

CONFERENCE N°3

MARQUES, SIGNES ET LABELS

MASTER (FORMATION COMPLÉMENTAIRE)

INSTITUT DES SCIENCES VÉTÉRINAIRES

EL KHROUB

05.03.2020

PR. ELGROUD R.

INTRODUCTION

Les crises alimentaires ont décuplé l'intérêt des consommateurs pour les signes et marques de qualité. Ils veulent connaître davantage sur

la sécurité et la traçabilité des produits alimentaires consommés.

Entre les signes officiels, marques, labels et autres termes de marketing (Difficile de se retrouver), beaucoup ne sont pas contrôlés, d'où confusion du consommateur.

SIGNES DE LA QUALITÉ

« Une affaire d'état »

L'état mène une politique de promotion et de défense des denrées alimentaires. Il met en place un système de garanties officielles de la qualité., d'où la loi.

Les signes officiels de la qualité sont des signes de différenciation des produits et ont pour objectifs:

OBJECTIFS

Permettre aux producteurs qui le désirent de faire reconnaître les qualités particulières de leurs produits.

Guider le consommateur et faciliter son choix de denrées alimentaires.

Les signes garantissent l'originalité d'un produit, l'expression d'un terroir, la qualité supérieure d'un produit, l'absence d'utilisation de produits chimiques ou de synthèse ou encore l'exactitude des informations et des règles mentionnées.

LA POLITIQUE NATIONALE DE LA QUALITÉ VISE À RELEVER DEUX DÉFIS MAJEURS :

A travers le:


Systeme de qualité des produits agricoles et les procédures de labellisation.

- Développer la compétitivité des entreprises
- Protéger l'économie nationale et les consommateurs

1. DÉVELOPPER LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES

A court terme : Reconquérir des parts du marché national,

A moyen-long terme : Créer les conditions qui rendront possible l'exportation de biens et de services diversifiés.



2. PROTÉGER L'ÉCONOMIE NATIONALE ET LES CONSOMMATEURS

Contre les importations de mauvaise qualité, voire frappées de fraude ou de contrefaçon, car celles-ci convergent vers les pays sans stratégie de qualité.

2. PROTÉGER L'ÉCONOMIE NATIONALE ET LES CONSOMMATEURS

Une politique nationale de la qualité est Nécessaire pour que L'Infrastructure Nationale de la Qualité joue son rôle de coordinateur. —→

—→ Fédérateur des actions et des programmes de développement de la qualité et de l'évaluation de conformité

LES PRINCIPAUX OUTILS DE LA POLITIQUE QUALITÉ

Actions directes des pouvoirs publics:

- Les pouvoirs publics doivent exercer leurs responsabilités dans l'encadrement législatif et réglementaire de l'Infrastructure nationale de la qualité .
- Une définition claire des exigences et des missions des différents acteurs.
- Développer la formation initiale et continue dans le domaine de la qualité
- Intégrer la qualité dans chaque domaine d'intervention des Pouvoirs Publics .

LES PRINCIPAUX OUTILS DE LA POLITIQUE QUALITÉ

Actions Indirectes des Pouvoirs Publics

- Privilégier l'effet de grappe à travers les grands donneurs d'ordre et les grands acheteurs, à commencer par les collectivités publiques et la promotion de la qualité par les marchés publics.
- Lancement d'une démarche qualité au sein du secteur administratif, à la fois pour des raisons d'efficacité directe, de participation à l'effort collectif au sein d'un effet de chaîne et pour l'effet de démonstration et d'entraînement qui doit en résulter.

LES PRINCIPAUX OUTILS DE LA POLITIQUE QUALITÉ

- 1- Donner une assise juridique au système**
- 2- Organiser l'Infrastructure nationale de la qualité**
- 3- Informer et mobiliser**
- 4- Encourager et accompagner les entreprises à la stratégie nationale et politique pour la qualité**
- 5- Développer l'Accréditation**
- 6- Développer la Certification**
- 7- Développer la normalisation**
- 8- Développer la Métrologie**

DIFFÉRENTS SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ

Les signes s'organisent autour de trois approches:

APPROCHE	Signes	Signification	Signes internationaux
TERRITORIALE	AOC (origine contrôlée) IGP (Indication géographique protégée)	Lien fort au terroir Lien plus lâche au terroir	AOP IGP
Qualitative	LR (Label Rouge) CCP (Certification de conformité des produits)	Qualité supérieure Conforme à des caractéristiques spécifiées	Possibilité d'IGP Si dénomination géographique
MODE DE PRODUCTION	AB (Agriculture Biologique)	Issu de la production en Agriculture Biologique	Règlement européen du 19 juillet 1999.

POURQUOI ?

Lorsque le consommateur achète une denrée alimentaire, un produit industriel ou un service, il lui est souvent difficile de choisir parmi un grand nombre de produits qui semblent tous présenter les mêmes caractéristiques, les mêmes performances.

Certains produits se différencient des autres car ils portent sur leur emballage, à côté des informations réglementaires obligatoires (dénomination de vente, date limite de consommation, etc.), des informations facultatives à vocation commerciale qui attirent son attention.

Parmi ces informations, certaines sont définies comme des signes officiels de la qualité.

Sous ce terme, on regroupe un ensemble de démarches volontaires, encadrées par les pouvoirs publics, qui garantissent aux consommateurs qu'ils acquièrent des produits ou des services répondant à des caractéristiques particulières régulièrement contrôlées par un organisme tiers indépendant.

DEFINITIONS

1. Qu'est ce qu'une marques ? Une marque est un signe servant à distinguer les noms de produits ou de services d'une entreprise, de ceux de ses concurrents.

En vertu de l'ordonnance 03-06 du 19 juillet 2003 relative aux marques (JO n° 44 du 23 juillet 2003), la marque est un signe susceptible de représentation graphique qui peut être constitué par un ou plusieurs mots, lettres, nombres, dessins ou images, signatures, couleurs ou combinaisons de couleurs.

Pour être valide, une marque doit être : - distinctive, c'est-à-dire ne pas être constitué d'un terme : générique, usuelle ou descriptive. - licite : elle ne doit pas constituer un signe interdit, comme un drapeau ou un emblème d'État (ce sont des signes déjà protégés art 6ter de la convention de paris), ou un signe contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ; - non désceptive : elle ne doit pas non plus induire le public en erreur, notamment sur la nature, la qualité, ou la provenance géographique du produit ou du service, - disponible : c'est-à-dire on ne peut pas avoir la protection d'une marque qui est identique ou similaire à une marque déjà enregistrée ou déposée sur le territoire Algérien pour des produits/services identiques ou similaires ou à une marque notoirement connues. Aussi il est vivement recommandé d'effectuer des recherches d'antériorités en ligne parmi les marques nationales et les marques internationales portant effet en Algérie.

AOP: APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE

L'AOP est le nom d'une région, d'un lieu déterminé qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu géographique déterminé, et dont la qualité ou les caractères particuliers sont dus essentiellement et exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

AOP: APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE

L'Appellation d'Origine Protégée (AOP)

L'AOP garantit un lien très fort du produit avec son terroir. La qualité résulte exclusivement du milieu naturel et du savoir faire des hommes.

Pour pouvoir bénéficier de l'AOP, la dénomination du produit doit préalablement être reconnue en Appellation d'Origine Contrôlée (AOC).

Si le produit se voit refuser le bénéfice de l'AOP, il perd celui de l'AOC qui lui a été reconnu.

AOC: APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE

AOC: Identifie un produit typique et spécifique dont la caractèrè est lié à son origine géographique. Les produits reconnus AOC sont l'expression d'un lien intime entre la production et un terroir, le tout mis en œuvre et perpétué par des hommes doués d'un savoir faire.

Touche les produits laitiers, vins, eau de vie et tous les produits agricoles et alimentaires bruts ou transformés.

AOP, AOC ET IGP (INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE)

En Algérie : IGP.

Deglet Nour de Tolga et figues sèches de Beni Maouche.

les olives de Sig et de Béjaïa, les miels d'Annaba et de Souk Ahras, les viandes d'Ouled Djellal les fromages Bouhazza (Oum-El-Bouaghi) ainsi que le fromage frais Kamaria de Ghardaïa.

LR: LABEL ROUGE

Label Rouge: C'est le seul signe officiel de qualité qui atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé, possède des caractéristiques le situant dans le niveau de qualité supérieure.

Le produit sous label se distingue d'un produit courant par un écart qualitatif et gustatif à la vue du consommateur.

LR est le résultat d'exigences sévères et contrôlées à tous les stades de production, d'élaboration et de commercialisation. Ex: Volaille, viandes, charcuterie, lait, produits de la mer, fruits et légumes.

LR est national et peut être régional.

AB: AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Le logo AB garantit qu'un aliment est issu d'un mode de production attentif à l'environnement, qui s'interdit l'utilisation de produits chimiques et/ou de synthèse et respecte le bien être des animaux.

Tous les produits alimentaires et agricoles sont susceptibles de bénéficier du logo AB et notamment les pains et céréales, le lait et les fromages, les fruits et légumes.

CCP: CERTIFICATION DE CONFORMITÉ DES PRODUITS

Le logo atteste que le produit possède des qualités ou suit des règles de fabrication particulières, strictement contrôlées.

C'est la garantie d'une qualité régulière et distincte du produit courant.

Exemples: Jambon cuit supérieur sans polyphosphate, Viandes identifiées de l'élevage à la commercialisation avec une maturation garantie, fruits cueillis à maturité, salades prêtes à l'emploi garanties fraîches.

IGP: INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE

C'est le nom d'une région, d'un lieu déterminé qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu déterminé et dont une qualité déterminée, une réputation ou une caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et dont la production ou la transformation ou l'élaboration a lieu dans l'aire géographique délimitée.

AS: ATTESTATION DE SPÉCIFICITÉ

Signe qui constitue la reconnaissance, par enregistrement, d'un produit ou d'une denrée alimentaire obtenue à partir de matières premières traditionnelles, présentant une composition traditionnelle et correspondant à un mode de production ou de transformation de type traditionnel.
Exemple: certains fromages traditionnels

MISE EN ŒUVRE DES SIGNES DE LA QUALITÉ

Les signes officiels de la qualité apportent la garantie des pouvoirs publics sur la qualité et l'origine géographique des produits.

Ils font l'objet d'un cahier de charge écrit (Défini et validé).

Bénéficient d'une reconnaissance officielle, protégeant le nom et le produit lui-même.

Les signes inspirent la confiance des consommateurs, car ils sont mis en place par l'état et sont contrôlés régulièrement par des organismes indépendants, publics ou agréés par l'état.

CERTIFICATION

C'est la procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme aux exigences spécifiées.

Elle est donnée par un organisme certificateur, qui octroie un certificat assurant la conformité aux exigences (ex: Cahier de charges)

L'organisme certificateur doit lui-même être agréé, nécessairement indépendant du producteur, du fabricant, du vendeur ou de l'importateur du produit considéré.

AUTRES MARQUES: UNE DÉMARCHE DE QUALITÉ

MDD: Marques de développement des distributeurs:

Liée aux crises alimentaires (Vache folle), permet de fidéliser les clients en lui donnant la possibilité de repérer le produit et lui garantissant que sous la même marque, il retrouvera au cours de ces achats successifs les même garanties.

C'est un signe de qualité privé qui n'est pas un jugement de valeur sur le niveau de qualité du produit mais une référence stable sur la position et la provenance de celui-ci.

MDD

Marque d'enseigne: Dits MDD de substitution: Produits vendus sous la marque d'enseigne, se positionnent comme des proches substituts du produit générique (Produit courant) et ne sont pas associés à un signe officiel de qualité. Ex: Jean Rosé la viande d'Intermarché.

MDD de segmentation: Produits vendus sous la marque d'enseigne en se reposant sur une Certification de Conformité Produit (CCP). Ex: Bœuf sélection Auchan.

MDF: Marque de filière: Marque d'enseigne associée à une filière et utilise systématiquement une CCP. Ex: Filière Qualité Carrefour. Signifie en général une bonne traçabilité.

CONCLUSION

Malgré les crises récentes, le niveau de qualité est en amélioration constante. La vigilance est toujours de rigueur en raison des risques alimentaires potentiels liés à la complexité des filières.

Les moyens classiques de certification, normalisation et assurance qualité doivent être développés.

Les repères de la qualité comme le prix, l'étiquetage, la dénomination ou la marque doivent être clarifiés et surveillés pour ne pas induire en erreur le consommateur.

CONCLUSION

Une démarche professionnelle volontaire doit être privilégiée pour anticiper les réclamations des consommateurs et éviter la justice.

Passer d'une approche unidimensionnelle de la qualité à une approche socio-politique globale, pour préciser les modes de production et éclairer de nouvelles lignes d'intervention réglementaires et donc simplifier les choix des consommateurs.