

CONTRIBUTION DE L'AREPO A LA REVISION DE LA POLITIQUE DE PROMOTION AGRICOLE DE L'UE

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 Indications Géographiques (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.

L'AREPO se félicite du lancement du processus de révision de la politique de promotion de l'agriculture de l'UE, qui vise à renforcer sa contribution à la production et à la consommation durables.

L'AREPO reconnaît l'**engagement de la Commission européenne (CE) envers la promotion des systèmes de qualité de l'UE**, comme en témoignent les lignes budgétaires consacrées à ce jour à ces sujets, tant sur le marché intérieur que dans les pays tiers. En conséquence, les programmes de promotion de l'UE, qu'ils soient simples ou multiples, ont contribué à la sensibilisation aux systèmes de qualité de l'UE et ont servi pour soutenir les producteurs d'IG de l'UE dans leurs efforts de conquête de nouveaux marchés et d'augmentation des exportations¹. Toutefois, il reste encore beaucoup à faire en matière d'information et de sensibilisation des consommateurs à ces systèmes², notamment à la lumière des objectifs à la base de la révision actuelle de la politique, qui vise une plus grande cohérence avec la stratégie "de la ferme à la table".

L'AREPO souhaite rappeler à la Commission européenne que les systèmes de qualité de l'UE, en plus d'être l'expression de la culture et de l'identité de l'UE et de représenter 15,5 % du total des exportations agroalimentaires de l'UE³, représentent un outil de durabilité et contribuent aux systèmes alimentaires durables. Par conséquent, les systèmes de qualité de l'UE, ainsi que les systèmes de qualité nationaux, **pourraient considérablement contribuer à atteindre les objectifs fixés par la stratégie "de la ferme à la table"** et ils **devraient rester un sujet prioritaire dans la future politique de promotion.**

D'autre part, le secteur a été confronté aux conséquences de la **pandémie de COVID-19**, en particulier la perte d'opportunités d'exportation, la baisse de la consommation et un changement de la demande alimentaire. Les exportations ont également été affectées par les incertitudes du commerce international, principalement en raison des **tarifs de rétorsion américains**, même s'ils ont été temporairement suspendus, et de la **conclusion de l'accord de commerce et de coopération entre l'UE et le Royaume-Uni.**

Par conséquent, nous apprécions que la CE consulte les parties prenantes afin de recueillir leurs points de vue sur la question, en saisissant cette occasion pour rappeler le tout premier engagement pris par la CE dans le cadre de cette révision et en encourageant la Commission à le respecter : la **recherche d'un équilibre entre la cohérence avec les objectifs de la stratégie "de la ferme à la**

¹ Document de travail des services de la Commission, [Évaluation de l'impact de la politique de promotion agricole de l'UE sur les marchés intérieurs et des pays tiers](#)

² [Sondage Eurobaromètre spécial 2020 504 - Les Européens, l'agriculture et la PAC Rapport](#), pp. 171 à 178

³ Étude sur la valeur économique des régimes de qualité, des indications géographiques (IG) et des spécialités traditionnelles garanties (STG) de l'UE, 2020. AND-International, Direction générale de l'agriculture et du développement rural (Commission européenne), ECORYS

table" et la nécessité de maintenir, voire d'accroître, l'efficacité de la politique pour soutenir la compétitivité du secteur agroalimentaire.⁴

1. COHERENCE AVEC LA STRATEGIE DE LA FERME A LA TABLE

L'un des principaux objectifs que la Commission européenne souhaite atteindre par la révision de la politique de promotion de l'UE est de mieux l'aligner sur les priorités de la stratégie "de la ferme à la table".

À cet égard, l'AREPO souhaite souligner que les **systèmes de qualité de l'UE représentent un outil de durabilité et contribuent aux systèmes alimentaires durables⁵, compte tenu de leur potentiel à générer des biens publics** en termes de développement rural durable, de croissance et d'emploi, de diversification de l'économie rurale, de protection des ressources naturelles et des paysages, de bien-être des animaux d'élevage, de diversité bioculturelle, de sécurité alimentaire, de sûreté alimentaire et de traçabilité.⁶ En fait, les IG de l'UE satisfont déjà plusieurs objectifs de la stratégie "de la ferme à la table", en répondant à la demande des citoyens pour des produits traditionnels respectant les normes les plus élevées possibles en matière de sécurité et de qualité alimentaires ; en garantissant la diversité culinaire au cœur d'habitudes alimentaires saines et équilibrées ; en assurant la durabilité économique grâce à des conditions de concurrence loyale et à des revenus plus élevés pour les producteurs ; en assurant une production alimentaire durable par la protection du paysage rural et la gestion et la reproduction durables des ressources naturelles. De plus, dans le contexte actuel où la consommation de produits locaux fait l'objet d'une attention croissante, il convient de noter que les IG sont les seuls produits disposant d'une certification officielle garantissant leur origine et leurs caractéristiques différentielles.

Pour ces raisons, les **IG de l'UE pourraient contribuer considérablement à la mise en œuvre de cette stratégie européenne et elles devraient rester un sujet prioritaire à l'avenir, en rétablissant un budget important consacré à leur promotion.**

En outre, l'AREPO invite la Commission européenne à adopter une approche holistique en ce qui concerne la durabilité. À cet égard, rappelant que le plan d'action "de la ferme à la table", vis-à-vis de la viande, a suggéré d'axer la révision de la politique de promotion sur la manière dont l'UE peut utiliser ses programmes de promotion pour soutenir les méthodes de production animale les plus durables et les plus efficaces en termes d'émissions de carbone, l'AREPO souhaite insister sur le fait que, lorsqu'il s'agit d'IG, la durabilité ne peut être réduite à la seule efficacité en termes d'émissions de carbone, mais que toutes les dimensions de la durabilité doivent être prises en compte.

Dans ce contexte, et afin d'assurer la cohérence de la politique de promotion avec le Farm to Fork, l'AREPO suggère à la Commission européenne de "s'appuyer sur le succès actuel", comme le propose l'option politique 1 de l'étude d'impact initiale. En fait, il serait préférable d'adopter une approche non contraignante, composée de conseils techniques dynamiques aux demandeurs et aux évaluateurs et de critères de sélection et d'évaluation améliorés (réévalués chaque année) pour

⁴ Etude d'impact initiale - Ares(2021)1118814, [Produits agricoles et alimentaires de l'UE - examen de la politique de promotion à l'intérieur et à l'extérieur de l'UE](#)

⁵ [Renforcer les systèmes alimentaires durables grâce aux indications géographiques : Une analyse des impacts économiques](#), FAO, Rome, 2018.

⁶ [Prise de position de l'AREPO sur l'évaluation par la Commission européenne des Indications Géographiques et des Spécialités Traditionnelles Garanties Protégées dans l'UE](#), janvier 2020

récompenser les programmes qui sont cohérents avec les objectifs de la stratégie et qui y contribuent. L'AREPO estime qu'ainsi les producteurs seraient encouragés et accompagnés dans leurs efforts pour rendre leur production plus durable et qu'ils disposeraient des moyens adéquats pour communiquer cette information aux consommateurs.

2. LA COHERENCE AVEC LE PLAN EUROPEEN "VAINCRE LE CANCER" : LA CONTRIBUTION DES IG A UNE ALIMENTATION DURABLE ET SAINTE

La recherche de cohérence entre la politique de promotion et l'intention de l'UE d'encourager le passage à des régimes alimentaires plus durables et plus sains **ne devrait pas affecter la liste actuelle des produits éligibles au financement.**

Les mesures de promotion de l'UE visent à faire connaître aux citoyens de l'UE et des pays tiers les normes de qualité des produits agricoles de l'UE. Les IG de l'UE, en particulier, respectent strictement les exigences établies dans leurs cahiers des charges, constituant ainsi le système de production le plus transparent au niveau de l'UE.

Il est important de souligner **que de nombreuses IG sont associées à des régimes alimentaires spécifiques reconnus pour leur intérêt en termes de nutrition**, comme le prouve l'exemple célèbre du régime méditerranéen. Les modes traditionnels de culture des plantes et d'élevage des animaux, l'influence des conditions naturelles locales, les pratiques humaines ainsi que les méthodes traditionnelles de transformation et de conservation propres au contexte, sont déterminants pour la qualité nutritionnelle des produits IG. De plus, les IG sont une garantie de **diversité alimentaire**, englobant différentes catégories d'aliments, de goûts, de saisonnalité, de fraîcheur, de culture et de savoir-faire.

Par conséquent, l'AREPO encourage la Commission européenne à envisager des actions de **promotion et d'information visant à accroître, chez les consommateurs finaux, la prise de conscience et la compréhension de la qualité en tant que facteur concurrentiel pour la santé et une bonne nutrition**, y compris l'importance d'un apport adéquat en acides aminés essentiels dans les régimes alimentaires. Les caractéristiques nutritionnelles des IG liées à leurs origines géographiques et attribuées en grande partie à leurs ingrédients et procédures de production uniques, font qu'elles contribuent à des régimes alimentaires sains et à la lutte contre les maladies non transmissibles⁷.

Par conséquent, les AOP et IGP agroalimentaires doivent également être promues **en tenant compte de leur rôle dans le cadre plus large d'une alimentation diversifiée et équilibrée.**

En particulier, l'AREPO souhaite suggérer de :

- **Financer des actions d'information et de promotion axées sur les cahiers des charges des produits en tant qu'outils narrants les caractéristiques et l'histoire des produits et la justification de leur qualité supérieure.** Les cahiers des charges des produits doivent être utilisés comme des moyens pour communiquer correctement la qualité aux consommateurs ;
- **Promouvoir les IG également en présentant des modèles d'alimentation**, afin de montrer comment les inclure dans une alimentation quotidienne équilibrée et les promouvoir comme substituts des produits conventionnels.

⁷ FAO, 2021. [Le potentiel nutritionnel et sanitaire des aliments à indication géographique](#), Rome

3. COMMENT AMELIORER LA MISE EN ŒUVRE DES MESURES DE PROMOTION

L'évaluation de la politique de promotion a montré que la gestion directe des programmes multiples était plus efficace que le modèle de gestion partagée des programmes simples. En conséquence, concernant l'intention d'introduire un modèle de mise en œuvre simplifié, **l'AREPO recommande que tous les programmes soient gérés directement par la Commission et son agence exécutive.** Toutefois, des points de contact nationaux fournissant des informations et un soutien technique devraient être mis en place, garantissant ainsi une assistance lors de la rédaction des propositions de projets et de leur mise en œuvre.

En ce qui concerne la phase de soumission des propositions de projet et compte tenu de l'immense quantité de travail préparatoire, **une application en deux étapes serait préférable.** La capacité d'ingénierie de projet fait souvent la différence ; cela pourrait donc donner plus de temps aux petits producteurs pour mettre en place un projet compétitif. Les ressources limitées pour l'autofinancement et la complexité des appels, notamment en ce qui concerne la préparation de la demande, limitent souvent la participation, de même que les complexités bureaucratiques et les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du projet. Par conséquent, **les petits producteurs d'IG ont besoin de soutien et de conseils tout au long du processus de demande et de mise en œuvre pour un accès équitable aux programmes de promotion.**

En outre, **les informations et les documents explicatifs doivent être disponibles dans les 24 langues officielles de l'UE.**

4. COMMENT AMELIORER LA POLITIQUE DE PROMOTION EN S'APPUYANT SUR LE SUCCES ACTUEL

L'évaluation réalisée tout au long de l'année 2020, malgré les limites liées à la méthodologie et à la disponibilité réduite des données, a montré que les actions financées par la politique de promotion étaient efficaces par rapport aux objectifs que la politique voulait atteindre. En conséquence, **l'AREPO estime que la politique doit conserver ses principales caractéristiques actuelles et que toute amélioration doit s'appuyer sur le succès actuel.**

Pour résumer, l'AREPO souhaite recommander ce qui suit :

- **Rétablir un budget important consacré à la promotion des systèmes de qualité de l'UE :** La politique de promotion est toujours nécessaire pour renforcer l'information et la sensibilisation des consommateurs aux systèmes de qualité de l'UE, en particulier dans les États membres de l'Est et du Nord de l'UE, mais aussi en Europe centrale. L'intention de réviser la politique de promotion représente l'opportunité de combler cette lacune et d'améliorer la reconnaissance des labels AOP, IGP et STG et leurs avantages dans l'UE. En outre, comme mentionné précédemment, **les IG de l'UE contribuent à plusieurs objectifs fondamentaux de la stratégie "de la ferme à la table" et sont souvent associées à la production de biens publics**, ce qui ajoute des informations supplémentaires à communiquer aux consommateurs sur ces produits. Enfin, compte tenu de la crise provoquée par la pandémie de COVID-19, l'allocation d'un budget important à la promotion des IG permettrait aux producteurs d'IG de se remettre des pertes subies et de préserver leurs parts de marché à long terme.
- **Définir régulièrement les critères de sélection et d'évaluation dans le cadre du programme de travail annuel**, qui sera réévalué chaque année, **et fournir des conseils techniques aux**

candidats et aux évaluateurs, afin d'attribuer des programmes qui sont cohérents avec les objectifs de la ferme à la table et qui y contribuent.

- **Maintenir la liste actuelle des produits éligibles** tout en envisageant des actions de promotion et d'information visant à accroître, chez les consommateurs finaux, la prise de conscience et la compréhension de la **qualité et de la diversité culinaire en tant que facteur de compétitivité pour la santé et la bonne nutrition**.
- **Encourager et financer la mise en œuvre de petits projets afin d'atteindre un plus grand nombre de producteurs**, notamment les petits groupes de producteurs IG. Bien que le processus de sélection semble souvent favoriser les grands projets dotés de budgets élevés et de grands partenariats, il convient de noter que **la majorité des acteurs réellement impliqués dans la promotion des produits dans le cadre des systèmes de qualité de l'UE sont de petites associations qui ne peuvent pas accéder à des instruments aussi complexes**.
- **Augmenter le taux de cofinancement de l'UE pour atteindre plus de 70% des subventions pour les campagnes IG sur le marché intérieur**. Les ressources limitées pour l'autofinancement freinent souvent la participation des petits groupes de producteurs d'IG aux programmes de promotion. L'augmentation du taux de cofinancement de l'UE contribuera à garantir un accès équitable aux programmes de promotion.
- **Simplifier la participation avec un processus bureaucratique rationalisé**, facile d'accès et de gestion, **en particulier pour les petits groupes d'IG**. En ce qui concerne la soumission des propositions de projets, **une application en deux étapes serait préférable**. En ce qui concerne la mise en œuvre, la **gestion directe des programmes par la Commission** est nécessaire.
- **Inclure spécifiquement la mention de qualité facultative de l'UE "produit de montagne" comme un système éligible pour une action dans le cadre de la politique de promotion de l'UE**. Environ un tiers de toutes les IG et STG protégées à travers les États membres de l'UE à la fin de 2017, étaient situées dans des zones de montagne. Jusqu'à présent, l'éligibilité de ce terme reste trop peu claire par rapport aux autres systèmes. Par conséquent, afin de renforcer la promotion de la mention au niveau de l'UE et d'accroître la sensibilisation à ses caractéristiques, l'AREPO souhaite suggérer à la Commission européenne de donner de la visibilité au "produit de montagne" dans les programmes de travail annuels, ainsi que de le mentionner clairement comme un régime éligible dans tous les documents de communication liés à la politique de promotion, y compris l'InfoDay annuel.
- **Assouplir les règles concernant la promotion des produits couverts à la fois par les systèmes de qualité européen et national**, en permettant de les promouvoir en communiquant sur les deux systèmes simultanément plutôt que de choisir un seul d'entre eux en limitant la promotion pour de nombreux produits portant deux labels de qualité.
- **Permettre des flexibilités dans l'utilisation de l'aide pour la promotion des systèmes de qualité de l'UE dans les pays tiers**. Si nécessaire, des flexibilités dans l'utilisation de l'aide pour la promotion des systèmes de qualité de l'UE dans les pays tiers (un changement d'action, par exemple) devraient être autorisées afin de **s'assurer que les opérations et les activités seront toujours éligibles à un soutien financier**.