

lutela des fromages A.O.P. fonctionne mal. A l'avenir ces contrôles devront nécessairement être réalisés par des organismes indépendants agréés au niveau européen. Le **coût des contrôles élevé** pour les producteurs surtout pour les Appellations à petit volume risque de conduire à un désintérêt des producteurs en absence de plus values significatives à court terme¹⁷. G. Licitra précise par exemple que sur les 1616 km² de l'aire d'Appellation du Ragusano dans laquelle 700 tonnes de fromages sont produits chaque année, environ 1 tonne bénéficie de l'A.O.P. et on observe cette réalité dans d'autres contextes.

La protection qu'apporte les Appellations n'est pas une garantie de valorisation et J. Audier¹⁸ les repositionne utilement vis à vis des marques : son intervention est d'abord le point de vue du juriste international. Il rappelle, qu'en dehors de l'U.E., les Appellations sont considérées comme des marques. Comme la marque, il pense que l'Appellation est aussi un instrument financier, un capital, propriété d'un collectif. Elle apporte des renseignements aux clients mais ce n'est une garantie de notoriété que dans la mesure où une communication cohérente et efficace est établie par les producteurs eux-mêmes qui doivent dire ce qu'est leur produit. La question de **la valeur apportée par une Appellation** comme par une marque dépend de la **volonté** commune de ceux qui la possèdent et dans ce

domaine la compétition sera rude vis à vis des moyens dont disposent les grands groupes Agro-Alimentaires, propriétaires de plusieurs certaines de marques et A.O.P. sont aujourd'hui distribuées sous des marques et plus particulièrement des marques de distributeurs. J. Audier conclut que l'Appellation doit se différencier des marques en s'affirmant comme un **signe de ressemblance entre des produits fabriqués par des producteurs différents, issus d'un territoire qui a su rénover son identité.**

S. Ventura, D.G.VI, représentant de la Commission européenne, reprend dans son intervention plusieurs idées évoquées mais souligne la nécessité d'un engagement volontaire des producteurs, et **d'initiatives issues de la base.** Le rôle des institutions publiques locales, nationales, européennes est important pour ne pas freiner et favoriser ces volontés, mais cette **intervention ne peut pas se faire dans une logique d'assistance.** Les représentants des syndicats agricoles et des institutions régionales siciliennes illustrent ce propos : Malgré ses atouts, la Sicile a des difficultés pour être compétitive sur les marchés. Les points critiques sont bien identifiés ; face à la mauvaise organisation collective, il est nécessaire de réviser l'organisation actuelle des services techniques et d'appui aux producteurs et transformateurs.

Ces dernières communications ont été renforcées par plusieurs interventions dans le trop court débat qui a conclu ces journées.

Ainsi, la recherche confirme que l'utilisation des parcours peut être un facteur de différenciation des fromages "sous le Ciel". Mais leur mise en valeur ne pourra se faire sans la réunion de trois volontés, celle de la culture, de la technique et du politique¹⁹ avec au départ la volonté des producteurs à s'organiser autour d'un projet commun qu'ils devront construire. Mais n'est ce pas aussi un objet de recherche prioritaire ? L'absence des professionnels au cours de la manifestation, remarquée, montre la nécessité de ce décloisonnement entre les différents niveaux institutionnels et économiques.

J.P.D. 07/10/98

Les communications présentées au cours de la journée consacrée à la caractérisation du lien entre le produit et l'utilisation du parcours sont éditées dans la revue CASEUS, éditée par l'A.N.F.O.S.C., n° 3, Année 3.

¹⁷V. Camilla Miniti, S. Ventura, D.G.VI

¹⁸Juriste, membre du Comité consultatif européen des Appellations

¹⁹J. Boyazoglu