

Ipjmag - le magazine réalisé par les étudiants de l'IPJ

-- Europe --

Europe

**IGP : "une belle
synthèse entre la
qualité et l'origine"**

Jérôme Sage [29ème promotion]
mardi 15 mai 2007



Keijo HYVONEN, chef de l'unité Qualité des produits agricoles de la Commission européenne.

AOC, Label rouge... Il existe déjà de nombreux labels de qualité alimentaire. Qu'apporte l'Indication géographique protégée (IGP) ?

Cette protection des noms de produits agit dans toute l'Union européenne. L'IGP, c'est une belle synthèse entre deux préoccupations : la qualité et l'origine. Le nom « Crottin de Chavignol », par exemple, bénéficie à la fois d'une AOC et d'une IGP. Il ne peut donc être ni copié ni traduit dans une langue étrangère. Mais ce label ne garantit pas un quelconque succès pour celui qui le reçoit. La commission européenne ne finance rien, n'attribue pas de subventions, le producteur est seul responsable de la valorisation de son produit. Il ne s'agit pas de mettre une étiquette IGP et d'attendre le consommateur en se tournant les pouces !

L'étude des demandes d'IGP dure parfois plus de dix années. Comment expliquez-vous cette lenteur ?

Nous traitons plus de 400 dossiers à la fois et chacun est complexe. Prenons l'exemple du jambon des Ardennes, une région qui s'étend sur plusieurs pays. La France et la Belgique se sont bagarrés pendant des années pour que leur produit soit enregistré. Les discussions furent laborieuses. Mais, finalement, chacun a obtenu une IGP : la France pour son « jambon sec des Ardennes » et la Belgique pour son « jambon d'Ardenne ». Tout le monde a fini par obtenir satisfaction.

Les IGP existent depuis 1992, mais à peine 3,6% des Européens connaissent ce label. Que faites-vous pour mieux le faire connaître ? Nous sommes présents sur les différents salons de l'agriculture. Mais notre communication se fait surtout par des campagnes de promotion en dehors de l'Union européenne, notamment aux Etats-Unis. Par ailleurs, nous faisons confiance aux médias pour informer les consommateurs. Il faut du temps cependant pour que les gens reconnaissent le logo, les produits...