à la même catégorie de produits**.
- Déclarer que l'**autorisation accordée ne sera pas transférée**, même en sous-concession, à des tiers.

Pour obtenir l'autorisation, l'opérateur doit s'adresser au Ministère en incluant parmi les documents un **projet d'étiquette**, pour vérifier le respect des critères graphiques décrits ci-dessus, et la **fiche technique**, décrivant le produit pour lequel l'étiquette sera utilisée.

Comme mentionné ci-dessus, les critères décrits concernent principalement la procédure de demande (critères graphiques et administratifs). Les caractéristiques que doit posséder le produit final pour obtenir l'autorisation ne sont pas précisées.

La situation est différente en ce qui concerne les autorisations délivrées par les consortiums, qui peuvent codifier des critères incluant des **règles concernant le produit final**. Par exemple, dans certains cas, il est interdit d'inclure des produits comparables à l'IG ; dans d'autres cas, le consortium établit un pourcentage minimum du produit IG à utiliser dans le produit transformé.

Bien que les exigences énoncées dans la communication de la Commission concernant les lignes directrices en matière d'étiquetage soient volontaires (2010/C 341/03) et que les critères identifiés par le MiPAAF ne s'appliquent qu'en l'absence d'un consortium IG reconnu, de nombreux consortiums tirent au moins une partie de leur réglementation interne de ces documents. *Pour plus de détails sur les critères adoptés par les consortiums, voir la [deuxième partie](#) du rapport.*

1.2.2 FRANCE

En ce qui concerne le contexte français, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), en collaboration avec l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), a défini des principes concernant l'utilisation des produits de qualité (AOP, IGP et Label Rouge) comme ingrédients.

Ces critères prennent en compte les lignes directrices de la Commission européenne, ainsi que :

- **Règles de protection des consommateurs** : << *L'étiquetage et les modalités selon lesquelles il est réalisé ne doivent pas être de nature à créer une confusion dans l'esprit de l'acheteur ou du consommateur, notamment sur les caractéristiques de la denrée alimentaire et notamment sur la nature, l'identité, les qualités, la composition, la quantité, la durabilité, l'origine ou la provenance, le mode de fabrication ou d'obtention. L'étiquetage ne doit comporter aucune mention tendant à faire croire que la denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières alors que toutes les denrées alimentaires similaires possèdent ces mêmes caractéristiques* >> - Article R112-7 du [Code de la consommation](#)¹⁸.
- **Règles relatives à la protection des régimes de qualité** : *"Le nom qui constitue l'appellation d'origine ou toute autre mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire, sans préjudice des dispositions législatives et réglementaires en vigueur le 6 juillet 1990. Ils ne*

peuvent être employés pour aucun établissement et aucun autre produit ou service, lorsque cette utilisation est susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation" - art. L643-1 al. 2 du [Code Rural](#)¹⁹.

Les principes définis par la DGCCRF et l'INAO identifient des **critères pour les produits transformés** qui doivent être respectés afin d'inclure légitimement un nom d'IG dans la dénomination de vente du produit final. En particulier :

- Le produit utilisé en tant qu'ingrédient **doit réellement bénéficier de l'IG** et
- Il doit être le **seul produit de sa catégorie** incorporé dans la préparation.
- En outre, les critères ne fixent pas de quantité minimale, mais précisent que l'IG doit être incorporée en **quantité suffisante pour conférer au produit final un caractère particulier**.

En plus de ces critères concernant le produit final, les principes décrivent également plusieurs critères graphiques :

- La présence de l'IG ne doit pas être trop accentuée par l'utilisation de **caractères** surdimensionnés et contrastés pour attirer l'attention du consommateur.
- Les **termes AOP/IGP/STG** peuvent être mentionnés après la dénomination, à condition qu'ils soient liés à la dénomination protégée et non au produit qui l'incorpore.
- Enfin, le **logo** correspondant (**AOP, IGP, STG**) **ne peut en aucun cas être utilisé**.

Si les critères relatifs aux produits transformés ne sont pas respectés, le nom de l'IG ne peut apparaître que dans la liste des ingrédients.

Dans ce cas, il faut se référer aux règles applicables aux denrées alimentaires. L'IG peut être mentionnée, ainsi que la quantité introduite (en pourcentage), et les caractères utilisés doivent être de la même taille et couleur que le reste des ingrédients.

Ces critères sont entièrement conformes aux lignes directrices de la CE, à l'exception de l'utilisation du logo. En effet, les lignes directrices de la CE sont ouvertes à la possibilité d'utiliser des logos (*symboles*) de l'UE accompagnant le nom enregistré dans l'étiquetage d'un produit transformé, à condition qu'il soit clair que ledit produit n'est pas lui-même une IG enregistrée. Néanmoins, l'INAO est convaincu que l'utilisation de logos de l'UE sur un produit transformé est en soi trompeuse pour les consommateurs et préfère l'interdire complètement.

Même si en France, les groupements de producteurs d'IG n'ont pas le devoir reconnu d'autoriser les transformateurs à utiliser leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ces IG comme ingrédients, plusieurs groupements de producteurs d'IG ont adopté des critères spécifiques pour adapter ces principes aux besoins de leurs produits. Les pratiques existantes seront analysées dans le chapitre suivant.

Enfin, il est important de souligner que, même si ces principes ne sont pas des recommandations contraignantes, ils sont soutenus par la jurisprudence. En particulier :

1. Dans une [affaire opposant le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne \(CIVC\)](#) à une entreprise de transformation fabriquant, entre autres, du << foie gras de canard entier aux deux

poivres et champagne >>²⁰ (25 novembre 2014), la *Cour de cassation* a reconnu le principe de " l'ingrédient caractérisant " ainsi que l'importance de **respecter les critères graphiques**, c'est-à-dire que le nom de l'IG ne doit pas apparaître en caractères distinctifs par rapport au nom des produits transformés utilisant l'IG comme ingrédient.

2. Dans l'affaire "Champagner Sorbet", la CJUE a confirmé le principe selon lequel l'**IG doit conférer une caractéristique essentielle** au produit transformé afin d'être mentionnée à juste titre sur son étiquetage ([voir paragraphe 1.1.4](#)).
3. Enfin, dans l'affaire " Pizza Hut Vs Comté " ²¹, la Cour d'appel de Paris a rappelé dans son arrêt (28 février 2017) que la valorisation d'une AOP dans la recette d'un produit transformé doit respecter des règles strictes, entre autres, le principe selon lequel le **produit transformé ne doit contenir aucun autre " ingrédient comparable "**.

NOTES DE BAS DE PAGE PARTIE 1

¹ Règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicable aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>.

² Commission européenne, (2008), "Livre vert sur la qualité des produits agricoles : normes de produits, exigences de production et systèmes de qualité", 3.4. Indications géographiques comme ingrédients dans les produits transformés <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>

³ Évaluation de la politique agricole commune en matière d'appellations d'origine protégées (AOP) et d'indications géographiques protégées (IGP), London Economics, novembre 2008, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>.

⁴ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions sur la politique de qualité des produits agricoles, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0234#document1>.

DOCUMENT DE TRAVAIL DU PERSONNEL DE LA COMMISSION accompagnant la COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS concernant la politique de qualité des produits agricoles https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf

⁵ Règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicable aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>.

⁶ Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne/Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>

⁷ L'art. 26 du règlement 1169/2011 affirme clairement la primauté des règles spécifiques d'étiquetage des produits AOP, IGP et STG par rapport aux autres denrées alimentaires, concernant l'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance

⁸ Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL.

⁹ Communication de la Commission - Lignes directrices sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des appellations d'origine protégées (AOP) ou des indications géographiques protégées (IGP) comme ingrédients, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))

¹⁰ En particulier, la demande d'interprétation préliminaire concerne l'article 118 quaterdecies du règlement n° 1234/2007, en vigueur à l'époque des faits, et l'article 103 du règlement n° 1308/2013, qui l'a remplacé avec effet au 1er janvier 2014.

¹¹ Directives pour l'examen de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>

¹² Article 7(1) RMUE

¹³ Directives relatives à l'examen à l'Office, Partie B Examen, Section 4 Motifs absolus de refus - Chapitre 10 Marques en conflit avec des appellations d'origine et des indications géographiques (article 7, paragraphe 1, point j) du RMEUT)

¹⁴ DECRETO LEGISLATIVO 19 novembre 2004, n. 297 - Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari. <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>

¹⁵ Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

¹⁶ Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAf (2007) sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

¹⁷ Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAf sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

¹⁸ Code de la consommation - Article R112-7 https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=AF6F79C5D2CE6CFF4ED44C3EE2C7C0B2.tplgfr27s_2?i dArticle=LEGIARTI000006292768&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091009

¹⁹ Code rural et de la pêche maritime - Article L643-1 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006584783&cidTexte=LEGITEXT000006071367&dateTexte=20070101>

²⁰ Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3 &oldAction=rechJuriJudi>

²¹ <http://qualite.groupe-cerclevert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE L'ENQUETE

2. ANALYSE DE L'ENQUETE

La deuxième partie de l'étude porte sur l'**analyse de l'enquête** soumise aux groupes de producteurs d'IG, dans le but d'**identifier les bonnes pratiques et les problèmes** liés à la mention d'un produit IG sur l'étiquette d'un produit transformé l'utilisant comme ingrédient.

2.1 METHODOLOGIE ET ANALYSE DU PROFIL DES REpondANTS

L'enquête, composée d'un total de vingt-six questions, était structurée en trois parties :

1. Le premier concerne les informations sur les **groupes de producteurs IG et les produits protégés** ;
2. La seconde collecte des **données économiques** sur les groupes de producteurs d'IG, ainsi que des données relatives à l'utilisation de l'IG comme ingrédient (volume de produit IG utilisé comme ingrédient, nombre d'entreprises utilisant l'IG comme ingrédient).
3. Enfin, la troisième partie contient des **questions qualitatives et ouvertes** axées sur les stratégies, les expériences et les problèmes rencontrés par les groupes de producteurs concernant l'utilisation des IG comme ingrédients.

L'enquête a été soumise aux groupes de producteurs d'IG des Régions membres de l'AREPO par le biais de la plateforme Google Forms pendant environ deux mois (juillet et août 2020). **Cent groupements de producteurs IG ont répondu à l'enquête**, provenant de six pays différents, répartis comme suit : **France (44), Italie (34), Espagne (11), Allemagne (7), Grèce (2) et Portugal (2)**.

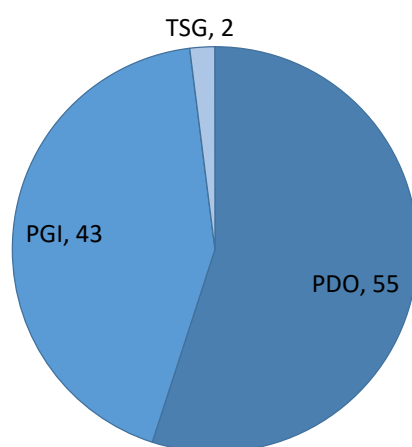
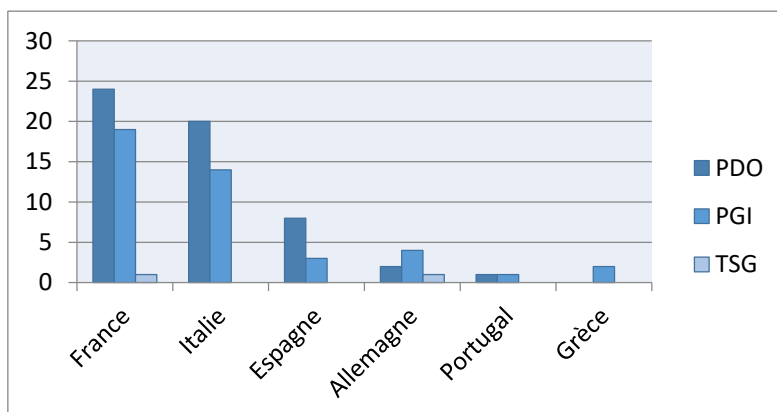
Les réponses ont été analysées en différenciant les questions quantitatives et qualitatives. En outre, afin de permettre une évaluation fiable et objective, le contexte législatif national des différents pays a été pris en compte dans l'analyse.

Le tableau (3) et la figure (4) ci-dessous montrent en détail la répartition par pays et par type de produit (AOP/IGP/STG).

Tableau 3 Participants à l'enquête répartis par AOP/IGP/STG (partie 1)

	France	Italie	Espagne	Allemagne	Portugal	Grèce	Total
AOP	24	20	8	2	1	0	55
IGP	19	14	3	4	1	2	43
TSG	1	0	0	1	0	0	2
Total	44	34	11	7	2	2	100

Figure 4 Participants à l'enquête répartis par AOP/IGP/STG (parties 2 et 3)



Globalement, 55% des groupements de producteurs d'IG ayant participé à l'enquête représentent un produit AOP, 43% une IGP et seulement 2% une STG.

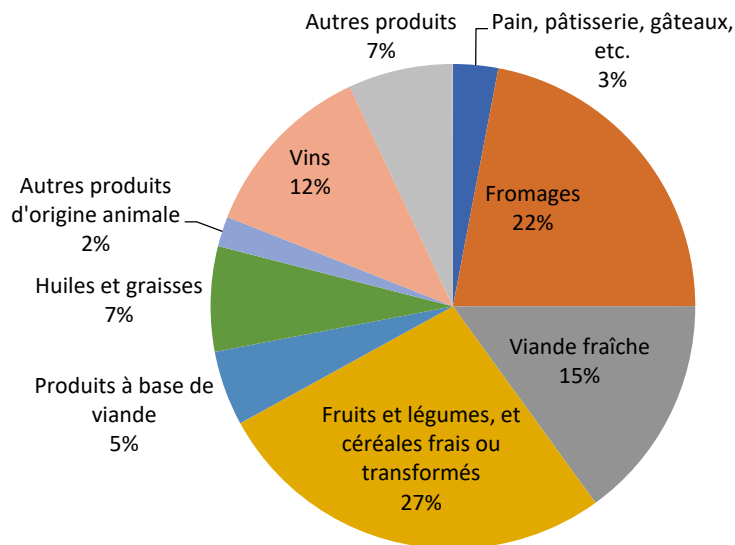
Les réponses peuvent être réparties en **10 catégories de produits** comme suit : Fruits et légumes, et céréales frais ou transformés (27), Fromages (22), Viande fraîche (15), Vins (12), Huiles et graisses (7), Produits carnés (5), Pain, pâtisserie, confiserie, biscuits et autres produits de boulangerie (3), Autres produits d'origine animale (2), Bières (1), et Autres produits (6).

Tableau 4 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits et par pays (partie 1)

Catégorie	France	Allemagne	Grèce	Italie	Espagne	Portugal	Total
Pain, pâtisserie, gâteaux, confiserie, biscuits et autres produits de boulangerie et de pâtisserie	-	-	-	2	1	-	3
Fromages	8	-	-	13	1	-	22
Viande fraîche	10	2	-	1	1	1	15
Fruits et légumes, et céréales frais ou transformés	11	2	-	9	4	1	27
Produits à base de viande	1	-	-	4	-	-	5

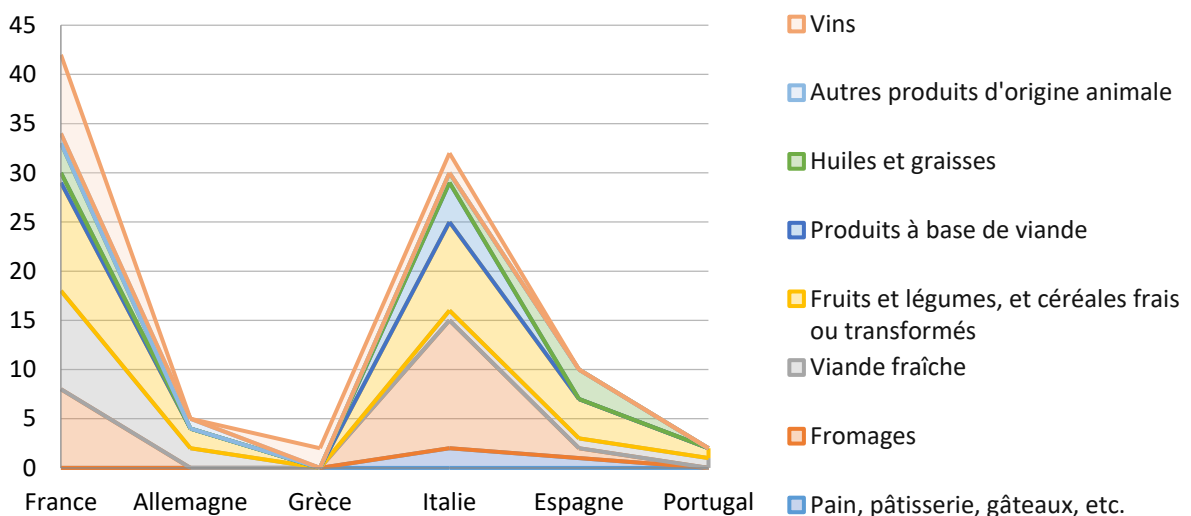
Huiles et graisses	3	-	-	1	3	-	7
Autres produits d'origine animale	1	1	-	-	-	-	2
Vins	8	-	2	2	-	-	12
Autres produits	2	2	-	2	1	-	7
Total	44	7	2	34	11	2	100

Figure 5 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits



Dans l'ensemble, les produits IG à base de fruits et légumes constituent la catégorie la plus importante parmi les répondants, suivie par les fromages, la viande fraîche et les vins. En analysant plus en détail les réponses pour les deux pays ayant reçu la majorité des réponses, on peut noter que pour la France, les produits IG à base de fruits et légumes (11) sont suivis de près par la viande fraîche (10) et les vins (8), tandis que pour l'Italie, la majorité des répondants appartient au secteur du fromage (13).

Figure 6 Répartition des participants à l'enquête par catégorie de produits et par pays (partie 2)



2.2 ANALYSE DE L'ENQUETE

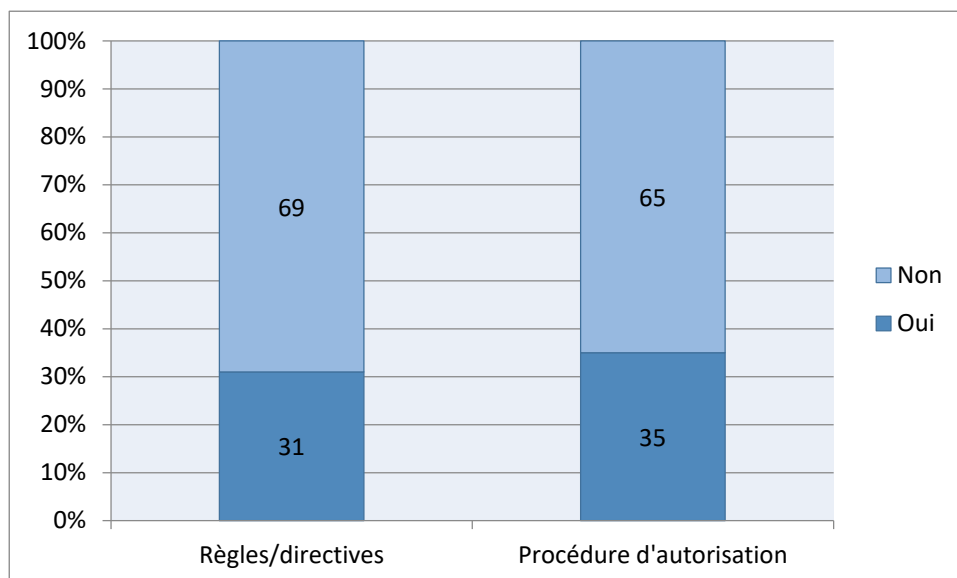
L'analyse de l'enquête se concentrera sur les résultats collectés dans la troisième partie du questionnaire, consacrée aux stratégies des groupes de producteurs d'IG pour protéger leurs IG lorsqu'elles sont utilisées comme ingrédient d'un produit alimentaire transformé ou composé.

DIRECTIVES INTERNES ET PROCEDURE D'AUTORISATION

A la lumière de l'analyse de la réglementation et des niveaux européen et national, l'enquête visait à évaluer si la pratique d'adopter des **lignes directrices ou des règles** est répandue parmi les groupes de producteurs d'IG de différents pays. Aux fins de cette étude, les "*règles ou lignes directrices*" sont définies comme un document, interne ou public, qui spécifie et régit l'utilisation de l'IG comme ingrédient.

En outre, afin d'avoir une image complète de la situation, l'enquête a également évalué l'existence d'une **procédure d'autorisation** spécifique pour l'utilisation de l'IG en tant qu'ingrédient, indépendamment de l'existence de règles ou de lignes directrices du groupement de producteurs.

Figure 7 Groupes de producteurs ayant adopté des règles ou des lignes directrices spécifiques et/ou une procédure d'autorisation.



Parmi l'ensemble des groupes de producteurs d'IG ayant répondu à l'enquête (100), 31 ont déclaré avoir adopté des règles ou des lignes directrices internes concernant l'utilisation de leur IG en tant qu'ingrédient, tandis que 35 ont confirmé disposer d'une procédure d'autorisation spécifique pour l'utilisation de l'IG en tant qu'ingrédient.

Afin de permettre une simplification et une représentation graphique, les réponses à cette question ont été résumées par "oui" ou "non". Comme il s'agit d'une question ouverte, la réponse est considérée comme positive si le document ou les lignes directrices existent au moment de l'analyse en cours. Les réponses manquantes sont considérées comme négatives (7 au total). En outre, la réponse a été considérée comme négative si le groupement de producteurs a répondu que l'élaboration de règles/lignes directrices internes est en cours mais n'est pas terminée (4 au total). De même, la réponse a été considérée comme négative si les groupements de producteurs ont déclaré suivre les lignes directrices nationales de leur propre pays (c'est-à-dire la circulaire MIPAAF pour l'Italie, ou les lignes directrices de l'INAO et de la DGCCRF pour la

France) ou les lignes directrices de la CE, sans créer de règles *ad hoc* basées sur les besoins spécifiques du produit IG protégé.

Tableau 5 Groupes de producteurs ayant adopté des règles ou des directives spécifiques, par pays

	Italie	France	Espagne	Allemagne	Portugal	Grèce	Total
Oui	18	9	4	0	0	0	31
Non	16	35	7	7	2	2	69
Total	34	44	11	7	2	2	100

Une analyse des réponses par pays montre que l'Italie a le taux le plus élevé de groupements de producteurs d'IG ayant adopté des règles ou des lignes directrices internes. Ces données ne sont pas surprenantes, puisque la législation italienne en la matière établit le droit et le devoir des consortiums d'IG d'autoriser l'utilisation de leur IG comme ingrédient.

Parmi les groupements de producteurs italiens qui ont répondu à l'enquête, 31 sont des consortiums reconnus et 3 des associations de producteurs (voir [ENCADRE 1](#)). Ces derniers n'ont pas adopté de lignes directrices spécifiques, car ils n'ont pas le droit/devoir d'autoriser l'utilisation de leur IG comme ingrédient. En fait, comme expliqué au [paragraphe 1.2.1](#), dans ces cas, c'est le Ministère italien de l'agriculture qui examine directement les demandes d'autorisation. Aux fins de la présente analyse, seuls les consortiums seront pris en considération.

Pour rappel, même si le **décret législatif italien n° 297 de 2004** établit qu'il est du devoir des consortiums d'autoriser l'utilisation de leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédients, il ne décrit pas la procédure à suivre et n'introduit pas l'obligation d'adopter des règles/directives internes pour clarifier la procédure choisie par chaque consortium. La seule obligation mentionnée par le décret est la tenue par les consortiums d'un **registre des utilisateurs autorisés**.

C'est pourquoi l'analyse a révélé des différences entre les consortiums en termes d'adoption de règles internes ou de lignes directrices et, plus généralement, en termes de procédure d'autorisation. **En particulier, plus de la moitié des consortiums italiens ayant répondu à l'enquête ont élaboré des lignes directrices ou des règlements internes (18 sur 31)**. Les 13 autres consortiums qui ont déclaré ne pas avoir adopté de règles ou de lignes directrices spécifiques suivent généralement la discipline établie par le Ministère italien de l'agriculture dans ses circulaires (voir [paragraphe 1.2.1](#)).

Dans un cas particulier, la Farina di Neccio della Garfagnana AOP (farine de châtaigne), la question a été **réglementée dans le cahier des charges**. En fait, en Italie, c'était une pratique courante avant la publication des lignes directrices de l'UE sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des AOP ou des IGP comme ingrédients (2010). Comme expliqué au [paragraphe 1.1.3](#), la Commission européenne n'accepte que dans des circonstances exceptionnelles d'inclure dans le cahier des charges de l'IG des dispositions relatives à l'utilisation d'un nom d'IG dans l'étiquetage d'autres denrées alimentaires, à savoir pour résoudre une difficulté spécifique et clairement identifiée et à condition qu'elles soient objectives, proportionnées et non discriminatoires.

Dans le cas de la Farina di Neccio della Garfagnana AOP, c'est le cahier des charges qui règle la question à l'article 8. Le texte reprend le libellé du décret législatif italien original n° 297/2004, c'est-à-dire que pour pouvoir utiliser le nom de l'AOP dans l'étiquetage, la présentation et la publicité d'un produit transformé utilisant la farine comme ingrédient :

1. Le produit transformé ne doit pas contenir d'ingrédient comparable à l'AOP ;
2. Le sous-traitant doit être autorisé par le Consortium.

Afin d'avoir une vision approfondie du contenu des lignes directrices ou des règles internes, **14 documents ont été analysés**. Le tableau 6 ci-dessous contient la liste des lignes directrices examinées, divisées par catégorie de produits.

Tableau 6 Liste des lignes directrices examinées, divisée par catégorie de produits.

Pain, pâtisserie, gâteaux, etc. (1)	Fromages (5)	Viande fraîche (1)	Fruits et légumes (3)	Produits à base de viande (1)	Huiles et graisses (1)	Autres produits (1)
Piadina Romagnola IGP	Asiago AOP Formaggio Piave AOP Grana Padano AOP Parmigiano Reggiano AOP Provolone AOP	AOP Cinta senese	IGP Pere dell'Emilia Romagna Pêche et aquaculture de Romagne IGP Asparago verde di Altedo IGP	Prosciutto di Parma AOP	Olio Toscano IGP	Aceto tradizionale di Reggio Emilia AOP

Ces documents peuvent être classés en fonction de leur contenu : **cinq lignes directrices²² sur quatorze** citent en totalité ou en partie les **critères définis par la circulaire du Ministère de l'agriculture**.

Les autres, par contre, vont plus en détail concernant les règles imposées pour l'utilisation de l'IG comme ingrédient. Ces lignes directrices ou règles internes établissent des critères adaptés à chaque IG, de manière transparente et publique, afin d'informer le transformateur intéressé par l'utilisation de l'IG en question des règles à suivre pour demander l'autorisation et mentionner correctement l'IG utilisée comme ingrédient sur l'étiquette du produit final. Comme déjà vu dans l'analyse des législations nationales italienne et française, ces critères peuvent être divisés en **trois catégories** : 1) les critères concernant le **produit**, 2) les **critères graphiques** et 3) les **critères administratifs** concernant le processus d'autorisation.

L'objectif des **critères concernant le produit** est de définir clairement **comment l'IG doit être incorporée en tant qu'ingrédient dans le produit transformé**, en établissant des règles objectives et claires applicables par tout transformateur, qu'il fasse partie ou non de la filière IG. Il s'agit d'un instrument utilisé par les consortiums afin de **contrôler la qualité du produit final et de s'assurer que l'IG est utilisée comme ingrédient caractérisant** et est perçue par le consommateur.

Comme expliqué au [paragraphe 1.2.1](#) analysant la législation italienne, aucun critère de produit n'est inclus dans le texte actuel du décret législatif n° 297 de 2004. Néanmoins, c'est une pratique courante parmi les consortiums d'adopter ce type de critères. En particulier, parmi les 14 documents analysés, **9 incluent des critères de produit dans leurs lignes directrices ou leurs règles internes**.

Parmi ces critères, le plus commun exige que le produit transformé **ne contienne aucun autre ingrédient comparable au produit IG, c'est-à-dire de la même catégorie de produits**. Les 9 documents analysés

contiennent tous ce critère. Les lignes directrices de l'AOP Cinta Senese sont particulièrement intéressantes car elles définissent en détail des règles spécifiques pour différentes catégories de produits ([voir ENCADRE 3](#)).

ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA AOP

Les lignes directrices définies par le Consortium de l'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia AOP sont tout à fait uniques en ce qu'elles établissent des critères géographiques concernant la provenance des autres ingrédients et le lieu de production et de mise en bouteille.

L'AOP doit être l'ingrédient caractéristique des pansements qui l'utilisent comme ingrédient. Autrement dit, l'AOP doit être le composant exclusif de sa catégorie de produits.

La quantité de l'AOP incorporée dans le produit final ne doit pas être inférieure à 5% du total des ingrédients, et doit être convenue entre les parties.

Enfin, comme prévu, les matières premières autres que le vinaigre balsamique traditionnel de Reggio Emilia AOP doivent provenir exclusivement de la région Emilia-Romagna.

Dans le même ordre d'idées, le lieu de production et de mise en bouteille des produits transformés doit être situé dans la province de Reggio Emilia.

ENCADRÉ 2

Dans certains cas, les lignes directrices vont plus loin en définissant également la **quantité minimale** de l'IG qui doit être utilisée comme ingrédient (exprimée en **pourcentage**)²³ et la **relation quantitative** entre l'IG et les autres composants²⁴.

Enfin, d'autres critères de produit trouvés dans les lignes directrices analysées établissent des **limites** concernant l'utilisation d'**autres ingrédients** dans le produit final (par exemple, les arômes), la **qualité de l'IG** utilisée comme ingrédient (par exemple, l'AOP Cinta Senese exige que le produit utilisé comme ingrédient n'ait pas subi de processus de congélation/décongélation) et la **provenance** des autres ingrédients (voir l'ENCADRE 2 sur l'AOP Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia).

Les **critères graphiques** définissent comment faire référence à une IG dans l'étiquetage, la présentation ou la publicité d'un produit composé, préparé ou transformé. Les 14 documents analysés incluent ces critères qui suivent les exigences définies par le MIPAAF ([voir paragraphe 1.2.1](#)).

Ces critères décrivent donc en détail comment le nom de l'IG utilisée comme ingrédient doit être écrit sur l'étiquette du produit final (taille et police du caractère, position dans l'étiquette). Certaines directives définissent également de manière méticuleuse quelles expressions peuvent être utilisées et comment. Le consortium de l'AOP Cinta Senese, par exemple, décrit dans les lignes directrices quand et comment les expressions "à partir de", "avec" et "de" l'AOP Cinta Senese peuvent être utilisées (pour plus de détails, [consultez l'ENCADRE 3](#)).

Comme décidé par le MIPAAF, toutes les lignes directrices réitèrent l'**interdiction d'utiliser les logos IG de l'UE** sur le produit final. Néanmoins, certains consortiums ont élaboré un **logo spécifique** à

utiliser dans les produits transformés utilisant leur IG comme ingrédient. Ce sujet sera analysé en détail dans le [paragraphe suivant](#).

Enfin, le dernier critère concerne les obligations administratives et légales et sera analysé sous l'angle de la **procédure d'autorisation**. Parmi les 34 répondants italiens, 23 ont déclaré avoir adopté une procédure d'autorisation. Les 18 consortiums qui ont déclaré avoir adopté des lignes directrices ont également défini une procédure d'autorisation. En outre, 5 consortiums ont adopté une procédure d'autorisation, même s'ils n'ont pas de lignes directrices internes.

Les 8 autres consortiums qui ont déclaré ne pas avoir adopté de procédure d'autorisation spécifique suivent généralement la discipline établie par le ministère italien de l'agriculture dans ses circulaires ([voir paragraphe 1.2.1](#)) et décident **au cas par cas**.

Une analyse des lignes directrices disponibles donne un meilleur aperçu des principales caractéristiques de la procédure d'autorisation. En effet, les critères administratifs ou juridiques essentiels sont présents dans les 14 documents reçus.

Dans les cas analysés, l'autorisation est accordée par le consortium au transformateur par la signature d'une **convention**, définissant les engagements que les transformateurs doivent respecter. En plus des critères relatifs au produit et au graphisme, les exigences administratives les plus courantes s'inspirent de la circulaire MIPAAF (voir [paragraphe 1.2.1](#)) et s'engagent à :

- Assurer que le produit IG est acheté auprès d'un fournisseur ou d'un conditionneur qui a été contrôlé dans le cadre du système de contrôle du programme de qualité.
- **Enregistrer la quantité du produit IG utilisé** dans le produit composé afin de démontrer, à la demande du Consortium, que cette quantité correspond à la quantité du produit IG acheté.
- **Enregistrer mensuellement le nombre de paquets de produits transformés produits.**
- Accepter les contrôles et les vérifications que le Consortium entend effectuer tant au niveau de l'entreprise que des fournisseurs, concernant l'utilisation correcte de l'IG ;
- Soumettre au Consortium les étiquettes et/ou emballages et leurs modifications ultérieures, afin de vérifier l'utilisation correcte de l'IG ;
- Communiquer l'**emplacement de l'usine où la production aura lieu**, ainsi que tout changement ultérieur.
- Déclarer qu'avant d'être traité, le **produit IG sera stocké séparément des autres produits appartenant à la même catégorie** de produits.
- Déclarer que l'**autorisation accordée ne sera pas transférée**, même en sous-concession, à des tiers.

En outre, l'accord prévoit généralement les modalités et les délais de **renouvellement de l'autorisation**, ainsi que son **retrait**, si le sous-traitant ne respecte pas toutes les clauses imposées par le consortium.

Dans certains cas, le projet d'accord fait explicitement référence à une **contribution financière ou à un remboursement** que le transformateur doit verser au consortium. Certains consortiums justifient la demande de ce montant par une augmentation des coûts de fonctionnement et de gestion de leurs activités ordinaires, y compris les activités de surveillance de l'étiquetage des produits transformés. Cette contribution peut prendre la forme d'une redevance administrative annuelle fixe²⁵, d'un remboursement des frais de contrôle effectués par l'organisme de contrôle certifié sur les produits finis transformés²⁶, ou d'une somme calculée sur la quantité totale de l'IG utilisée dans le produit transformé²⁷.

Comme prévu, les autres pays ont un taux plus faible de réponses positives concernant l'adoption de lignes directrices/règles internes et la définition de la procédure d'autorisation. En particulier, seuls 9 organismes de défense et de gestion (ODG) **français**, sur 44, ont confirmé avoir adopté des lignes directrices sur l'utilisation de l'IG comme ingrédient dans les produits alimentaires transformés. Par ailleurs, seuls 6 ODG ont déclaré avoir développé une autorisation pour l'utilisation de l'IG en tant qu'ingrédient. **Trois études de cas seront** analysées en profondeur dans les pages suivantes : la [STG Lait de foin](#), l'[IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest](#) et l'[AOP Comté](#).

Parmi les 11 répondants **espagnols**, seuls 4 groupes de producteurs d'IG (Consejos Reguladores) ont confirmé avoir adopté des lignes directrices ou des règles internes, tandis que 6 d'entre eux ont déclaré avoir développé une procédure d'autorisation.

Enfin, **aucun des groupes de producteurs d'IG de Grèce, du Portugal et d'Allemagne** ayant participé au questionnaire n'a adopté de lignes directrices ni de procédure d'autorisation concernant l'utilisation des IG comme ingrédients dans les produits transformés.

CINTA SENESE AOP

ENCADRE 3

Reconnue au niveau de l'UE en 2012, l'AOP Cinta Senese fait référence à toutes les parties comestibles obtenues à partir des carcasses de porcs appartenant à la race Cinta Senese, nés, élevés et abattus en Toscane selon le cahier des charges correspondant. Plus précisément, la zone de production comprend les territoires administratifs de la Région Toscane qui atteignent une altitude maximale de 1.200 mètres au-dessus du niveau de la mer.

En tant que viande fraîche, la Cinta Senese AOP est un produit très polyvalent qui peut être utilisé non seulement sous sa forme brute, mais aussi comme ingrédient dans une large gamme de produits préparés, transformés ou composés. En fait, le secteur de la transformation représente un marché fondamental pour l'AOP.

Conformément aux dispositions de la législation italienne ([décret législatif n° 297/2004](#)), le Consortium a élaboré des lignes directrices spécifiques pour l'octroi de l'autorisation de mentionner l'AOP dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des produits transformés l'utilisant comme ingrédient. En particulier, ces lignes directrices décrivent à la fois les caractéristiques du produit transformé et les conditions graphiques préalables.

En ce qui concerne les exigences relatives aux produits finis transformés, le Consortium a considéré 3 catégories de produits pouvant utiliser l'AOP comme ingrédient (charcuterie, pâtes farcies et produits autres que la charcuterie et les pâtes farcies), en établissant pour chacune d'elles les conditions à remplir pour obtenir l'autorisation (pour plus de détails, **voir le tableau 7 ci-dessous**).

Tableau 7 Liste des exigences relatives aux produits finis transformés, par catégorie de produits.

Charcuterie	Pâtes farcies	Produits autres que les charcuteries et les pâtes farcies	
L'AOP Cinta Senese devrait être le seul ingrédient à base de viande	L'AOP Cinta Senese devrait être le seul ingrédient à base de viande Exception : viande fraîche autre que celle de porc	L'AOP Cinta Senese devrait être le seul ingrédient à base de viande	L'AOP Cinta Senese devrait être le seul ingrédient à base de viande Exception : viande fraîche autre que celle de porc Au moins 50% (en poids) du total des découpes utilisées

Le Cinta Senese AOP utilisé n'a pas été congelé ou surgelé.

Source : Lignes directrices pour l'utilisation de l'AOP "Cinta Senese" dans l'étiquetage, la présentation et la publicité de produits composés, élaborés ou transformés (Linee Guida per l'uso della DOP "Cinta Senese" nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità di prodotti composti, elaborati o trasformati ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera "C" del Decreto Legislativo n. 297/2004).

Parmi les critères qui s'appliquent aux trois catégories de produits transformés, le Consortium exige la **présence de l'AOP Cinta Senese comme seul ingrédient carné**. La présence d'autres produits carnés est acceptée uniquement pour les pâtes farcies et pour les produits autres que les charcuteries et les pâtes farcies (*voir le tableau*), en respectant uniquement la condition qu'elle ne puisse pas être utilisée en quantité supérieure à celle de la Cinta Senese AOP.

Afin de trouver un équilibre entre la nécessité de protéger l'AOP d'éventuels abus et le besoin vital de promouvoir sa valorisation dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des produits transformés et composés, le Consortium a choisi de ne pas spécifier de quantité minimale comme condition d'obtention de l'autorisation. Il appartient donc à l'opérateur d'évaluer au cas par cas si la quantité incorporée dans le produit final est suffisante pour considérer l'AOP comme un ingrédient caractérisant essentiel et, par conséquent, pour justifier la mention de l'AOP sur l'étiquette du produit, conformément au règlement européen 1169 relatif à l'information du consommateur (article 7). L'autorisation du Consortium certifie donc uniquement que l'étiquette, la présentation ou la publicité sont conformes aux lignes directrices susmentionnées et non au reste des principes établis par la législation sur l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

Un deuxième critère contenu dans les lignes directrices concernant les caractéristiques du produit exige que **l'AOP Cinta Senese utilisée comme ingrédient n'ait été soumise à aucun processus de congélation ou de surgélation.**

La deuxième partie des lignes directrices porte sur les critères de nature graphique. Le document va au-delà des critères contenus dans les circulaires du MIPAAF, allant jusqu'à réglementer l'utilisation de différentes formules : "**à partir de** Cinta Senese AOP", "**avec** Cinta Senese AOP" et "**de** Cinta Senese AOP".

Les opérateurs intéressés par l'obtention d'une autorisation doivent au préalable signer une convention avec le Consortium dans laquelle ils s'engagent à respecter les conditions énoncées dans les lignes directrices et à soumettre leurs étiquettes à l'autorisation du Consortium.

En plus de respecter les modalités graphiques décrites dans les lignes directrices, les opérateurs doivent également intégrer la référence à l'AOP "Cinta Senese" en apposant sur l'emballage du produit final le Label fourni par le Consortium lui-même. Il s'agit d'un label incorporant le logo qui identifie l'AOP (selon l'art. 9 du cahier des charges) et un code alphanumérique qui permet d'identifier les porcs dont provient la matière première utilisée dans le produit final.



Figure 8 Label pour les produits composés, traités ou transformés non contenus dans des boîtes de conserve



Figure 9 Label pour les produits composés, élaborés ou transformés en boîtes de conserve



Figure 10 Label pour les jambons

Source : Lignes directrices pour l'utilisation de l'AOP Cinta Senese dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des produits composés, préparés ou transformés.

Le tableau ci-dessous résume pour chaque produit le **nombre d'entreprises utilisant l'IG comme ingrédient ainsi que le nombre de permis accordés en 2019**, lorsque les données sont disponibles (seuls trente-deux groupements de producteurs ont répondu avec un nombre précis). Les produits sont classés par ordre croissant en fonction du nombre de permis accordés en 2019.

Tableau 8 Nombre d'entreprises utilisant l'IG comme ingrédient et nombre de permis accordés en 2019.

Pays	AOP, IGP ou STG	Nom du produit	N entreprises utilisant l'IG comme ingrédient	Permis accordés en 2019
France	AOP	Agneau du Quercy	171	-
France	IGP	Charolais de Bourgogne	2	-
France	AOP	Crémant de Bourgogne	1	1
France	AOP	Fourme d'Ambert	6	-
France	AOP	Laguiole	1	-
France	TSG	Lait de foin	7	14
France	IGP	Landes	-	14
France	AOP	Oignon doux de Cévennes	5	-
France	IGP	Petit épeautre de Haute Provence	1	-
France	AOP	Porc Noir de Bigorre & Jambon Noir de Bigorre	5	-
France	AOP	Pruneaux d'Agen	26	-
France	IGP	Rosée des Pyrénées Catalanes		42
France	IGP	Sel de Salies de Bearn	60	34
France	IGP	Veau d'Aveyron et du Ségala	10	3
Allemagne	IGP	Münchner Bier	4	-
Allemagne	AOP	Spalt Spalter	200	-
Allemagne	IGP	Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch g.g.A.	276	-
Allemagne	IGP	Weideochse vom Limpurger Rind g.U.	5	-
Allemagne	AOP	Filderkraut/Filder-Spitzkraut	2	-
Italie	IGP	Aceto Balsamico di Modena	113	1076
Italie	AOP	Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia	0	0
Italie	AOP	Asiago	31	35
Italie	IGP	Asparago verde di Altedo	1	1
Italie	AOP	Bitto	2	2
Italie	IGP	Bresaola della Valtellina	3	10
Italie	IGP	Cantuccini Toscani	1	-
Italie	AOP	Cinta senese	70	112
Italie	AOP	DOC Colli Berici, DOC Vicenza	1	1
Italie	AOP	Fontina	21	44
Italie	AOP	Formaggio Piave	4	6
Italie	AOP	Gorgonzola	184	184
Italie	AOP	Grana Padano	39	43

Italie	IGP	Marrone del Mugello	4	-
Italie	AOP	Parmigiano Reggiano	400	200
Italie	AOP	Pecorino Toscano	3	3
Italie	IGP	Pera dell'Emilia-Romagna	3	4
Italie	IGP	Pêche et aquaculture de Romagne	5	10
Italie	IGP	Piadina Romagnola	3	7
Italie	AOP	Prosciutto di Parma	10	37
Italie	AOP	Provolone Valpadana	8	8
Italie	AOP	Quartirolo Lombardo	4	4
Italie	IGP	Radicchio di Chioggia	6	-
Italie	IGP	Scalognolo di Romagna	7	-
Italie	AOP	Taleggio	22	28
Italie	IGP	Toscane	13	33
Italie	AOP	Valtellina Casera	2	-
Espagne	AOP	Cereza del Jerte	2	2
Espagne	IGP	Pa de Pagès Català	1	1
Espagne	IGP	Patates de Prades	1	1
Espagne	AOP	Pera de Lleida	1	1
Espagne	AOP	Pimentón de La Vera	7	7

LAIT DE FOIN TSG

ENCADRE 4

La spécialité traditionnelle garantie (STG) Lait de Foin a été reconnue par l'UE en mars 2016, suite à la demande de l'association autrichienne Heumilch. La STG est un produit ou une denrée alimentaire lié à un savoir-faire et à une tradition, mais pas nécessairement à une zone de production restreinte, comme c'est le cas pour les AOP et les IGP. Ainsi, la STG d'abord utilisée en Autriche, dès 2019 a été activement appliquée en France (*Lait le foin*) à tous les produits laitiers qui suivent les méthodes de production décrites dans le cahier des charges approuvé par l'UE²⁸.

L'[Association de producteurs Lait de foin](#), créée en 2016 et agréée par l'INAO en 2018, a pour objectif de créer une filière de production différente sur le territoire national, afin de différencier le lait de foin des autres types de lait. Elle s'est chargée de l'application du cahier des charges, ainsi que de la rédaction d'un plan de contrôle spécifique à la STG en France. L'association n'est pas un acteur économique direct, mais elle représente les producteurs de lait de foin certifiés et basés en France²⁹. Par ailleurs, en sa qualité d'organisme de défense et de gestion (ODG) de la spécialité traditionnelle garantie lait de foin en France, l'association Lait de foin est chargée de la défense et de la promotion de ce produit et gère les demandes de certification des producteurs associés.

Dans le passé, l'association Lait de foin a collaboré avec le groupement de producteurs autrichiens dans le but de créer les statuts et la structure de l'organisation, ainsi que d'appliquer le cahier des charges en France. En outre, l'association Lait de foin a créé et déposé un logo de marque spécifique pour les produits laitiers de foin ([voir figure12](#)).

Les producteurs de lait cru, ainsi que les transformateurs, doivent demander une autorisation et signer un accord pour pouvoir l'utiliser sur leurs produits transformés. L'association examine l'étiquetage du produit final afin de vérifier que le logo est utilisé dans le respect des règles d'étiquetage applicables.

L'association Lait de foin a clairement rassemblé et décrit les règles d'étiquetage existantes dans un document contenant des directives concernant l'utilisation de leur logo pour le produit transformé utilisant la STG du lait de foin comme ingrédient. Ces directives s'inspirent du document créé par le consortium autrichien du lait de foin relatif à

l'étiquetage "Information zur Erstellung von Kennzeichnungsetiketten gemäß der Lebensmittelinformationsverordnung" et sont définies selon les principes de l'INAO et de la DGCCRF ([voir paragraphe 1.2.2](#)).

En particulier, afin de recevoir l'autorisation d'utiliser le logo "Lait de foin", ainsi que de pouvoir mentionner le nom de la STG sur un produit transformé contenant le lait de foin comme ingrédients, certaines conditions concernant les caractéristiques des produits finaux doivent être respectées :

1. Tout d'abord, le **lait de foin doit être le seul lait contenu dans le produit transformé**, afin d'éviter l'utilisation d'ingrédients comparables. Ainsi, tout le lait utilisé dans le produit final doit être certifié comme lait de foin TSG ;

2. Deuxièmement, le lait de foin doit être présent en **quantité suffisante** pour conférer ses caractéristiques essentielles au produit final.

Si ces conditions sont respectées, le logo de la marque et le nom de la STG peuvent être inclus dans l'étiquetage du produit transformé, à condition que les critères graphiques établis par les lignes directrices de l'UE, ainsi que les principes de l'INAO et de la DGCCRF, soient respectés.

L'association contrôle l'étiquetage des produits pour vérifier l'utilisation correcte du logo et du nom STG. Elle informe les transformateurs sur les règles d'étiquetage à suivre pour éviter d'éventuelles erreurs.

Si certaines de ces conditions ne sont pas respectées, la dénomination "Lait de foin" ne peut figurer que dans la liste des ingrédients.



Figure 11 Logo de la marque déposée par l'association des producteurs de lait de foin.



Figure 12 Produits transformés utilisant le logo de la marque "Lait de foin" pour mettre en évidence la présence de STG Haymilk en tant qu'ingrédient

UTILISATION DE LOGOS SUR LES PRODUITS TRANSFORMES

Comme prévu dans l'analyse de la législation nationale, en Italie et en France, l'utilisation des logos des IG de l'UE et des STG sur les produits transformés est interdite. Néanmoins, afin de donner plus de visibilité aux IG utilisées comme ingrédients sur l'emballage du produit transformé, certains groupes de producteurs d'IG (17 sur 100) exigent que les transformateurs utilisent un logo spécifique.

Dans certains cas, le groupement de producteurs IG autorise les transformateurs à utiliser le logo de la marque IG enregistré dans le cahier des charges, tandis que d'autres ont créé un logo spécifique pour les produits transformés. C'est le cas de l'AOP Cinta Senese ([voir ENCADRE 3](#)), de l'IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest qui a développé une marque collective visant à valoriser l'IGP utilisée comme ingrédient dans les produits transformés ([voir ENCADRE 6](#)), et de l'IGP Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch (viande de porc).

Les figures ci-dessous présentent quelques exemples de logo de marque IG utilisé dans le produit transformé final afin de souligner la présence de l'IG spécifique en tant qu'ingrédient.



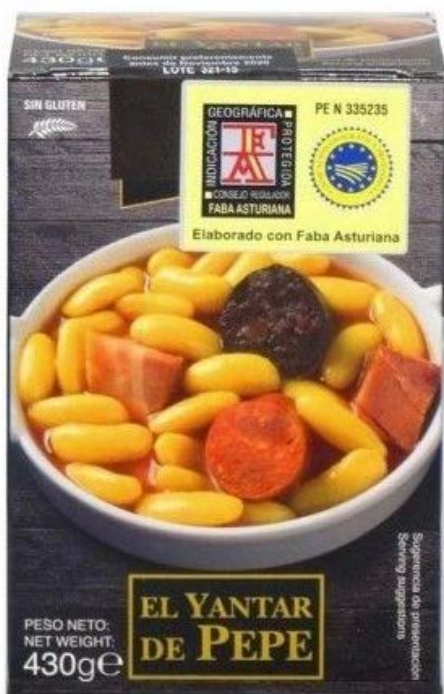
Figure 13 Lasagne alla Bolognese avec Grana Padano AOP. Source : <https://www.findus.it/la-nostra-gamma/primi-piatti/pasta-e-riso/lasagne-alla-bolognese> (consulté le 28/04 21)



Figure 14 Logo Parmigiano Reggiano pour les produits transformés. Source : <https://www.canuti.com/en/product/delizie-with-parmigiano-reggiano/> (consulté le 28 avril 2021)



Figure 15 Pesto alla Genovese avec Parmigiano Reggiano AOP. Source : <https://www.barilla.com/en-sq/products/sauces/barilla-pesto-alla-genovese> (consulté le 28/04/21)



Alors qu'en Italie et en France, l'utilisation des logos des IG de l'UE sur les produits transformés est interdite par la législation nationale en vigueur, d'autres pays de l'UE sont ouverts à cette pratique, si elle respecte les lignes directrices de la CE et donc si elle ne risque pas de créer une confusion chez le consommateur. La figure 15 présente un exemple : un ragoût de haricots des Asturies préparé avec la Faba Asturiana IGP. L'emballage du produit présente une étiquette jaune soulignant que le produit transformé est fabriqué avec de la Faba Asturiana IGP. En outre, l'étiquette présente le logo IGP officiel de l'UE, associé au logo de la marque de l'IGP.

Figure 16 Ragoût de haricots des Asturies élaboré avec la Faba Asturiana IGP. Source : <https://www.agu-conservas.com/platos-preparados/fabada-asturiana-el-yantar-de-pepe-430gr.html> (consulté le 28/04/21)

Le Comté AOP est un fromage au lait cru à pâte cuite et pressée. Il est produit en France dans la région montagneuse du Massif du Jura, située principalement en Bourgogne-Franche-Comté. Enregistré comme AOP en 1996, sa production remonte au 13^{ème} siècle. C'est le premier fromage AOP par production en France (pour plus d'informations, [consultez le site internet du Comté](#)).

La réputation du Comté n'est plus à faire et touche également les marchés et les consommateurs internationaux. De ce fait, l'AOP a été largement utilisée comme ingrédient dans les produits transformés. En effet, au fil des années, le *Comité Interprofessionnel de Gruyère et de Comté* (CIGC) a collaboré avec de nombreuses entreprises et a également pris part à des procès pour l'utilisation abusive de son AOP comme ingrédient. C'est la raison pour laquelle le CIGC a jugé indispensable de définir des critères stricts pour les transformateurs souhaitant mentionner le nom de l'AOP dans la désignation commerciale d'un produit transformé ou composé, afin de protéger sa réputation.

En particulier, conformément aux lignes directrices de la Commission européenne et de l'INAO, le CIGC demande de respecter les critères suivants :

1. Le Comté, transformé à l'état brut, doit être le **seul ingrédient fromager** du produit transformé ou composé : aucun ingrédient comparable n'est autorisé ;
2. L'expression à utiliser dans la dénomination commerciale du produit transformé ou composé est "**au Comté**" ;
3. Le **pourcentage** de Comté utilisé comme matière première doit être indiqué juste après la dénomination Comté (ou Comté AOP) ;
4. La **taille** du mot "Comté" doit être inférieure aux 2/3 des caractères les plus grands de l'emballage ;
5. Le nom Comté **ne peut pas être utilisé** dans la désignation commerciale des **additifs alimentaires et des intermédiaires industriels** (ex. poudre, congelé, extrudé, fondu, arôme, etc...). En outre, elle ne peut être utilisée dans la désignation commerciale des plats cuisinés qui incorporent des additifs alimentaires et des intermédiaires industriels ;
6. L'étiquette et l'emballage du produit transformé ou composé contenant du Comté AOP comme ingrédient **ne peuvent reproduire le logo du Comté ni le logo AOP officiel de l'UE**. Néanmoins, ils peuvent inclure une image du Comté (entier ou coupé) avec son étiquette visible contenant le logo de l'AOP ainsi que le logo du Comté (voir l'[exemple présenté à la figure 17](#)). Afin d'éviter tout malentendu, les images en gros plan montrant le logo de l'AOP ainsi que celui du Comté ne sont pas autorisées.

En 2011 et 2013, McDonald a créé un menu spécial appelé "*Grandes Envies de Fromage*" en collaboration avec plusieurs groupements de producteurs d'IG, dont le CIGC. À cette fin, McDonald et le CIGC ont stipulé un accord de partenariat afin de définir clairement la quantité de Comté à utiliser dans le burger, ainsi que des règles d'étiquetage pour mentionner l'AOP sur l'emballage, la présentation et la publicité du produit final.

Le Comté AOP était le seul fromage présent dans le burger et représentait environ 10% du poids total du produit final, avec une tranche de 25 grammes plus 5 grammes de sauce³⁰. Chaque étape, de la communication à l'emballage final, a été définie en stricte collaboration avec le CIGC, afin de respecter toutes ses conditions. Pour le CIGC, il s'agissait d'une stratégie efficace pour attirer les jeunes consommateurs et accéder à un nouveau débouché.

Dans un tout autre registre, en 2013, Pizza Topco (le master franchisé exclusif de Pizza Hut Delivery en France) a produit cinq pizzas différentes appelées "*Sensation Comté*" et contenant un mélange de différents fromages. Parmi les autres, l'AOP Comté représentait un pourcentage variable du poids total des fromages utilisés comme ingrédients, allant de 20,91% à 67,05%. Dans un premier temps, la CIGC a informé Pizza Topco par une communication écrite formelle que pour pouvoir mentionner le Comté sur l'emballage, la présentation et la publicité des pizzas, l'AOP aurait dû être le seul fromage utilisé comme ingrédient.

La société ayant refusé de se conformer à cette règle, le CIGC a saisi le Tribunal de Grande Instance de Paris avec le soutien de l'INAO. Le 28 février 2017, la Cour d'appel de Paris a confirmé le jugement rendu en 2015 par le Tribunal de Grande Instance de Paris. La Cour d'appel a notamment rappelé que l'utilisation du nom d'une AOP sur la publicité

d'un produit composé contenant l'AOP comme ingrédient doit répondre à des règles strictes. A savoir, le **produit transformé ne doit pas contenir d'autre " ingrédient comparable " et l'IG doit être un ingrédient caractérisant du produit final.**

Comme il n'a pas pu être démontré que le Comté attribuait une caractéristique essentielle au produit final et en raison du mélange avec d'autres fromages, la Cour d'appel a jugé que Pizza Topco n'avait pas le droit d'utiliser le nom de l'AOP dans la publicité de ses pizzas. Pizza Topco a commis une faute, en détournant et en affaiblissant la réputation de l'AOP Comté. La société a donc été condamnée à verser 150.000 euros à l'INAO et au CIGC en réparation du préjudice subi.

L'affaire Pizza Topco montre qu'en l'absence de législation européenne et nationale contraignante, les groupements de producteurs d'IG ne disposent pas des outils nécessaires pour contrôler les transformateurs. Ils ne sont pas tenus d'autoriser les transformateurs (le cas de McDonald's est une exception fondée sur la bonne volonté de la multinationale), ils s'en remettent donc à la bonne volonté des entreprises de transformation et aux contrôles ex post, qui sont très coûteux et ne peuvent donc pas être effectués systématiquement, mais seulement par sondage.

Sur la base de ces expériences passées, le CIGC considère fondamental d'augmenter le niveau de protection de l'AOP lorsqu'elle est utilisée comme ingrédient, en codifiant formellement les critères décrits ci-dessus dans le cahier des charges. Ainsi, en 2019, le CIGC a demandé une [révision du cahier des charges de Comté](#)³¹, qui est actuellement en cours d'examen par l'INAO. Si cette modification devait être approuvée, elle aurait un impact considérable, car les transformateurs seront obligés de suivre les règles fixées dans le cahier des charges, et ils seront soumis au système de contrôle du Comté, comme les producteurs. Cette stratégie pourrait décourager les transformateurs désireux d'utiliser l'AOP comme ingrédient, avec une perte d'opportunités pour les producteurs de Comté. Néanmoins, le CIGC a pondéré cette possibilité et a choisi de s'attaquer au risque plus important de mauvaise utilisation et d'évocation.

En outre, en tant que membre du *Conseil national des appellations d'origine laitières* (CNAOL), le CIGC discute avec d'autres membres de la possibilité de mettre en place un système coopératif de surveillance et de contrôle pour vérifier, entre autres, l'utilisation correcte des fromages AOP comme ingrédients. Cela donnerait la possibilité de contrôler plus systématiquement les produits transformés, tout en partageant le coût de l'activité de surveillance.

Ces pratiques visent à renforcer les compétences du CIGC en matière de protection de l'AOP contre toute utilisation abusive ou évocation.



Figure 17 Quenelles réalisées avec le Comté AOP.

Source : <https://catalogue.organic-alliance.com/produit/quenelles-au-comt%C3%A9-x-4> (consulté le 28/04/21)

Enregistrée au niveau européen en 2000, l'IGP « Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) » regroupe une large gamme de produits bruts et transformés, issus de canards, élevés, gavés à la main, découpés, transformés et conditionnés dans le Sud-Ouest de la France, soit la moitié des Régions Nouvelle-Aquitaine et Occitanie.

L'aire d'origine couvre notamment tous les bassins traditionnels d'élevage, d'alimentation manuelle et de transformation du foie gras : Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord et Quercy. Pour pouvoir mentionner sur l'étiquette une de ces aires géographiques spécifiques, les produits doivent provenir de canards, élevés, gavés à la main, découpés, transformés et conditionnés dans l'aire géographique concernée.

L'Association pour la défense et la promotion des produits du foie gras du Sud-Ouest (PALSO) a créé plusieurs marques collectives privées pour identifier précisément la zone d'origine. La présence d'un de ces logos sur un produit garantit qu'il provient d'un canard élevé et transformé dans l'aire géographique indiquée.



Figure 18 Marques collectives privées créées par PALSO pour identifier précisément la zone d'origine.

Source : <http://www.foie-gras-du-sud-ouest.fr/IGP/> (consulté le 28/04/21)

Comme prévu, la particularité de cette IGP est que le cahier des charges couvre deux catégories différentes de produits :

Viande fraîche et abats : canard entier (avec ou sans foie) et carcasse éviscérée, foie gras, magret, cuisse, aiguillette, cœur, manchon, gésier ;

Produits à base de viande : foie gras entier, foie gras, bloc de foie gras (avec ou sans morceaux), magret (séché ou fumé), confit (ailes, cuisses, magrets, manchons, gésiers).

Compte tenu de la réputation bien établie et de la variété des produits couverts par l'IGP, PALSO a défini, en collaboration avec l'INAO et la DGCCRF, des règles et des lignes directrices pour son utilisation en tant qu'ingrédient en dehors du cahier des charges. Sur la base de ces règles, PALSO a enregistré des marques collectives qui ne peuvent être utilisées que par les transformateurs membres de l'association. Les logos utilisés pour les marques collectives sont basés sur le graphisme des logos géographiques (voir figure 19 ci-dessous) avec l'ajout de la mention "A base de" (produit contenant).



Figure 19 Logo "A base de" Canard du Sud-Ouest. Source : PALSO.

Il est à noter qu'aujourd'hui l'IGP « Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) » représente plus de 50% de la production française de foie gras. Pour cette raison, la majorité des entreprises de transformation sont situées dans la zone de production de l'IGP. De plus, beaucoup d'entre elles sont membres de PALSO et produisent à la fois des produits carnés sous certification IGP et des produits transformés utilisant l'IGP comme ingrédient.

C'est pourquoi PALSO a choisi de réserver les marques collectives à ses membres pour leur offrir un instrument supplémentaire de promotion et de valorisation ainsi que pour garder un contrôle strict et un système de traçabilité efficace avec la chaîne d'approvisionnement.

Pour pouvoir utiliser les marques collectives et les logos respectifs, les transformateurs doivent respecter les règles d'étiquetage suivantes :

1) Tout d'abord, la dénomination enregistrée « Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) » doit figurer dans la liste des ingrédients (même police et même taille que les autres ingrédients) ou après la liste des ingrédients, sous la forme d'une référence

1.a en association avec les ingrédients couverts par l'IGP ;

1.b en association avec des ingrédients différents de ceux couverts par l'IGP mais issus à 100% d'un canard bénéficiant de l'IGP.

2) En second lieu, le pourcentage de viande et/ou d'abats et/ou de graisse de canard IGP inclus comme ingrédient doit être indiqué dans la liste des ingrédients.

3) Troisièmement, le terme géographique « *Sud-Ouest* » ne doit pas être utilisé dans le nom légal ou commercial du produit transformé, s'il est comparable à un nom de produit couvert par le cahier des charges de l'IGP. Néanmoins, même dans ce cas, le produit transformé concerné peut utiliser la marque collective.

En revanche, l'utilisation du terme géographique « *Sud-Ouest* » dans la dénomination légale ou commerciale du produit transformé est autorisée, si elle n'est pas comparable à celles couvertes par le cahier des charges de l'IGP, dans les conditions suivantes :

3.1 Il peut être utilisé pour désigner la denrée alimentaire, si 100 % des viandes et/ou des abats de canard utilisés dans la denrée alimentaire bénéficient de l'IGP.

Exemple (voir figure 20 ci-dessous) : Magret de canard du Sud-Ouest farci au foie gras de canard du Sud-Ouest - Ingrédients : magret de canard (préciser %), foie gras de canard du Sud-Ouest* (préciser %), sel, poivre. *Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figure 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard. Source : <https://www.maison-occitane.com/fr/produit/magret-de-canard-du-sud-ouest-fourre-au-foie-gras-de-canard-20.php> (consulté le 28/04/21)

3.2 Il peut être utilisé pour désigner spécifiquement l'un des ingrédients du canard dans un produit transformé, s'il est strictement associé au nom de l'ingrédient bénéficiant de l'IGP.

Exemple : Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest (voir figure 21 ci-dessous). Ingrédients : haricots, confit de manchons de canard du Sud-Ouest* (préciser le %), graisse, sel, poivre. *Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figure 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest. Source : PALS0.

3.3 Il peut être utilisé comme mention « au canard du Sud-Ouest », si le produit final contient des ingrédients provenant d'un canard IGP.

Afin d'éviter de tromper les consommateurs, il est interdit de dissocier les marques collectives des produits fabriqués à partir d'ingrédients bénéficiant de l'IGP.

Enfin, l'utilisation du logo européen dans les produits transformés utilisant l'IGP est interdite. PALS0 s'oppose à cette pratique car elle pourrait créer une confusion chez le consommateur final. Étant donné que l'IGP inclut également les produits transformés, le consommateur ne serait pas en mesure de faire la distinction entre les produits transformés couverts par le cahier des charges et les produits transformés utilisant l'IGP comme ingrédient en dehors du cahier des charges.

Afin d'assurer le respect de ces règles d'étiquetage, les transformateurs doivent soumettre les étiquettes et les emballages à PALS0 afin d'obtenir son approbation et son autorisation.

À cette fin, ils doivent tenir un registre de tous les documents concernant l'IGP utilisée comme ingrédient. En particulier, la tenue d'une comptabilité matière est fondamentale lorsque le contrôle est effectué afin de vérifier la correspondance entre la quantité d'IGP utilisée comme ingrédient et la quantité du produit final.

Grâce à ce système de suivi et de contrôle, PALS0 a mis en place une forte traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

D'autre part, les transformateurs externes peuvent utiliser l'IGP comme ingrédient dans un produit transformé. À cette fin, ils doivent suivre les mêmes règles d'étiquetage. Néanmoins, comme il serait impossible de les soumettre aux mêmes contrôles, ils ne peuvent pas utiliser les marques collectives.

En fait, les transformateurs externes ne sont soumis à des contrôles anti-fraude que si un produit non conforme aux directives définies par PALS0 a été signalé. Comme le coût d'un système de contrôle structuré permettant d'identifier ces abus par les transformateurs externes serait trop élevé, des contrôles ponctuels sont effectués dans les magasins physiques avec l'aide des membres de PALS0. En ce qui concerne le commerce électronique ou les restaurants, les contrôles et la surveillance de l'utilisation correcte de l'IG en tant qu'ingrédient sont encore plus difficiles à réaliser, étant donné le nombre de produits en circulation.

À la question de savoir si le groupement de producteurs IG a adopté un système de contrôle spécifique pour vérifier que les transformateurs respectent les règles, 33 répondants sur 100 ont répondu positivement. En outre, un groupe de producteurs a répondu que la mise en place d'un système de contrôle est en cours.

La majorité (20 sur 33 réponses positives) sont des consortiums italiens. En effet, en raison de leur droit et de leur devoir d'autoriser les opérateurs à utiliser leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédient, les consortiums italiens ont intégré les contrôles sur les produits transformés dans leurs plans de contrôle définis avec l'Inspection centrale pour la prévention des fraudes du Mipaaf (ICQRF). Ainsi, les activités de suivi et de contrôle des produits transformés sont menées par les agents des consortiums chargés des activités de vigilance, principalement sur les entreprises ayant reçu l'autorisation et sur les points de production et de vente associés. Comme prévu dans l'analyse des lignes directrices des consortiums, il s'agit surtout de contrôles documentaires effectués sur les documents d'achat et sur le registre que chaque opérateur autorisé doit constituer afin de démontrer, à la demande du Consortium, que la quantité d'IG contenue dans le produit final correspond à la quantité du produit IG acheté. L'agent de contrôle du consortium vérifie également la mention correcte de l'IG une fois les produits commercialisés. En outre, certains consortiums mettent en place des contrôles en ligne ainsi que des plateformes numériques pour permettre des contrôles à distance.

Parmi les 13 réponses positives restantes, 5 sont des groupes de producteurs d'IG français, 4 espagnols, 1 grec et 3 allemands. Le fait que dans ces pays, les groupements de producteurs d'IG n'ont pas l'obligation formelle d'autoriser les opérateurs se traduit par l'absence ou la faiblesse des systèmes de surveillance et la difficulté à mettre en œuvre un système de contrôle. Cela se traduit également par le fait que parmi les groupements de producteurs qui ne disposent pas d'une procédure d'autorisation spécifique, une grande majorité n'a pas une idée claire du nombre et du type d'entreprises de transformation qui utilisent leur IG comme ingrédient.

D'ailleurs, un problème partagé par tous les groupes de producteurs, y compris les consortiums italiens, est l'impossibilité de couvrir toutes les infractions potentielles. Comme l'a précisé la majorité des répondants, les plans de contrôle couvrent surtout les opérateurs autorisés, alors qu'il est plus difficile, voire impossible, de surveiller et de contrôler l'utilisation non autorisée d'une IG dans les produits transformés. Ces cas sont généralement découverts lors de contrôles aléatoires et ponctuels dans les supermarchés.

PRINCIPAUX PROBLEMES CONCERNANT L'UTILISATION ILLICITE D'IG COMME INGREDIENTS

Parmi les 100 répondants, 47 groupes de producteurs d'IG ont affirmé n'avoir rencontré aucun problème, tandis que 22 seulement ont déclaré avoir été victimes d'une utilisation illicite de leur IG comme ingrédient. Néanmoins, 5 répondants ont répondu qu'ils n'étaient pas au courant de l'utilisation illicite de leur IG en tant qu'ingrédient, tandis que 26 n'ont pas répondu. Sur cette base, on peut supposer que les problèmes sont plus répandus que ce que l'enquête a pu recueillir et décrire.

Plusieurs groupements de producteurs ont connu des problèmes d'**utilisation non autorisée de leurs IG**. En raison de la spécificité de la législation italienne, ces cas sont principalement, mais pas exclusivement, concentrés parmi les consortiums italiens. En effet, ils soulignent que de nombreux transformateurs et

transformatrices ne connaissent pas la législation italienne en la matière et utilisent l'IG comme ingrédient, sans demander l'autorisation au consortium.

En particulier, certains consortiums italiens ont déclaré qu'ils avaient des problèmes d'utilisation non autorisée principalement en dehors du marché national, dans d'autres pays de l'UE et dans des pays tiers, où l'obligation italienne de demander l'autorisation du consortium ne s'applique pas.

Comme nous l'avons déjà décrit, la procédure d'autorisation facilite le contrôle *a priori* des entreprises disposées à respecter les termes des accords de consortiums. C'est pourquoi, en général, il n'y a pas de problèmes avec les produits régulièrement autorisés.

En analysant l'ensemble des réponses dans les différents pays, les principaux problèmes concernant l'utilisation illicite d'IG comme ingrédients peuvent être résumés comme suit :

- L'utilisation et la mention incorrectes du nom de l'IG dans l'étiquetage du produit transformé ;
- L'évocation du nom de l'IG par les transformateurs ;
- La quantité d'IG utilisée comme ingrédient ne respecte pas l'exigence minimale fixée par les groupements de producteurs pour être considérée comme un ingrédient caractérisant ;
- L'utilisation d'autres produits comparables en plus de l'ingrédient IG ;
- Les produits comparables, produits semi-finis et produits non certifiés utilisés comme ingrédients à la place de l'IG certifiée ;
- L'exploitation indue de la réputation de l'IG ;
- Exploitation indue de l'identité visuelle de l'IG (par exemple, des images de paysages faisant référence à la zone géographique d'origine du produit) sur l'étiquette d'un produit transformé qui ne contient pas l'IG comme ingrédient.

IMPACTS POSITIFS ET NEGATIFS / AVANTAGES ET INCONVENIENTS

Afin d'analyser l'impact potentiel et réel de l'utilisation des IG comme ingrédients dans les aliments transformés, l'enquête a également porté sur **les avantages et les inconvénients**.

Dans l'ensemble, 69 groupes de producteurs d'IG ont confirmé que l'utilisation des IG comme ingrédients dans les produits transformés présente un certain **avantage**, tandis que 28 répondants n'ont pas exprimé d'opinion. Seuls 3 répondants ont déclaré clairement que l'utilisation des IG en tant qu'ingrédients n'avait aucun avantage ni impact positif.

L'analyse tient compte des spécificités de certaines **catégories de produits** (par exemple, la viande fraîche et les fruits et légumes). La nationalité ne semble pas avoir d'impact en termes de différences pertinentes entre les répondants.

Pour faciliter la lecture des résultats, les réponses seront analysées à travers **trois macro-catégories d'avantages** identifiés dans les réponses. Les catégories sont énumérées de la plus à la moins commune :

1. Valorisation et promotion des IG (47 réponses) ;

2. Diversification des débouchés et de la demande des consommateurs (19 réponses) ;
3. Valorisation et diversification des produits transformés, en augmentant leur qualité et leur traçabilité (12 réponses).

Comme on pouvait s'y attendre, l'avantage le plus reconnu et cité par les répondants (47 réponses), toutes catégories de produits confondues, est la **valorisation et la promotion des IG**.

En effet, lorsqu'elle est utilisée comme ingrédient et correctement mentionnée sur l'étiquette du produit transformé, une IG peut accéder à une forme alternative et supplémentaire de valorisation et de promotion, en augmentant sa propre notoriété et visibilité, grâce à la promotion et à la publicité du produit transformé.

En particulier pour les productions IG moins connues et plus petites, la combinaison avec des marques célèbres et populaires représente une force motrice significative pour accroître la connaissance et la réputation de l'IG. Le produit peut bénéficier d'une publicité et d'une promotion gratuites sur différentes plateformes (ex. médias sociaux et médias de masse), touchant un public plus large et une variété de consommateurs. Ces cibles hétérogènes seraient difficiles à atteindre autrement, en particulier par les petits groupes de producteurs d'IG ayant moins de capital à investir dans la promotion.

En outre, lorsqu'elle est utilisée comme ingrédient dans un produit transformé, une IG montre sa polyvalence et la possibilité d'être utilisée sous une forme innovante, autre que brute. Cela représente une excellente occasion d'accroître la réputation de l'IG.

Enfin, la valorisation des produits IG comme ingrédients pourrait encourager et promouvoir l'utilisation gastronomique correcte des IG dans les produits transformés et composés, en créant un réseau d'entreprises qui produisent selon un processus similaire.

La deuxième réponse la plus fréquente (19 réponses) concerne les opportunités générées en termes de **diversification des débouchés et de la demande des consommateurs**.

La diversification de l'utilisation du produit renforce la polyvalence des IG. Cela est particulièrement vrai pour les produits bruts tels que la viande fraîche, les fruits et les légumes, qui présentent des caractéristiques spécifiques en termes de conservation et de saisonnalité, ce qui entraîne des limites et des difficultés dans les stratégies de commercialisation.

À cet égard, plusieurs groupes de producteurs d'IG appartenant à la catégorie des fruits et légumes affirment que pour les produits saisonniers, il est essentiel de collaborer avec l'industrie de transformation afin de rendre le produit disponible sur le marché sous différents formats tout au long de l'année. Ainsi, le traitement et la transformation des fruits et légumes sont fondamentaux pour maintenir une production stable de l'IG.

De même, il est important pour les IG appartenant à la catégorie des viandes fraîches d'entrer sur le marché des produits transformés, car le traitement et la transformation permettent d'obtenir des produits ayant une durée de conservation plus longue que la viande brute. En outre, la demande de ces produits étant en augmentation, cela peut aider l'IG à atteindre la durabilité économique et à maintenir la production en vie.

A la lumière de ces considérations, on peut dire que cette pratique permet de dépasser les limites de la commercialisation des produits bruts, d'atteindre de nouveaux consommateurs et d'ouvrir de nouveaux débouchés aux productions IG.

Plus généralement, cela est vrai pour toutes les IG : la diversification des débouchés commerciaux a un impact positif en termes d'utilisation de plus grandes quantités de produits IG. Cela permet de maintenir, voire dans certains cas d'augmenter, les volumes de production.

Les aliments transformés et préparés sont plus proches de la consommation. Étant donné que la demande d'aliments transformés ne cesse de croître, plusieurs personnes interrogées s'accordent à dire que le fait de placer des IG comme ingrédients dans ces produits pourrait contribuer à diversifier la demande des consommateurs de produits IG, voire à attirer de nouveaux consommateurs.

Néanmoins, la valeur ajoutée générée par l'utilisation d'une IG comme ingrédient ne se limite pas à l'IG elle-même. Au contraire, elle a un impact positif sur le produit transformé contenant l'IG comme ingrédient. En effet, plusieurs répondants reconnaissent que cette pratique contribue à la **diversification de l'offre de produits transformés ainsi qu'à leur valorisation, en assurant une meilleure qualité et traçabilité** (12 réponses).

Les groupes de producteurs d'IG s'accordent à dire que l'utilisation des IG comme ingrédients dans les aliments transformés augmente les garanties pour les consommateurs, en termes d'information sur le produit et de traçabilité.

En outre, certains répondants affirment que cette pratique peut contribuer à diversifier le produit final et à en accroître la qualité. En effet, lorsqu'il est utilisé correctement comme ingrédient caractérisant, un produit IG devrait transférer sa caractéristique unique au produit final, augmentant ainsi sa qualité globale et le différenciant de produits similaires ne contenant pas d'IG. Cela répond également à la demande des consommateurs pour des produits de meilleure qualité.

En conclusion, cette pratique ajoute de la valeur au produit transformé, générant un avantage pour toutes les entreprises impliquées, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du système de qualité. Cela contribue à son tour à créer un secteur vertueux, avec des garanties pour toute la chaîne d'approvisionnement et des avantages pour tous les acteurs économiques impliqués.

En ce qui concerne les **risques liés** à l'utilisation d'IG comme ingrédients, 14 répondants ont déclaré que cette pratique n'avait aucun inconvénient ni impact négatif, tandis que 24 répondants n'ont pas exprimé d'opinion. Les 62 autres groupes de producteurs d'IG ont confirmé qu'il y avait un certain type de désavantage ou d'impact négatif à prendre en compte.

Pour faciliter la lecture des résultats, les réponses seront analysées à travers **trois macro-catégories de désavantages** identifiés dans les réponses. Les catégories sont énumérées de la plus à la moins commune :

1. Dommages à la réputation si le produit final n'est pas de haute qualité (21 réponses) ;
2. Difficulté de mettre en place un système de contrôle et de surveillance efficace (coûts et manque d'informations) (9 réponses) ;
3. Risque de confusion entre le produit transformé et l'IG protégée utilisée comme ingrédient (5 réponses).

La majorité des groupes de producteurs d'IG s'inquiète du **préjudice** potentiel en **termes de réputation causé par un produit final dont la qualité est inférieure à celle de l'IG utilisée comme ingrédient** (21 réponses). Cela peut être le cas si :

- Le transformateur a fait un usage illicite de l'IG, par exemple en ne respectant pas la règle de l'ingrédient caractérisant et la quantité minimale fixée par le groupement de producteurs de l'IG (voir autre usage illicite au [paragraphe précédent](#)) ;
- Les produits transformés n'ont pas le même positionnement de valeur que l'IG : le produit IG pourrait perdre de la valeur pour les consommateurs, si l'attente de la qualité de l'IG est plus élevée que la qualité du produit transformé final ;
- Le groupement de producteurs d'IG n'établit pas de critères de qualité cohérents pour l'IG utilisée comme ingrédient et donne l'autorisation à tous les transformateurs, quels que soient le type et la qualité du produit final. L'utilisation excessive de l'IG en tant qu'ingrédient pourrait semer la confusion chez les consommateurs quant au positionnement et à la qualité du produit IG.

Le sujet suivant concerne le **système de contrôle** (9 réponses). Les groupements de producteurs d'IG s'accordent sur l'importance de mettre en place un système de suivi et de contrôle efficace afin de prévenir l'utilisation illicite des IG comme ingrédients. Cette pratique nécessite de nombreux contrôles sur les quantités d'IG utilisées pour le produit final, ainsi que sur les quantités de produit final produites et vendues. Néanmoins, les groupes de producteurs d'IG soulignent également que cela représente pour eux une responsabilité supplémentaire et lourde.

Il est compliqué d'établir un système de contrôle et de surveillance pour accompagner la production de produits composés à travers toutes les phases de production et le cycle commercial. Un aspect critique de cette activité de contrôle et de surveillance est le coût supplémentaire pour les groupes de producteurs d'IG. En effet, même si l'utilisation d'une IG comme ingrédient peut être positive tant pour l'IG que pour le produit transformé qui la contient, le coût des contrôles supplémentaires incombe exclusivement au groupe de producteurs d'IG. C'est pourquoi certains groupements, notamment en Italie, ont décidé de demander une contribution financière ou un remboursement au transformateur pour faire face à l'augmentation des coûts de fonctionnement et de gestion de leurs activités ordinaires ([voir le paragraphe sur les directives internes et la procédure d'autorisation](#)).

En outre, les groupes de producteurs IG soulignent la difficulté de trouver les informations nécessaires concernant l'ensemble du cycle de vie d'un produit. Toutes ces responsabilités supplémentaires sont particulièrement exigeantes pour les petits groupes de producteurs d'IG.

Les groupes de producteurs d'IG de différents pays soulignent différents aspects de ce problème. Il convient de noter que pour les groupements de producteurs italiens, la principale difficulté à créer un système de contrôle efficace des IG utilisées comme ingrédient tient aux coûts et au manque d'informations. Néanmoins, la législation nationale stipule clairement que les consortiums italiens ont le droit et le devoir d'autoriser l'utilisation des IG comme ingrédients, et donc de contrôler que les transformateurs respectent les règles.

D'autre part, les groupements de producteurs français et espagnols soulignent que le principal problème est le manque de réglementation, qui entraîne une gestion inefficace et l'impossibilité de mettre en place un système de contrôle efficace. Le manque de cadre juridique et l'absence d'obligation envers le

groupement de producteurs IG ouvrent la porte à de nombreux abus sur lesquels le groupement a peu de moyens d'action.

Le dernier aspect négatif concerne le **risque de tromper les consommateurs et de créer une confusion entre l'IG protégée et le produit transformé qui la contient comme ingrédient** (5 réponses). Ce problème est généralement lié à une référence incorrecte au nom de l'IG ainsi qu'à l'utilisation abusive de logos de l'UE ou de logos spécifiques aux IG sur l'étiquetage du produit transformé.

NOTES DE BAS DE PAGE PARTIE 2

²² Piadina Romagnola IGP, Pere dell'Emilia Romagna IGP, Pesca e nettarina di Romagna IGP, Asparago verde di Altedo IGP, Olio Toscano IGP.

²³ Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio-Emilia AOP.

²⁴ Parmigiano Reggiano AOP et Provolone Valpadana AOP.

²⁵ Aceto balsamico Tradizionale di Reggio Emilia AOP.

²⁶ Formaggio Asiago AOP et Formaggio Piave AOP.

²⁷ AOP Grana Padano : Contribution financière pour la reproduction du logo et/ou de la dénomination Grana Padano établie au cas par cas.

²⁸ Lait de foin association site web <https://www.laitdefoin.fr/lait-de-foin/presentation/>

²⁹ Lait de foin association site web <https://www.laitdefoin.fr/les-producteurs/le-collectif/>

³⁰ [Du Comté dans un hamburger "McDonald's" : il ne faut pas en faire tout un fromage !, Macommune 25/01/2013](#)

³¹ Processus de révision du cahier des charges de l'AOP Comté :

http://www.comte.com/fileadmin/upload/mediatheque/documents_pdf/revision_du_cahier_des_charges_du_comte_juin_2019-.pdf

TROISIEME PARTIE : RECOMMANDATIONS

3. RECOMMANDATIONS

Le dernier chapitre du rapport vise à élaborer des recommandations politiques basées sur les principaux résultats de l'enquête, afin de contribuer au processus actuel de [révision de la politique de qualité de l'UE](#) et d'améliorer la législation européenne concernant l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des IG comme ingrédients.

Comme décrit dans le paragraphe précédent, l'utilisation d'une IG comme ingrédient dans des produits transformés apporte clairement plusieurs avantages et impacts positifs, tant pour l'IG elle-même que pour le produit transformé qui la contient. Cependant, l'analyse des risques a montré que les impacts positifs ne peuvent être considérés comme acquis. En fait, les groupes de producteurs d'IG soulignent que les avantages ne peuvent être obtenus que si des **conditions** spécifiques **concernant la qualité et les contrôles du produit final** sont remplies.

Tout d'abord, la qualité du produit final doit être élevée afin d'éviter de nuire à la réputation de l'IG utilisée comme ingrédient. Pour ce faire, les produits finaux doivent respecter les critères qualitatifs (c'est-à-dire la quantité minimale et la règle de l'ingrédient caractérisant) établis par les groupes de producteurs d'IG.

Deuxièmement, il est important de mettre en place un système de surveillance et de contrôle pour effectuer des contrôles sur les entreprises de transformation et les points de vente, afin d'éviter l'exploitation de la réputation des IG et de garantir une concurrence loyale sur le marché.

Afin de satisfaire à ces conditions de base, il est nécessaire de renforcer la cohérence et la clarté des procédures au niveau de l'UE. L'augmentation récente de l'utilisation des IG comme ingrédients dans les produits transformés soulève un certain nombre de risques et de dangers en raison du manque d'harmonisation au niveau de l'UE et de la présence de différentes stratégies au niveau national.

À l'heure actuelle, les lignes directrices de l'UE donnent quelques instructions de base non contraignantes, tandis que différentes approches (ou l'absence d'approche formelle) existent au niveau national. Le fait que l'Italie, l'un des principaux producteurs d'IG, ait jugé nécessaire d'élaborer une législation nationale démontre qu'il existe un vide juridique au niveau de l'UE. L'Italie a préféré clarifier avec la législation nationale quand l'utilisation d'un nom d'AOP/IGP est légale, plutôt que de laisser cette question être résolue par les tribunaux.

En l'absence de réglementation européenne et nationale contraignante, les groupements de producteurs d'IG se retrouvent sans moyen d'action efficace pour éviter les abus ou l'utilisation abusive de leur IG. D'un autre côté, le cas italien montre les avantages d'un cadre législatif clair.

Les conclusions de l'étude AREPO sont en ligne avec celles de l'étude "[Evaluation support study on Geographical Indications and Traditional Specialties Guaranteed protected in the EU](#)" (ADN International et al., 2021). Parmi les objectifs de l'étude, les auteurs devaient analyser l'utilisation de l'AOP/IGP dans le nom de vente des produits finis contenant, parmi leurs ingrédients, un produit dont le nom est protégé en tant qu'AOP/IGP. En conséquence, les auteurs recommandent "*d'examiner la nécessité d'une évolution de la législation européenne afin d'intégrer la possibilité de résoudre la question de l'utilisation des IG dans la dénomination de vente des produits finis, lorsque l'IG a été utilisée comme ingrédient, par le biais de contrats entre les opérateurs économiques concernés*" (Ibidem, 2021, p.23).

L'évaluation recommande notamment d'étudier plus en détail l'expérience italienne. En effet, le rapport souligne comment le cas italien "*semble contribuer à renforcer le rôle des groupements de producteurs et à faciliter la reconnaissance économique de l'effort supplémentaire qu'implique la production de produits IG par rapport aux produits alimentaires conventionnels, ce qui est conforme aux objectifs des systèmes de*

qualité. En outre, la solution élaborée par le gouvernement italien semble mettre les titulaires d'AOP/IGP sur un pied d'égalité avec les titulaires de marques en leur permettant de conclure des accords juridiques avec les représentants de l'industrie en ce qui concerne l'utilisation de leur nom dans le nom de vente des produits finis" (Ibidem, p. 281).

Dans ce contexte, l'AREPO est convaincue que la Commission européenne devrait officiellement habiliter les groupements de producteurs à autoriser et à réglementer les conditions dans lesquelles une IG utilisée comme ingrédient peut être citée dans l'étiquetage frontal d'un produit transformé.

A cet égard, l'AREPO recommande à la Commission européenne d'introduire une législation contraignante au niveau européen en partant des principes de base contenus dans les lignes directrices de la CE. En particulier, il devrait être clair que :

- Le nom d'une IG enregistrée peut légitimement être mentionné dans la liste des ingrédients d'un produit alimentaire.
- En revanche, lorsque le nom d'une IG enregistrée est mentionné à proximité du nom commercial, ou dans l'étiquetage, la présentation, la publicité d'une denrée alimentaire l'utilisant comme ingrédient, cela ne doit pas être fait d'une manière qui exploite indûment la réputation de l'IG. Pour éviter cela :
 - le produit transformé ne doit contenir aucun autre "ingrédient comparable" ;
 - et l'IG doit être un "ingrédient caractéristique" du produit transformé.

S'il est fondamental d'avoir des principes généraux communs clairs, pour créer un système efficace, il est essentiel de donner aux groupes de producteurs le pouvoir d'autoriser et de réglementer les conditions dans lesquelles une IG utilisée comme ingrédient peut être mentionnée dans l'étiquetage frontal d'un produit transformé.

En fait, les groupes de producteurs d'IG sont les mieux placés pour évaluer les demandes des transformateurs d'utiliser leur IG. Cela est d'autant plus vrai qu'il est difficile d'établir des règles générales valables pour toutes les catégories de produits, étant donné l'extrême variabilité et diversité des IG quant à leurs caractéristiques intrinsèques. En effet, il existe des différences objectives et très significatives en termes de réputation, de diffusion et de pénétration du marché des IG. Par conséquent, la relation de force entre l'IG et la marque du produit qui la contient comme ingrédient varie énormément d'une IG à l'autre et d'un produit à l'autre.

En raison de la diversité de la notoriété et de la pénétration du marché, les **groupes de producteurs d'IG ont des positions et des besoins différents qui sont légitimes et doivent être respectés**. Dans la pratique, cela signifie que les IG les plus populaires peuvent avoir besoin d'adopter des règles plus strictes pour éviter les abus ou l'utilisation abusive de leur réputation, tandis que les plus petites et les moins connues peuvent avoir besoin de critères plus souples afin d'attirer les transformateurs et d'accéder à de nouveaux débouchés.

Des **différences significatives dans les besoins sont également identifiées pour les IG appartenant à différentes catégories de produits**. Par exemple, les fruits et légumes ont des besoins spécifiques concernant la transformation du produit, afin d'avoir un marché toute l'année. Par conséquent, certains groupements de producteurs peuvent vouloir interdire aux transformateurs de congeler leur IG avant de l'incorporer comme ingrédient dans un produit transformé ([voir ENCADRE 3 sur l'AOP Cinta Senese](#)). Au contraire, pour certaines IG de fruits et légumes, ce processus peut être fondamental pour s'adapter aux demandes et aux besoins des transformateurs, pour autant qu'il n'altère pas les qualités du produit. Définir *a priori* quel type de traitement et de transformation les IG ne peuvent pas subir (ex. congélation) risquerait

de détourner les transformateurs intéressés et serait extrêmement préjudiciable à la durabilité économique des IG.

Afin de répondre à ces différents besoins, il convient de laisser aux groupements de producteurs d'IG la possibilité de définir les termes selon lesquels une IG utilisée comme ingrédient peut être nommée dans l'étiquetage sur la face avant de l'emballage d'un produit transformé. Étant donné qu'à l'heure actuelle, de nombreux groupements de producteurs tentent de réglementer cette question dans le cadre des cahiers des charges des produits, cette approche pourrait apporter une simplification administrative significative, évitant ainsi une augmentation considérable des demandes de modification.

En outre, cette approche garantirait une flexibilité adéquate puisque les groupements de producteurs d'IG seraient en mesure d'adopter des critères équilibrés afin d'assurer la protection de l'IG, tout en maintenant les contraintes pour les transformateurs à un niveau raisonnable.

En conséquence, l'AREPO recommande à la Commission européenne de :

- Établir que les **groupes de producteurs d'IG ont le droit d'autoriser les opérateurs à utiliser leur nom d'IG dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédient**, ce qui signifie que les groupes de producteurs d'IG seraient en mesure d'exercer leurs activités de contrôle et de supervision dans l'ensemble du marché intérieur de l'UE ;
- Établir que les groupements de producteurs d'IG **peuvent adopter et publier des directives transparentes régissant les conditions et les critères selon lesquels il serait possible d'accorder ou de refuser l'autorisation**. Ces lignes directrices peuvent contenir :
 - Critères concernant la qualité du produit final ;
 - Des critères graphiques qui précisent comment le nom de l'IG doit être utilisé dans l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires contenant ce nom comme ingrédient ;
 - Critères administratifs pour demander l'autorisation.
- Préciser qu'une indication géographique est un concept qui se manifeste à la fois par le nom du produit et par le logo de la marque enregistrée dans le cahier des charges, s'il existe. En conséquence, les groupements de producteurs d'IG ont le droit d'**autoriser les opérateurs à utiliser non seulement le nom de l'IG, mais aussi le logo de la marque IG (enregistré dans le cahier des charges)** dans l'étiquetage, la présentation et la publicité du produit final. L'utilisation du logo spécifique de l'IG doit être réglementée dans les critères graphiques ;
- **Établir que les groupements de producteurs d'IG peuvent décider de demander une contribution financière ou un remboursement au transformateur utilisant leur IG comme ingrédient**, afin de faire face à l'augmentation des coûts de fonctionnement et de gestion de leurs activités ordinaires. Toutes les informations concernant la contribution financière doivent être clairement décrites dans les critères administratifs de demande d'autorisation ;
- **Établir l'obligation pour les opérateurs utilisant une IG comme ingrédient de se soumettre à tous les contrôles nécessaires pour mener à bien les activités de supervision** (par exemple, la possibilité d'accéder aux documents commerciaux afin d'effectuer le contrôle des bilans de masse). Les contrôles pourraient être effectués par le groupement de producteurs et/ou par les autorités nationales, en fonction du système national en place.
- **Clarifier les règles d'étiquetage concernant l'utilisation des logos de l'UE sur un produit transformé** contenant une IG comme ingrédient.

BIBLIOGRAPHIE

- AND International (2021), *Evaluation support study on Geographical Indications and Traditional Specialties Guaranteed protected in the EU*. Final report <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c1d86ba1-7b09-11eb-9ac9-01aa75ed71a1/language-en>
- AND-International (2019), *Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs)*, Final report.
- Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne v Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>
- Council Regulation (EC) No 1234/2007 of 22 October 2007 establishing a common organisation of agricultural markets and on specific provisions for certain agricultural products (Single CMO Regulation), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32007R1234>
- Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3&oldAction=rechJuriJudi>
- Decreto Legislativo 19 novembre 2004, n. 297 - Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari, <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>
- EUIPO (2021), *Guidelines for examination* European Union Intellectual Property Office (Euiipo) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>
- European Commission (2009), *Commission staff working document accompanying the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on agricultural product quality policy* https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf
- European Commission (2009), *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on agricultural product quality policy*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0234#document1>
- European Commission (2010), *Commission Communication — Guidelines on the labelling of foodstuffs using protected designations of origin (PDOs) or protected geographical indications (PGIs) as ingredients*, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))
- European Commission, (2008), *Green Paper on agricultural product quality: product standards, farming requirements and quality schemes*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>
- Hartmann (2006), *Reference to a protected geographical indication on a composite food product, 'With Spreewa'lder Gherkins' ('mit Spreewa'lder Gurken')*, District Court Berlin, 23 August 2005, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2006, Vol. 1, No 5.

<http://qualite.groupe-cerclvert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

Legge 12 dicembre 2016, n. 238, Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

London Economics & ADAS and Ecologic (2008), *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>

Mahy A., d'Ath F. (2017). The Case of the "Champagner Sorbet" – Unlawful Exploitation or Legitimate Use of the Protected Name "Champagne". *European Food and Feed Law Review*. Vol. 12, No. 1 (2017), pp. 43-48.

Mancini, M.C., Consiglieri, C. (2016). Innovation and marketing strategies for PDO products: The case of 'Parmigiano Reggiano' as an ingredient. *Bio-based and Applied Economics* 5(2): 153-174.

Minelli M. (2014), L'uso di prodotti DOP e IGP come componenti. *Rivista di diritto alimentare*, anno VIII, n.1, <http://www.rivistadirittoalimentare.it/rivista/2014-01/MINELLI.pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on the provision of food information to consumers, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L .2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL>

Ribeiro de Almeida A. (2015), *PDO and PGI as ingredients of other products*, *BIO Web of Conferences*, Vol 5, 2015, 38th World Congress of Vine and Wine (Part 1), https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/abs/2015/02/bioconf_oiv2015_03014/bioconf_oiv2015_03014.html

Salzano L. (2018), *Aspetti controversi legati all'utilizzo di alimenti a DOP e IGP come componenti di altri alimenti*, Rivista di Diritto Agrario, fascicolo 3/2018 <https://www.studiolegalesalzano.it/articolo-pubblicato-al-fascicolo-3-2018-della-rivista-di-diritto-agrario-editoriale-scientifica/>