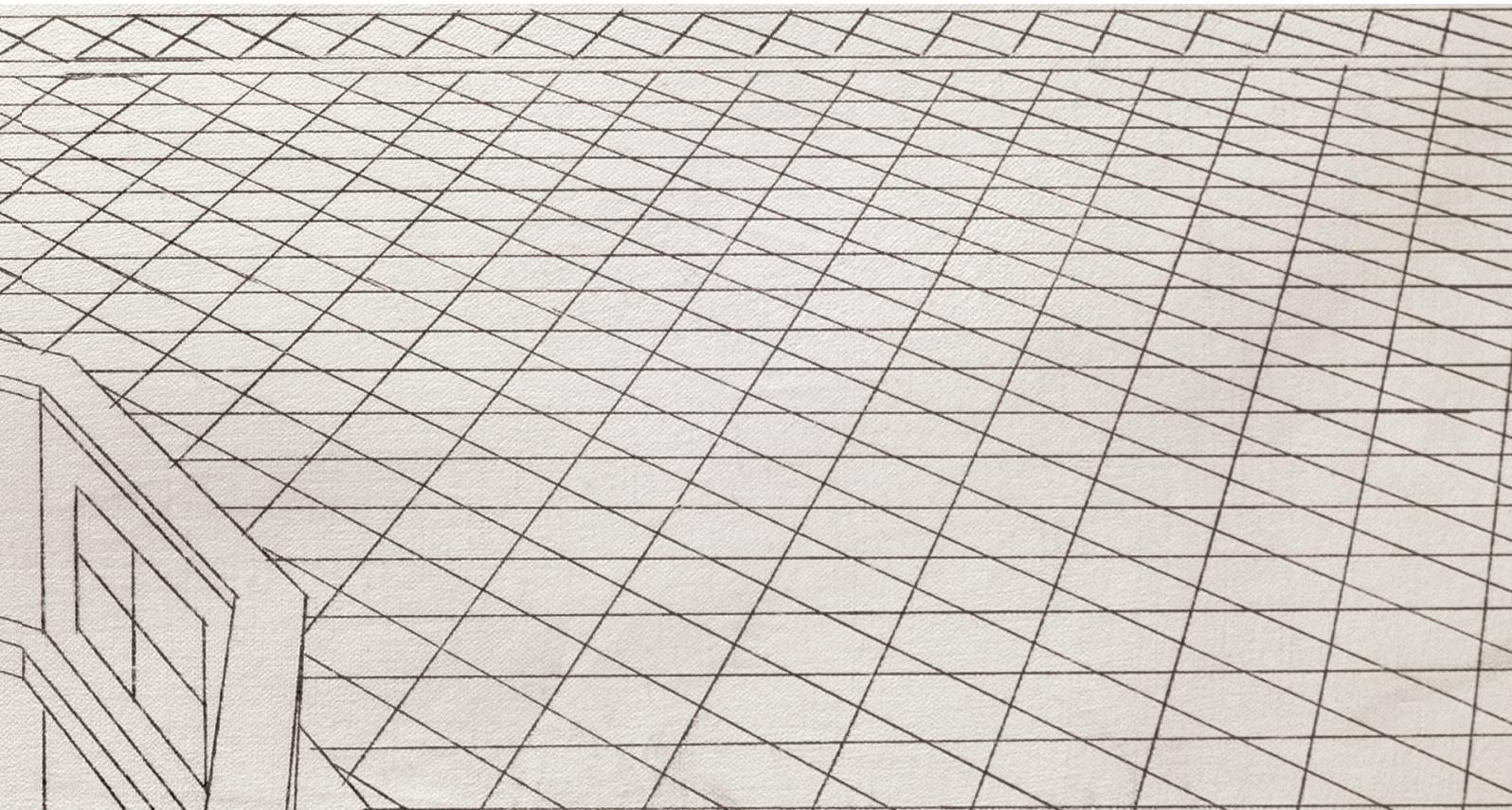


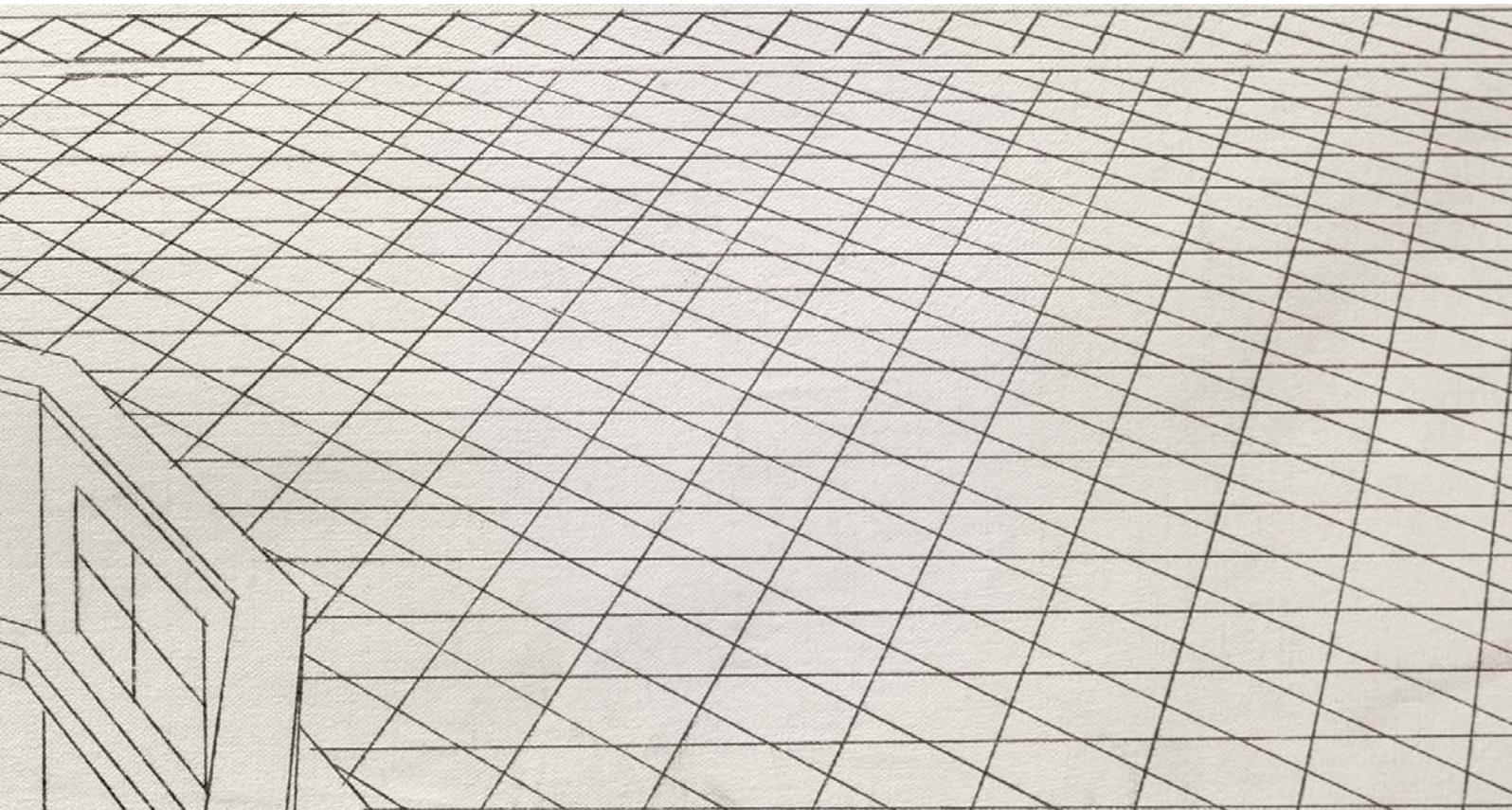


LE PROCESSUS D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AU BÉNIN





LE PROCESSUS D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AU BÉNIN



NATIONS UNIES

Geneva, 2021

© 2021, Nations Unies

Ce document est disponible en libre accès dans le cadre de la licence Creative Commons, créée pour les organisations intergouvernementales et disponible à <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données de position qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

La photocopie et la reproduction d'extraits sont autorisées sous réserve de l'inclusion des références appropriées.

Le présent document n'a pas fait l'objet d'une relecture par les services d'édition.

Publication des Nations Unies publiée par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement.

UNCTAD/ALDC/2020/5

eISBN: 978-92-1-005699-1

Remerciements

Cette étude a été rédigée par Dr Ir Euloge VIDEGLA, PhD agro socio économie, Consultant Expert en IG, en avril 2019, sous la supervision de M Stefano Inama, Chef de section du Cadre Intégré Renforcé et assistance technique CNUCED. Cette étude a été financée par le Cadre Intégré Renforcé (CIR) à travers le projet de Renforcement des Capacités Productives et Commerciales (RCPC). Les vues et opinions qui sont exprimées dans cette publication sont propres à l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Organisation des Nations Unies.

Tables des matières

REMERCIEMENTS	III
ABRÉVIATIONS.....	VIII
INTRODUCTION	1
1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ÉTUDE	3
2. IMPORTANCE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES (IG) ET LEUR POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT AU BÉNIN	4
2.1 Importance des Indications Géographiques.....	4
2.2 Potentiel de développement.....	6
3. REVUE DE LITTÉRATURE SUR LA MISE EN ŒUVRE DES IG AU BÉNIN	8
3.1 Renforcement des capacités des acteurs.....	8
3.2 Mise en place d'un cadre institutionnel	8
3.3 Organisation des missions de sensibilisation et d'identification des produits.....	8
3.4 Renforcement des capacités organisé localement par d'autres organismes	9
3.5 Formation de haut niveau des cadres sur les Indications Géographiques (IG)	9
3.6 Formation des cadres de plusieurs cabinets d'études et ONG locales.....	9
3.7 Expérience du projet d'Appui à l'IG «huile d'arachide (Agonlinmi)» par l'ONG Internationale GERES	9
3.8 Mise en œuvre du Projet qualité AFDI / FUPRO	9
3.9 Engagement de la SONAPRA: Appui de la SONAPRA à la mise en place du cadre institutionnel à la sensibilisation et à l'identification de produits	9
3.10 Élaboration d'un projet d'appui à la mise en place.....	10
3.11 Engagements du MAEP	10
3.13 Engagements de l'ANaPI	10
3.14 Mise en place d'un projet de recherche sur l'huile Agonlinmi par l'Université d'Abomey Calavi (UAC).....	10
3.15 Actions de mise en place des IG Ananas, Lio de wahoué et Wagashi au Bénin	11
3.15.1 Cas de l'ananas pain de sucre du Bénin	11
3.15.2 Cas du Lio de wahoué	11
3.15.3 Cas wagashi du Bénin.....	11
3.16 Identification des produits IG pour la seconde phase de PAMPIG	11

4. IDENTIFICATION DES POLITIQUES PASSÉES ET PRÉSENTES DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES DE QUALITÉ MISE EN ŒUVRE PAR LE GOUVERNEMENT BÉNINOIS.....	12
4.1 Rappel des stratégies liées à la promotion des produits agricoles de qualité dans les documents de politique.....	12
4.1.1 Niveau Ministère en charge de l'agriculture	12
4.1.2 Niveau Ministère en charge du commerce	13
4.2 Résultats obtenus	13
4.2.1 Niveau Ministère en charge de l'agriculture.....	13
4.2.2 Niveau Ministère en charge du commerce	14
4.3 Evaluation des politiques (Echecs / Succès / Contraintes)	15
5. RAISONS SPÉCIFIQUES DE MOTIVATION DE L'ADOPTION DES IG PAR LE GOUVERNEMENT.....	16
6. ÉTABLISSEMENT DE LA LISTE DES PRODUITS POTENTIELS IDENTIFIÉS PAR LE GOUVERNEMENT DU BÉNIN (ANANAS PAIN DE SUCRE, WAGASHI GARI SOHOU, CREVETTE, DES LAGUNES DU SUD).....	17
7. IDENTIFICATION DES INTERACTIONS ET SYNERGIES ENTRE LES DIFFÉRENTS PROJETS D'ASSISTANCE TECHNIQUE DÉPLOYÉS AU BÉNIN EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR AGRICOLE ET DES IG.....	18
8. IDENTIFICATION DES POSSIBILITÉS DE MOBILISATION DE RESSOURCES FINANCIÈRES POUR LA MISE EN ŒUVRE DES IG AU BÉNIN.....	18
9. IDENTIFICATION DES OBSTACLES / CONTRAINTES INSTITUTIONNELLES LIÉS À L'ADOPTION DES IG PAR LE GOUVERNEMENT	19
9.1 Diagnostic du processus de mise en place des IG au Bénin.....	19
9.2 Les grappes de contraintes.....	20
10. LES STRATÉGIES À DÉVELOPPER.....	21
10.1 Matrice des stratégies à développer par contraintes.....	21
10.2 Matrice des actions par stratégies.....	22
10.3 Matrice des actions spécifiques par produits.....	23
11. RECOMMANDATIONS EN DIRECTION DU MIC EN VUE D'UNE INTÉGRATION DES IG DANS LA POLITIQUE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE.....	24
12. BILAN DES INTERVENTIONS DES AGENCES NATIONALES ET INTERNATIONALES POUR LA PROMOTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUE AU BÉNIN	25
12.1 Intervention du MAEP	25
12.2 Les interventions de l'Université d'Abomey Calavi (UAC)	25
12.3 Intervention de PProCAD / PPEA financement Banque mondiale	26
12.4 Les interventions de l'OAPI / ANaPI.....	26
12.5 Les interventions de la FAO	26
12.6 Les interventions de l'UE / AFD à travers le PARASEP.....	26

13. CONTEXTE DES INTERVENTIONS IG, RELATION AVEC LES INTERVENTIONS DES DÉLÉGUÉES À L'OMC ET À L'OMPI, ANALYSE DE L'IMPORTANCE D'UNE COOPÉRATION ACCRUE ENTRE LA CAPITALE ET LES DÉLÉGUÉS À GENÈVE	27
14. IMPORTANCE DE LA DISSÉMINATION DE L'INFORMATION ET DU RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES ACTEURS NATIONAUX AINSI QUE DES DÉLÉGUÉS À GENÈVE	29
15. ÉTUDE DE LA SYNERGIE ET NÉCESSITÉ DE COORDINATION ENTRE LES DIFFÉRENTES INTERVENTIONS PUBLIQUES ET LES PARTENAIRES TECHNIQUES.....	31
16. AUTRES INTERVENTIONS DE LA CNUCED SUR LES IG.....	32
17. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	35
REFERENCES.....	36
ANNEXE	37
Élaboration d'une Feuille de route.....	37
1. Planification Globale	37
2. Feuille de route des actions spécifiques pour les produits: Ananas, Wagashi, Gari sohoui et crevettes grises	43

Tables

Tableau 1: Potentiels produits IG identifiés.....	6
Tableau 2: Présentation (succès, échec, et contrainte)	15
Tableau 3: Analyse SEPO de la mise en œuvre des IG au Bénin	19
Tableau 4: Grappe de contraintes	20
Tableau 5: Les stratégies à développer.....	21
Tableau 6: Matrice des actions par stratégies	22
Tableau 7: Matrice de stratégie et des actions spécifiques par produits.....	23
Tableau 8: Planification de la matrice d'action	37
Tableau 9: Planification plan d'action spécifique par produit	43

Abréviations

ABENOR	AGENCE BÉNINOISE DE NORMALISATION
ADEX	AGENCE DE DÉVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS
AFD	AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT
ANAF	ASSOCIATION NATIONALE DES FEMMES AGRICULTRICES
ANAPI	AGENCE NATIONALE POUR LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
CARDER	CENTRE D'ACTION RÉGIONALE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL
CCIB	CHAMBRE DU COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU BÉNIN
CEDEAO	COMMUNAUTÉ ECONOMIQUE DES ETATS DE L'AFRIQUE DE L'OUEST
CEP	CHAMP ÉCOLE
CIR	CADRE INTÉGRÉ RENFORCÉ
CNUCED	CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT
CONAMP-IG	COMITÉ NATIONAL DE MISE EN PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES
DGCE	DIRECTION GÉNÉRALE DU COMMERCE EXTÉRIEUR
DPP	DIRECTION DE LA PROGRAMMATION ET DE LA PROSPECTIVE
DRSP	DOCUMENT DE STRATÉGIE POUR LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ
EDIC	ETUDE DIAGNOSTIQUE SUR L'INTÉGRATION DU COMMERCE
FAO	FOOD AND AGRICULTURE ORGANISATION
FDSC	FRANCHISE DE DROITS ET SANS CONTINGENT
FUPRO	FÉDÉRATION DES UNIONS DE PRODUCTEURS
IG	INDICATION GÉOGRAPHIQUE
MAEP	MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE ET DE LA PÊCHE
MICPME	MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE, DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES
OAPI	ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
OMC	ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE
OMPI	ORGANISATION MONDIALE POUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
ONG	ORGANISATION NON GOUVERNEMENTALE
PAMPIG	PROGRAMME D'APPUI À LA MISE EN PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES
PARASEP	PROJET D'APPUI AU RENFORCEMENT DES ACTEURS DU SECTEUR PRIVÉ
PDFM	PROJET DÉVELOPPEMENT FILIÈRE MANIOC
PDRT	PROGRAMME DÉVELOPPEMENT RACINES ET TUBERCULES
PMA	PAYS MOINS AVANCÉS
PNDC	POLITIQUE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE
PNOPPA	PLATEFORME NATIONALE DES ORGANISATIONS PAYSANNES ET DE PRODUCTEURS AGRICOLES
PPEA	PROJET DE PROMOTION DE L'ENTREPRENARIAT AGRICOLE
PROCAD	PROGRAMME CADRE D'APPUI À LA DIVERSIFICATION AGRICOLE
PTF	PARTENAIRE TECHNIQUE ET FINANCIER
RCPC	RENFORCEMENT DES CAPACITÉS PRODUCTIVES ET COMMERCIALES
SP	SECRÉTAIRE PERMANENT
SYAL	SYSTÈME AGROALIMENTAIRE LOCALISÉ
UE	UNION EUROPÉENNE
UEMOA	UNION ECONOMIQUE ET MONÉTAIRE DE L'AFRIQUE DE L'OUEST

Introduction

La CNUCED a mis en évidence le rôle du commerce en tant que facteur de croissance et de développement, en particulier pour les communautés rurales productrices de biens traditionnels. Or, dans une perspective commerciale, en permettant d'accroître la valeur ajoutée et de promouvoir la qualité tout en préservant la biodiversité, les IG peuvent constituer un outil d'accès aux marchés efficace. Les programmes de développement liés aux IG demandent des ressources considérables. Ainsi, pour être effectifs et viables, ces projets doivent être intégrés dans des stratégies commerciales multisectorielles. Cependant, à l'heure actuelle, les IG ne reçoivent pas d'assistance substantielle des programmes d'«Aide pour le Commerce». La CNUCED a déployé d'importants efforts pour relier les IG aux programmes d'Aide pour le Commerce tels que le Cadre Intégré Renforcé (CIR). Les initiatives d'Aide pour le Commerce et le CIR pourraient s'avérer être une manière pour les IG de sécuriser les ressources et l'attention des décideurs politiques.

Le Gouvernement de la République du Bénin a développé, avec l'appui technique des agences principales du Cadre Intégré Renforcé (CIR), un projet de Renforcement des Capacités Productives et Commerciales (RCPC) en vue de contribuer à la réduction de la pauvreté à travers le renforcement de l'offre de produits exportables.

Dans cette perspective, la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) s'est engagée à prêter son appui technique dans la réalisation de certains résultats de ce projet, en partenariat avec les institutions nationales concernées, en particulier la DGCE.

En effet, l'expérience dans plusieurs pays de la sous-région montre que la mise en œuvre effective des politiques de développement du commerce constitue un défi majeur. Ainsi, l'objectif de l'élaboration de la Politique Nationale de Développement du Commerce (PNDC) n'est pas uniquement de transposer la vision de l'Etude Diagnostique sur l'Intégration du Commerce (EDIC) en document de politique, mais également d'assurer la continuité et l'intensification des actions pour lever les contraintes qui entravent le commerce au Bénin en proposant une politique de développement du commerce à caractère opérationnel. Par ailleurs, afin d'appuyer la mise en œuvre de ce document de politique commerciale formulé conjointement avec la contrepartie béninoise, des actions de renforcement institutionnel seront proposées à l'attention des structures techniques publiques, parapubliques et privées d'appui aux filières/secteurs retenus.

Pour atteindre cet objectif, des objectifs spécifiques sont développés autour de quatre grands axes:

1. Les défis liés à l'élaboration de la politique commerciale nationale en tant que membre des communautés économiques régionales (CEDEAO/UEMOA);
2. La facilitation des échanges et des transports;
3. Le commerce des services;
4. Les instruments de politiques commerciales visant le développement des secteurs.

Etant donné son caractère transversal, le commerce occupe une place centrale en matière de développement économique et social; plusieurs actions ont été menées dans le cadre de l'accroissement de la valeur des produits pour le développement du secteur agricole et s'inscrivent dans le cadre du dernier axe ci-dessus.

Dans cette perspective, l'étude Diagnostique sur l'Intégration du Commerce (EDIC) du Bénin récemment validée, met en évidence le rôle du commerce en tant qu'instrument de développement et offre différentes pistes de réflexions sur la manière d'amorcer le développement des capacités productives. Or, afin de faciliter l'appropriation nationale de l'EDIC ainsi que pour s'assurer de la mise en œuvre des priorités en matière de développement du commerce, une vision ambitieuse quant au rôle du commerce en tant qu'outil de développement doit être reflétée dans un document de politique. Par conséquent, l'élaboration d'une Politique de Développement du Commerce s'inscrivant dans la continuité de l'EDIC s'avère nécessaire.

Une Requête du Bénin datée du 23 janvier 2015 a été soumise à la CNUCED par la Mission Permanente de la République du Bénin auprès de l'Office des Nations Unies et autres Organisations Internationales basées à Genève, afin d'obtenir une assistance technique dans l'enregistrement au titre des Indications Géographiques (IG) des produits suivants: «pain de sucre», le fromage «Wagashi», la farine de manioc «gari Sohoui» ainsi que les crevettes.

La CNUCED répond à cette requête dans le cadre du projet RCPC, notamment par l'intégration de la problématique à la Politique Nationale de Développement du Commerce (PNDC). Ainsi, pour accroître la valeur des produits agricoles béninois par l'utilisation des instruments de politiques commerciales et les Indications Géographiques (IG), les actions suivantes ont été menées:

- Étude sur l'accroissement de la valeur des produits traditionnels béninois par l'utilisation des Indications Géographiques (IG);
- Formation des acteurs des filières ananas, gari Sohoui et structures d'état et privées sur le concept Indications Géographiques;
- Élaboration et validation du cahier des charges gari Sohoui de Savalou;
- Atelier de formation des représentants des Pays Moins Avancés (PMA) à Florence, Italie.
- Étude de la synergie et nécessité de coordination entre les différentes interventions publiques et des partenaires techniques, tels que le projet de la FAO (champs écoles) de la CNUCED, de l'AFD;
- Contexte des interventions IG en mettant en relation avec les interventions des déléguées à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et à l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), en analysant l'importance d'une coopération accrue entre la capitale et les délégués à Genève;

À la suite de la réalisation de ces actions, la nécessité de faire un bilan et de dégager les résolutions s'impose. La présente mission répond à cette préoccupation et aborde les points suivant:

- Importance des Indications Géographiques et leur potentiel de développement au Bénin:
- Bilan des interventions des agences nationales et internationales pour la promotion des Indications Géographiques au Bénin;
- Importance de la dissémination de l'information et de renforcement des capacités des acteurs nationaux ainsi que des délégués à Genève;
- Résultats des interventions de la CNUCED et impact attendu à plus long terme, en utilisant notamment le cas du gari Sohoui de Savalou et le financement accordé sur la base des interventions de la CNUCED.

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ÉTUDE

L'agriculture se trouve au centre de l'économie béninoise avec le coton comme principale source de revenus. Cependant, la crise prolongée de ces dernières années a révélé une certaine fragilité de la filière du coton liée à l'absence de transformations structurelles et de changements techniques résultants de l'incapacité du Gouvernement à mettre en place un modèle de gouvernance de travail (EDIC 2015). Cette situation de crise a également mis en exergue la nécessité de diversification du secteur agricole, comme par exemple dans les filières de la noix de cajou ou de l'ananas. Une politique commerciale reflétant les nouvelles réalités des chaînes de valeurs globales constitue un facteur déterminant dans la capacité à exploiter le potentiel de diversification du secteur agricole du Bénin. En effet, les outils de politiques commerciales favorisant l'accès aux marchés régionaux et internationaux, ainsi que l'accès à de potentiels intrants en franchise de droits et sans contingent, possèdent un potentiel trop souvent inexploité. Une réflexion globale sur la manière d'exploiter les instruments de la politique commerciale, en accord avec les engagements pris au niveau régional et international, se doit donc d'être entreprise.

Au cœur de cette réflexion se trouve la question de la valorisation des produits. En effet, la pauvre diversification des exportations et la faible valeur ajoutée des exportations du Bénin, mais également de la plupart des Pays Moins Avancés (PMA), sont des thèmes récurrents qui affectent le commerce de ces pays depuis des décennies. Ainsi, la haute concentration et le volume réduit des exportations, constituées principalement de matières premières et de produits à faible valeur ajoutée, ne permettent pas aux PMA de progresser dans les chaînes de valeurs et d'enclencher un progrès structurel.

Or au Bénin, comme l'a démontré l'étude préliminaire de la PNDC, les Indications Géographiques (IG) possèdent un potentiel majeur d'accroissement de la valeur des produits traditionnels et en ce sens, font partie intégrante des outils de politique commerciale.

En juin 2016, dans le cadre du projet RCPC, un atelier sur l'accès aux marchés en franchise de droits et sans contingent (FDSC) a été organisé à Cotonou. Cet événement s'est concentré sur l'accès préférentiel aux marchés régionaux et internationaux, mettant en lumière les différents outils et connaissances que requièrent leur fonctionnement et leur utilisation.

Or pour développer le commerce, il ne s'agit pas uniquement d'avoir accès aux marchés étrangers mais également de disposer de produits de qualité avec un fort potentiel d'exportation. Dans ce contexte, les outils de protection de la propriété intellectuelle, en particulier les Indications Géographiques (IG), constituent non seulement un outil de protection du patrimoine local et du territoire, mais représentent également un atout majeur pour la valorisation des produits traditionnels béninois et leur commercialisation.

La littérature montre que l'utilisation des IG pour les produits agro-alimentaires est une pratique ancienne. L'origine associée à un produit spécifique lui confère une réputation. Mise en place à travers certains types d'actions collectives, la protection par les IG permet ainsi de renforcer la confiance des consommateurs et par conséquent, de stimuler la demande pour ces produits d'origine sur le marché mondial.

La valorisation contemporaine des produits d'origine est en partie due à la réaction des consommateurs face à la mondialisation croissante dans laquelle les producteurs locaux ont besoin de différencier leurs produits de la concurrence des produits génériques et dans laquelle les consommateurs attachent une importance particulière à l'origine des produits.

Le Bénin s'est engagé dans le processus de mise en place des IG depuis 2009. Il est question de poursuivre les efforts de mise en œuvre des IG au Bénin, tout en les intégrant dans une vision globale de la politique commerciale pour la promotion et la diversification du secteur agricole à travers l'ensemble des instruments de politique commerciale et à la lumière des engagements régionaux et internationaux.

2. IMPORTANCE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES (IG) ET LEUR POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT AU BÉNIN

2.1 Importance des Indications Géographiques

Une indication géographique s'entend d'une indication servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire ou d'une région délimitée dans les cas où une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et/ou aux facteurs naturels ou aux facteurs humains qui y sont présents.

L'IG est une forme de propriété intellectuelle et culturelle collective unique et importante. Elle s'accompagne de plusieurs droits, notamment le droit d'usage exclusif du nom, lequel renvoie généralement à une région géographique (ou parfois culturelle) donnée, et qui est conféré par l'État aux producteurs et transformateurs régionaux de produits particuliers valable uniquement pour ces produits. Il doit exister un lien direct entre les caractéristiques distinctives, les aspects culturels ou la qualité d'un produit et son lieu d'origine ou la région géographique. Ainsi, l'IG est un dispositif qui indique aux consommateurs la présence d'un ensemble de qualités ou d'attributs uniques.

Les Indications géographiques (IG) apparaissent comme des outils susceptibles d'agir positivement sur la pérennisation des SYAL. Elles permettent bien évidemment de limiter l'expansion spatiale. L'exclusion des producteurs «hors zone» peut être gérée sur une base objectivée, grâce à l'identification de critères scientifiques déterminant les limites de la zone à l'intérieur de laquelle la spécificité du produit peut être garantie. Les IG peuvent également influencer sur la capacité d'action collective des acteurs d'un territoire:

- Elles peuvent ouvrir de nouveaux marchés, limiter la concurrence entre eux et favoriser ainsi la coopération (Barjolle et Sylvander, 2002);
- Elles peuvent également, lors de la rédaction du cahier des charges, renforcer la convergence des stratégies individuelles.

La production (collective) de normes communes amène les acteurs du territoire à définir et expliciter une stratégie collective, ce qui renforce naturellement les possibilités de collaboration (Allaire et Sylvander, 1997; Stéphane Fournier, Cahiers Agricultures 2008).

En effet, les IG se réfèrent à des produits ayant des caractéristiques spécifiques, des qualités ou une réputation résultant essentiellement de leur origine géographique. Cette différenciation peut être attribuée uniquement à des caractéristiques locales du produit, son histoire ou ses caractéristiques distinctives liées à des facteurs naturels ou humains, tels que le sol, le climat, le savoir-faire local et les traditions.

Les IG peuvent être utilisées comme un outil pour le développement durable et rural, en raison de leur adaptation aux réalités locales et leur approche de développement multiforme, combinant une dimension de marché (en relation avec les droits de propriété intellectuelle) avec des liens aux biens publics (patrimoine, diversité alimentaire, savoir-faire et ressources génétiques locales, identité socio-culturelle, etc.).

Les IG peuvent concerner les produits alimentaires, mais aussi les produits non alimentaires. Elles représentent une solution pour renforcer les échanges entre les parties prenantes au niveau national. Ainsi, elles favorisent la préservation et la promotion des produits traditionnels sur les marchés locaux, et contribuent à l'amélioration du positionnement des produits d'exportation africains sur les marchés internationaux. Dans les pays africains, les IG peuvent être utilisées comme un outil pour l'organisation et la promotion des chaînes de valeur agricoles. Elles peuvent être un outil pour créer des revenus pour les agriculteurs et les autres acteurs de la chaîne de valeur, tels que les petites unités de transformation et les petits commerçants, et donc les aider à faire face aux périodes de soudure alimentaire et à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle.

Les IG se sont révélées être un outil pertinent pour résoudre de nombreux problèmes en relation avec le développement économique (l'autonomisation des petits exploitants, l'accès au marché et la valeur ajoutée, la promotion du développement économique local), mais aussi avec la préservation de la diversité bio-culturelle.

Les pays en développement font face à de nombreux défis quant à l'utilisation effective des indications géographiques, notamment en raison de leur institutionnalisation qui reste encore précaire, voire inexistante. En effet, il n'est pas rare qu'un cadre légal et institutionnel pour les IG soit inexistant ou incomplet (ex. une législation existante mais une absence d'évaluation de conformité et une non

application des procédures). De plus, il est nécessaire de considérer l'exclusion potentielle et la rivalité entre les différents acteurs impliqués dans le processus des indications géographiques (ex. un laxisme au niveau de l'enregistrement des produits au titre des IG peut engendrer une mauvaise représentation des différents acteurs, avec des personnalités dominantes). Biénabe et Marie-Vivien (2015) expliquent que les Etats devraient définir leur propre cadre institutionnel et fixer leurs propres conditions pour la mise en place des indications géographiques afin que le cadre soit adapté au contexte local (ex. prise en compte de la réputation basée sur l'héritage) et de ce fait, qu'il puisse promouvoir un développement de l'intérieur (Mengistie 2012; Bowen 2012).

L'Afrique de l'Ouest, à travers le mécanisme de l'Organisation Africaine de la Propriété intellectuelle (OAPI), bénéficie d'un cadre réglementaire régional très favorable à la mise en place des indications géographiques. Le Poivre de Penja (Cameroun), le miel d'Oku (Cameroun) et le café Ziama-Macenta (Guinée) ont été les premiers produits Africains à se voir décerner une Indication Géographique (IG) par l'OAPI.

Malgré l'existence de nombreux produits spécifiques dans différentes régions du Bénin, ainsi que de plusieurs projets d'assistance technique en la matière notamment financés par l'AFD, le processus des IG ne s'est pas encore concrétisé. Or la Division de l'Afrique, des PMA et des Programmes Spéciaux, qui porte une attention particulière à la valorisation des produits agricoles et à la sécurisation du lien existant entre la qualité d'un produit et sa région d'origine dans les PMA, avait organisé un atelier à Genève en décembre 2014 pour partager son expérience et les témoignages de différentes communautés rurales de PMA.

Le Bénin a adopté, en décembre 2002, le Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté (DRSP) qui fait de la lutte contre la pauvreté l'objectif principal du gouvernement en matière de développement. Pour atteindre cet objectif, des efforts considérables sont à faire pour assurer la croissance économique du pays, notamment dans le développement du commerce et la protection de l'environnement.

Afin de permettre au secteur du commerce de jouer pleinement son rôle, le Gouvernement béninois, grâce à l'appui du Programme du Cadre Intégré, a élaboré et validé en 2005 son Etude Diagnostique sur l'Intégration du Commerce (EDIC). Cette étude avait pour objectif de réévaluer les politiques commerciales et d'investissement, d'identifier les lacunes et les actions à mettre en œuvre pour une intégration effective du commerce dans les politiques nationales

de développement, notamment à travers une coordination interministérielle accrue. L'étude a ainsi contribué à une meilleure intégration du Bénin dans l'économie mondiale et à son objectif ultime, une lutte effective contre la pauvreté.

Les PMA sont riches en biodiversité. L'utilisation équilibrée de ces ressources et la production responsable sont indispensables pour profiter pleinement de ce potentiel économique. Les IG protègent la biodiversité à travers une utilisation unique des ressources locales et une gouvernance soutenable du territoire local. En instaurant des contrôles de qualité, certains écosystèmes peuvent ainsi être préservés.

Les PMA ont la culture, les traditions et la biodiversité qui, correctement protégées et promues, pourraient ajouter de la valeur à leurs produits et leur permettre de se s'insérer dans les chaînes de valeur. Cependant, les PMA sont fragiles en termes de cadre institutionnel, de capacités et d'infrastructures.

Il est connu que dans le contexte de la globalisation, les consommateurs du marché européen et international exigent de plus en plus des produits de qualité, dont des produits traditionnels (Journal Officiel de l'UE, 2012). Effectivement, afin de conquérir ces marchés, il faudrait:

- Une qualité irréprochable du produit;
- Le respect des normes de la production jusqu'à la commercialisation, y compris l'emballage;
- La communication, le marketing et la certification, qui ont également été reconnus indispensables.

En termes de biodiversité, les pays les moins avancés (PMA) présentent souvent une richesse accrue. Un grand nombre de leurs produits traditionnels sont élaborés à partir de plantes, de blé ou sont d'origine animale. Le revenu de la population de ces pays dépend donc fortement de l'agriculture et de l'élevage. Afin d'accroître le revenu des communautés rurales des PMA, tout en favorisant directement ou indirectement la sécurité alimentaire au niveau national, des initiatives de promotion et protection des produits artisanaux sont primordiales. En effet, ajouter de la valeur à ces produits traditionnels peut permettre non seulement de sécuriser le revenu des petits producteurs, mais également d'accroître l'autonomie des PMA à travers une plus forte production interne, pouvant initier une croissance économique alimentée par l'exportation contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté. Cependant, le potentiel de ces actions visant la protection et la promotion des produits traditionnels des groupes économiques les plus vulnérables est

souvent mal compris par les gouvernements des PMA qui ont alors tendance à investir davantage dans des projets d'ampleur majeure (mégaprojets) comme par exemple l'industrie minière. Ainsi, les opportunités d'exportation des produits traditionnels des communautés rurales sont trop souvent négligées.

2.2 Potentiel de développement

Le Bénin est doté de riches ressources naturelles et de diversité bio-culturelle qui représentent autant d'atouts à préserver et à promouvoir, en particulier dans un contexte de changement climatique, d'insécurité alimentaire persistante et de pauvreté. Les multiples missions d'identification du comité national de mise en place des indications géographiques, de la DPP/MAEP et de l'ANAPI ont fait ressortir les produits contenus dans le tableau ci-dessous.

Le Bénin possède des produits potentiellement éligibles aux IG. Un travail partiel d'identification courant 2009 à 2016 du Comité National de Mise en Place des Indications Géographiques (CoNaMP IG) suite aux indications de l'OAPI, dégage quelques produits contenus dans le tableau 1. De 2010 à 2013, plusieurs missions d'information et de sensibilisation ont été organisées. Elles concernent les Directeurs Généraux des Centres d'Action Régionale pour le Développement Rural (CARDER), des producteurs et des élus locaux de quelques communes. Ces missions ont été conduites par une délégation conjointe du Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP), de l'Agence Nationale pour la Propriété Industrielle (ANAPI) et la Plateforme Nationale des Organisations Paysannes et de Producteurs Agricoles (PNOPPA). En se basant sur les critères tels que: origine du produit, organisation des producteurs, potentiel de production, potentiel de consommation, norme et qualité, les potentiels produits IG identifiés sont contenus dans le tableau ci-dessous:

Tableau 1: Potentiels produits IG identifiés

Départements	Communes	Produits identifiés
Alibori	Kandi, Malanville, Gogounou	Fromage peulh (wagachi), Anacarde du Bénin, Oignon de Malanville
Atacora	Natitingou, Wasa Péhunco	Riz de montagne de l'Atacora, le miel de l'Atacora
Atlantique	Allada, Ouidah	Sel de djègbadji de Ouidah, Ananas (Pain de sucre) du Bénin, le Café de Niaouli, Aulacode du Bénin
Borgou	Parakou, Tchaourou	Fromage peulh (wagashi), Anacarde du Bénin, Beurre de Karité du Bénin, Igname de Tchaourou
Collines	Savalou, Glazoué, Dassa-Zoumé	Gari Sohoui de Savalou, Laboko (igname) de glazoué, piment de glazoué, sucre de savé, anacarde du Bénin
Littoral	Cotonou	Crevette grise du Bénin
Mono	Lokossa, Comé, Athiémé	Huile rouge (Zomi) de Comé (MONO)
Plateau	Kétou	Lafun de Kétou, Masque Guéléde de Kétou
Zou	Abomey Bohicon, Cové	Lio de wahoué, Agonlinmi (huile d'arachide d'Agonlin), les toiles tissées d'Abomey, Afintin d'Abomey

Les Indications Géographiques sont plus que de simples instruments commerciaux ou juridiques. Elles sont un outil de développement rural capable de servir les intérêts commerciaux et économiques tout en préservant les valeurs locales telles la tradition culturelle, l'environnement, et en permettant la participation du plus grand nombre.

Du côté du marché, l'IG confirme l'existence d'un lien non seulement entre un produit et un endroit donné, mais aussi, bien souvent, avec des méthodes de production uniques, des caractéristiques distinctives, ou des qualités mesurables propres à la région. Les caractéristiques organoleptiques uniques propres au terroir et les méthodes de production et de transformation traditionnelles qui y sont associées peuvent être difficiles à reproduire dans d'autres régions ou pays. Cette différence par rapport aux produits de base peut conférer un avantage compétitif précieux et inscrit dans la durée, même dans un système agroalimentaire de plus en plus industriel et uniforme. Les IG possèdent nombre de caractéristiques des marques haut de gamme. Les avantages d'une IG sont les suivants:

- Qualité supérieure et produits uniques disponibles et encouragés;
- Prix producteur plus élevés;
- Transmet des messages et minimise les «frais de recherche»;
- Protège la tradition locale et les pratiques culturelles;

- Responsabilité du producteur ou du fabricant plus facile à établir et à garantir (traçabilité);
- Différentiation et exclusivité;
- Peut permettre de préserver les valeurs locales (culturelles, traditionnelles, environnementales) par le biais de mécanismes du marché Externalités locales positives telles l'amélioration de l'emploi, le développement rural, la gouvernance, etc.

Les consommateurs béninois sont également sensibles à la valorisation et à la promotion de leurs produits de terroir. L'émergence de nouvelles enseignes et restaurants en faveur des produits de terroir le confirme. Plusieurs boutiques ou restaurants commercialisent des produits traditionnels. Les boutiques Label Bénin, Aliments sains, Saveurs Bénin, ou encore Dayelian confirment cette tendance et sont entrain de modifier le paysage agroalimentaire. La boutique «Dayélian – la tradition revisitée» est une startup qui «*fait le pari d'essaimer les produits et richesses du terroir, aux quatre coins du globe, sous une forme revisitée, plus moderne, plus chic et plus trendy*». L'émergence de la première AMAP (association pour le maintien de l'agriculture paysanne) portée par Edgar Deguenon (2016) est également le signe de l'émergence d'un segment de marché à la recherche de nouvelles valeurs. Toutes ces tendances sont favorables au développement des indications géographiques sur le marché national.

3. REVUE DE LITTÉRATURE SUR LA MISE EN ŒUVRE DES IG AU BÉNIN

3.1 Renforcement des capacités des acteurs

Le Bénin a bénéficié de renforcement des capacités grâce à des participations aux formations et séminaires à travers le financement du projet PAMPIG.

Au cours des années 2009 et 2011, le point focal IG du Bénin et le Directeur Général de l'ANaPI ont pris part aux formations et séminaires ci-après:

- Participation à la formation des points focaux sur le concept IG en juillet 2009 au Cameroun;
- Participation à la formation des points focaux IG des pays membres de l'OAPI sur le concept IG en octobre 2010 à Montpellier organisé par le CIRAD/ OAPI;
- Participation à l'atelier de formation sur le concept IG à Bruxelles en novembre 2010 organisé par l'Union Européenne (UE);
- Participation à la formation des acteurs de la société civile sur concept IG en avril 2011 au Cameroun;
- Participation à l'atelier de formation sur le concept IG en Uganda en novembre 2011 organisé par Union Africaine (UA);
- Participation à l'atelier de formation sur le concept IG en décembre 2011 en Guinée organisé par la FAO.

En 2012, trois (03) cadres respectivement représentant des structures telles que le MAEP, l'ANaPI et la PNOPPA ont participé à un atelier de formation à Yaoundé.

3.2 Mise en place d'un cadre institutionnel

Conformément aux recommandations de l'OAPI, le Bénin s'est doté d'un cadre institutionnel de promotion des IG. Ainsi:

- Le Comité National de Mise en Place des Indications Géographiques (CoNaMP-IG) a été créé par le Décret n° 2012-276 du 17 août 2012, portant création, attributions, organisation et fonctionnement du CoNaMP-IG au Bénin;

- Les membres du CoNaMP-IG au Bénin ont été nommés par Arrêté n° 684/2012/MAEP/DC/SGM/DRFM/DRH/DPP/ SA du 21 novembre 2012 puis, installés officiellement le 21 novembre 2012. Depuis leur installation trois (03) sessions ordinaires ont été tenues par le CoNaMP-IG. Ces sessions ont permis de renforcer leur capacité à se doter d'un plan d'action budgétisé;
- Le Secrétariat Permanent du CoNaMP-IG est mis en place par arrêté n° 053/2015/MAEP/DC/SGM/DRFM/DRH/DPP/SA du 02 mars 2015. Le processus de recrutement des membres est enclenché depuis juillet 2015.

3.3 Organisation des missions de sensibilisation et d'identification des produits

De 2010 à 2013, plusieurs missions d'information et de sensibilisation ont été organisées. Elles concernent les Directeurs Généraux des CARDERS, des producteurs et des élus locaux de quelques communes. Ces missions ont été conduites par une délégation conjointe du MAEP, ANaPI et PNOPPA.

Une mission d'information et de sensibilisation a été également conduite à l'Ecole d'Agriculture de Kétou. Au total on estime à environ cinq cent personnes qui ont pris part à ces séances d'information et de sensibilisation dans les communes et chefs-lieux de département du Bénin. La plupart des produits connaissent des formes d'organisation et d'initiatives porteuses, de potentiel capable de conduire à la mise en place d'IG. En effet, ils ont chacun une aire géographique bien déterminée et présentent des caractéristiques qui permettent de les identifier. C'est le cas de gari sohoui de Savalou produit à Savalou dans le département des Collines et l'huile d'Agonlin produite dans les communes de Covè, Zakpotat Zangnanado. Toutefois, d'autres produits méritent encore un travail de recherche, notamment sur la preuve de liens avec l'origine géographique.

Ainsi, l'identification des produits révèle que le Bénin dispose d'un potentiel en matière d'IG. Des fiches d'identification ont été élaborées pour cinq produits suivant le canevas de l'OAPI. Il s'agit de l'ananas, anacarde, wagashi, aulacode, gari sohoui, huile rouge zomi.

3.4 Renforcement des capacités organisé localement par d'autres organismes

Participation aux formations organisées par REDD

Le Bénin a abrité en 2013 le séminaire régional sur le thème: identification et inventaire des produits de qualité liée à l'origine. Ce séminaire a été organisé et financé par CTA/FAO/ROPPA/OAPI /REDD. Il a réuni une cinquantaine de participants venus des pays d'Afrique dont une dizaine de Béninois. Les participants béninois étaient issus des organisations de producteurs d'ananas, de la Fédération des Unions de producteurs du Bénin et de la Plate-forme. Ainsi, avec cette formation, le nombre de cadres béninois ayant acquis des notions sur les IG s'est agrandi. En octobre 2015, le Point focal des IG au MAEP, le Chef Service des Etudes et de la prospective de la DPP, ont participé en Suisse, au séminaire international de formation sur le thème: «Les IG: une démarche pour le développement local» qui a réuni une vingtaine de participants.

3.5 Formation de haut niveau des cadres sur les Indications Géographiques (IG)

Les 25 et 26 mars 2015 à l'hôtel du Lac à Cotonou, une formation de haut niveau sur l'initiative du PNOPPA a été organisée sur Financement du PPAO (Projet Banque Mondiale). La FAO a contribué à la réalisation de cette formation par l'appui de quatre experts internationaux. Cette formation a connu la participation d'une cinquantaine de cadres béninois du projet PADA, PPEAO de la Banque mondiale, des OP, de l'Administration, et de l'Université. Ils ont pu acquérir les notions élémentaires sur les Indications Géographiques.

3.6 Formation des cadres de plusieurs cabinets d'études et ONG locales

En avril 2014, les cabinets COSINUS conseil, Golf Expertise et 3 CA, et les ONG CEBEDEX et GRAPAD ont pris l'initiative de recruter un expert en IG pour former une vingtaine de leurs cadres sur deux jours. Ces cadres ont été outillés sur le concept IG. Suite à cette formation, deux (02) projets d'appui sur de potentiels produits IGéables (Wagashi, ananas, huile Agonlinmi et Gari sohoui de Savalou) ont retenu leur attention et élaborés et soumis au financement des PTF potentiels.

3.7 Expérience du projet d'Appui à l'IG «huile d'arachide (Agonlinmi)» par l'ONG Internationale GERES

L'ONG internationale GERES a initié le projet SETUP (Service Energétique et Technique à Usages Productifs) pour consolider l'action du GERES en faveur du développement des zones rurales, en accompagnant les entrepreneurs ruraux du secteur agroalimentaire à la mécanisation de leur production. C'est en fait un projet de valorisation de l'huile Agonlinmi depuis 2011. Au départ, ce projet n'a pas été initié dans l'optique d'une indication géographique. La qualité du produit étant améliorée, une association d'une trentaine de membres répartis dans les communes productrices de Covè, Zagnanando et Zakpota a été créé avec pour objectif la défense du produit. Ils ont à cet effet élaboré un cahier des charges qui est bien suivi. Sur les conseils des experts en indications géographiques du MAEP et de l'ANaPI-Bénin, l'Association a transmis à l'OAPI un dossier de demande de marque collective. L'étude de cette demande est en cours.

3.8 Mise en œuvre du Projet qualité AFDI / FUPRO

L'AFDI a conjointement avec la FUPRO-Bénin initié depuis 2012 le projet qualité: «La valorisation des produits locaux par la Qualité/Origine» dans le cadre des partenariats avec les OP béninoises et celles des régions françaises notamment Aquitaine. Ce projet a permis d'améliorer la qualité du riz dans le Mono-Couffo, Ouémé-Plateau et les Zou et Collines, du poulet Zado dans la commune de Zogbodomey et d'apporter un appui technique en renforcement de capacité et en échanges d'expériences au MAEP et au comité national d'indication géographique. L'objectif des producteurs de l'UCP de zogbodomey est d'arriver à une marque collective du poulet Zado.

3.9 Engagement de la SONAPRA: Appui de la SONAPRA à la mise en place du cadre institutionnel à la sensibilisation et à l'identification de produits

La SONAPRA, membre du comité national des IG, structure responsable de la promotion des filières agricoles au Bénin, a prévu en 2012 près de 30 millions de son budget pour les actions sur les Indications

Géographiques au Bénin. Malheureusement ces fonds prévus ne sont pas totalement décaissés pour réaliser toutes les opérations prévues. Le montant décaissé par la SONAPRA a servi à l'organisation de la cérémonie d'installation du CoNaM-IG et à réaliser quelques missions de sensibilisation.

3.10 Élaboration d'un projet d'appui à la mise en place

Le MAEP a introduit en septembre 2011 une requête de financement d'un projet sur les Indications Géographiques. Il s'agit d'une demande d'assistance au titre du programme de coopération technique (TCP/BEN) pour un montant de 358.298 USD. La FAO avait marqué son avis de non objection pour contribuer à la mise en place des Indications Géographiques au Bénin et a formulé des commentaires et suggestions pour une amélioration du document. Suite à des priorités dépassant le budget local de la FAO, le financement n'a pu être acquis malgré l'accord du siège de la FAO.

3.11 Engagements du MAEP

Depuis 2009, le MAEP, grâce au dynamisme du point focal IG basé à la Direction de la Programmation et de la Prospective (DPP), a contribué à la signature de décret et d'arrêté de mise en place du comité et du secrétariat permanent. Le Point Focal des IG au MAEP a pris part à toutes les rencontres nationales et internationales sur les IG. Il a également pris part au processus de mise en place des IG tel que: ananas, Lio et wagashi. Le MAEP a introduit une communication en conseil des Ministres relative au mécanisme de financement et au fonctionnement du CoNaM-IG et du SP. Au titre de l'année 2016, il est prévu dans le budget du MAEP, un montant de Cent Millions (100.000.000) de Francs CFA pour les activités de promotion des IG au Bénin.

3.12 Recensement des acteurs et Etude des CVA Huile agonlinmi, Gari Sohoui et huile rouge zomi de Comè

Dans le cadre du processus de mise en place des IG, le MAEP a démarré les études des CVA de certains produits. Ainsi, le recensement géo référencé des acteurs de la CVA huile Agonlinmi et gari Sohoui a été réalisé en partenariat avec le projet GOFIT de l'UAC. L'étude des CVA a été réalisée par le cabinet Triangle sous la

supervision d'une équipe de pilotage du MAEP. Ces recensements des acteurs et études des CVA ont permis de disposer de la liste exhaustive des transmatrices et des données socio-économiques sur deux CVA.

3.13 Engagements de l'ANaPI

L'ANaPI, à l'instar du MAEP, est membre du comité national IG. Son Directeur Général et l'un de ses cadres ont pris part à toutes les activités organisées à l'extérieur du pays ou à l'interne sur les IG. À travers l'ANaPI, l'OAPI a financé depuis 2011 les missions d'identification et de sensibilisation pour un montant cumulé de Quinze millions six cent trente-cinq mille huit cent francs. (15 635 800 FCFA).

L'OMPI a également appuyer le Bénin au cours de l'année 2015 à élaborer un document de stratégie en matière de développement de la propriété intellectuelle dans lequel le volet Indication Géographique est largement développé.

3.14 Mise en place d'un projet de recherche sur l'huile Agonlinmi par l'Université d'Abomey Calavi (UAC)

Dans le cadre des projets de recherche interdisciplinaire et interfacultaire de fonds compétitifs 2012 – 2014, l'UAC a financé un projet de Gouvernance des Fabriques de produits d'Identité de Terroir pour la prospérité des Exploitations Agricoles et de l'Artisanat agro-alimentaire au sud et moyen Bénin (GOFIT). L'objectif de ce projet est d'améliorer la performance des exploitations agricoles familiales et des entreprises de l'artisanat agro-alimentaire de l'arachide à travers le renforcement de leur potentiel d'identification géographique, en vue de la souveraineté alimentaire et de la prospérité économique des acteurs. Le projet contribuera à former 15 masters, 4 docteurs et 1 post-doc. Au total 10 enseignants chercheurs provenant de 6 laboratoires de 3 établissements de l'Université d'Abomey-Calavi sont impliqués dans ce projet.

Le projet a déjà fourni un master sur la commercialisation de l'huile d'Agonlin. Deux thèmes portent sur les IG. Il s'agit: Premier thème: Le système agroalimentaire et les Indications Géographiques: Cas de l'huile d'Agonlin et le kluiklui. Deuxième Thème: Etude des procédés d'identification des attributs IG et caractérisation des dérivés de l'arachide (*Arachishypogeeae*): Huile d'Agonlin et Kluiklui de l'aire Mahi-Nagot. Une thèse a été soutenue en Décembre 2015, la seconde en Juin 2016.

3.15 Actions de mise en place des IG Ananas, Lio de wahoué et Wagashi au Bénin

Les principales actions menées dans ce cadre s'énumèrent comme suit:

- Information et sensibilisation des acteurs des filières Lio et wagashi
- Appui à l'élaboration d'un cahier des charges
- Appui à la mise en place d'une organisation de défense des IG
- Appui à l'élaboration d'un planning de mise en place des IG

3.15.1 Cas de l'ananas pain de sucre du Bénin

Courant fin 2014, la PNOPPA, sur financement partiel du PPAAO et avec l'appui d'un Expert en IG, a appuyé les producteurs d'ananas dans le processus de mise en place d'IG. Elle a, tout d'abord, sensibilisé et formé une trentaine de producteurs d'ananas. Ensuite, elle a appuyé les producteurs lors d'un atelier de deux jours d'une trentaine de participants issues de diverses communes, à élaborer un cahier des charges. Ce cahier des charges a fait objet de diffusion et de vulgarisation dans les communes concernées. Une validation par commune a été effectuée lors d'une AG des membres désireux de faire partie du groupement IG. Puis, en novembre 2014, un projet de statut et règlement intérieur a été rédigé. Ces documents ont également fait objet de diffusion et d'amendement par commune. Ensuite l'AG constitutive a été tenue à Allada le 29 décembre 2014. Le bureau du groupement a été mis en place avec les démembrements par commune. Le cahier des charges a été validé. Un plan d'action a été élaboré lors de l'AG constitutive. Une mission conjointe du MAEP, de l'INRAB et de l'ANAPI, PNOPPA a été conduite avec les responsables de l'organisation de défense de l'IG pour choisir parmi une douzaine de variétés celle qui pourra servir de base à l'IG.

Le processus a été poursuivi de 2018 à 2019 sur financement de la FAO par l'actualisation du cahier des charges et du bureau du groupement de défense.

3.15.2 Cas du Lio de wahoué

Au début de l'année 2015, le même processus a démarré avec les femmes productrices de LIO. La première étape est celle de la sensibilisation et de

la formation. Ensuite, elles se sont réunies pendant deux jours pour élaborer un cahier des charges. Un plan d'action comprenant les étapes de constitution du groupe de défense, d'élaboration d'une stratégie de commercialisation, et de production de matière première est validé. Ainsi d'ici la fin de cette année ce processus connaîtra un aboutissement.

3.15.3 Cas wagashi du Bénin

La technologie de fabrication de ce produit a pris naissance dans la zone septentrionale du Bénin. Il est très consommé partout au Bénin et dans certains pays de la sous-région. A l'instar des deux autres produits, le processus d'identification du wagashi comme IG potentiel a été conduit. Après la sensibilisation et le recensement des femmes du Borgou désireuses de faire partie du groupement IG wagashi, elles ont été formées sur le processus. Avec l'appui de la PNOPPA et d'un expert en IG, elles ont élaboré un cahier des charges ainsi qu'un plan d'action. La mise en œuvre de ce plan d'action sera effective dès que le groupe de défense et d'amélioration de la qualité du produit sera mis en place. Ce groupe n'a pas encore été établi au moment de la publication de cette étude. L'Association Nationale des Organisations Professionnelles des Eleveurs de Ruminants du Bénin (ANOPER) basée dans le Département du Borgou/Alibori est responsable de la gestion du processus. Il est recommandé que cette association implique les acteurs des autres départements producteurs de wagashi, notamment les départements de l'Alibori, l'Atacora, la Donga, le zou et les collines.

3.16 Identification des produits IG pour la seconde phase de PAMPIG

L'OAPI a obtenu un financement pour la deuxième phase du projet PAMPIG. Dans ce cadre, la République du Bénin a été choisie pour conduire le processus de mise en place d'IG pour deux produits. REDD qui est retenu pour l'étude de faisabilité a envoyé un expert en septembre 2015 pour étudier les deux produits candidats au processus d'IG. Quatre produits (ananas, gari sohoui, wagashi, huile agonlinmi) ont été présentés. Le rapport d'étude de cet expert est disponible depuis 2016 et mis en application depuis 2018 à travers un projet financé par l'AFD basé au Cameroun siège de l'OAPI.

4. IDENTIFICATION DES POLITIQUES PASSÉES ET PRÉSENTES DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES DE QUALITÉ MISE EN ŒUVRE PAR LE GOUVERNEMENT BÉNINOIS

4.1 Rappel des stratégies liées à la promotion des produits agricoles de qualité dans les documents de politique

4.1.1 Niveau Ministère en charge de l'agriculture

En 2002, le document de déclaration de politique de développement Rural (DPDR) a opté pour la diversification des produits agricoles. Il est prévu l'amélioration de l'environnement pour faciliter le développement des unités agro-industrielles locales, l'offre de produits diversifiés, en quantité et en qualité suffisante, permettra d'en assurer l'approvisionnement. Ensuite, pour les consommateurs, les actions devront viser la mise en marché de produits agricoles à moindre coût et de bonne qualité.

Des réformes pour la diversification agricole ont été entreprises. Les CARDER sont devenus des CeRPA avec une direction spécifique, la Direction de la Promotion des Filières et de la Sécurité Alimentaire (DPFSA).

En 2012, le Plan Stratégique de Relance du Secteur Agricole (PSRSA) a retenu la promotion des filières comme axe majeur d'intervention. Il s'agit de développer des filières ayant un effet d'entraînement sur les différents secteurs de l'économie et pour lesquels le pays dispose d'un avantage comparatif. A cet effet un accent particulier sera mis sur:

- La production végétale: ananas, anacarde, maïs, manioc, riz, palmier à huile, cultures maraîchères;
- La production animale: volaille, aulacode, lait, œuf;
- La production halieutique: crevette, poisson;
- La production forestière et faunique: bois de service, bois d'œuvre, bois de chauffe.

Dans le document de Stratégie de Croissance pour la Réduction de la Pauvreté (SCR-3), le volet agricole est le cadre programmatique de référence de tous les PTF

au Bénin. Dans ce document, il est clairement stipulé que la diversification de l'économie par la promotion de nouvelles filières porteuses pour les exportations, constitue, pour les cinq prochaines années, l'option principale de la politique nationale visant à réduire la pauvreté.

Implicite, la qualité est au cœur de cette préoccupation, on ne peut développer les filières avec un accent sur l'exportation sans se soucier de la qualité spécifique des produits.

Les stratégies définies dans la SCR3 sont au nombre de 5 et se présentent comme suit:

- i. la modernisation de l'agriculture par une mécanisation adaptée et la maîtrise de l'eau;
- ii. la promotion de l'entreprenariat agricole, de la diversification de l'agro-industrie et de la professionnalisation des acteurs;
- iii. la mise en valeur des vallées des fleuves Ouéme et Niger;
- iv. la mise en œuvre de l'approche chaîne de valeur ajoutée dans la promotion des filières agricoles; et
- v. la mise en œuvre de la stratégie de diversification des produits agricoles.

La mise en œuvre des stratégies 4 et 5 nécessite la détermination des actions liées à la qualité spécifique des produits. La promotion des chaînes de valeur ajoutée met l'accent sur cet élément. Dans le cadre de ce processus, 8 filières ont connu l'analyse chaîne de valeur ajoutée. Toutes ces filières ont été dotées d'un plan d'action dont les chantiers de mise en marché ont donné une place de choix à la qualité.

Au niveau du document de Plan Stratégique de Relance du Secteur Agricole (PSRSA) doté de neuf axes stratégiques dont l'un porte sur la facilitation de l'accès aux marchés. Le contenu de cet axe se présente comme suit:

Le secteur agricole béninois reste confronté à une faible compétitivité de ses filières de production. A

l'exception de la filière coton, les circuits de collecte et de commercialisation des produits agricoles sont très peu structurés. Ce faible niveau de compétitivité et de structuration est au centre des problèmes d'accès des produits, tant au niveau du marché national qu'au niveau des marchés régionaux et internationaux. Il constitue un frein à l'exploitation des opportunités nées de la libéralisation et de la globalisation de l'économie.

4.1.2 Niveau Ministère en charge du commerce

Le Bénin dispose depuis 2004 d'une politique nationale de développement commercial qui a pour ambition de fournir aux consommateurs béninois des produits nationaux de meilleure qualité et à moindre coût, et d'inverser la tendance déficitaire de la balance commerciale en accroissant les exportations agricoles et en substituant les produits nationaux aux importations.

L'un des enjeux de cette politique commerciale est certainement la substitution aux importations massives à bas prix de certaines denrées alimentaires et la promotion des productions vivrières nationales. En effet, le Bénin dispose d'atouts considérables en matière de production vivrière. Les importations de produits alimentaires ont été facilitées par l'Etat, souvent pour répondre aux besoins des populations urbaines qui sont le plus souvent au-devant de la scène politique et qui font pression pour accéder aux produits de consommation à bas prix. Ces importations représentent une hémorragie de devises et font souvent concurrence aux productions locales. De plus, elles se traduisent par des changements durables de régime alimentaire à la défaveur des produits nationaux (consommation de farine de blé et de pâtes alimentaires importées contre riz et tubercules produits localement). De même, la faiblesse des politiques de valorisation des produits locaux limite leur accès au marché. A cet égard, une politique de couverture alimentaire adéquate pour pallier aux risques liés à l'approvisionnement du marché national peut justifier la mise en place d'un niveau de tarif minimum et de mesures spéciales pour protéger les productions vivrières.

L'atteinte du résultat stratégique d'accessibilité aux marchés mobilise les quatre domaines d'actions prioritaires suivants: (i) le développement d'infrastructures adéquates, (ii) le renforcement du dispositif de contrôle de qualité, (iii) l'identification des opportunités d'affaires, (iv) le renforcement de la capacité des acteurs. Il importe de signaler que

les questions de financement abordées dans la stratégie «accès au financement» contribuent de façon transversale à l'atteinte des résultats escomptés.

Il ressort de l'analyse de ce contenu qui précède que les éléments liés à la qualité spécifique des produits sont sérieusement pris en compte.

Ensuite, au niveau de l'axe de renforcement des capacités des acteurs, il est prévu le renforcement de la capacité des acteurs en développement de mécanisme de normalisation et de certification. Cette action portera sur la construction et l'équipement d'un laboratoire d'analyse environnementale, l'instauration des analyses biotechniques et nutritives de normes environnementales et l'étiquetage correcte des produits agricoles béninois.

L'accent à également été mis sur les fonctions régaliennes de l'Etat qui doit se recentrer sur ses fonctions de contrôle et de régulation, par le biais de la certification des semences et de l'agrément des opérateurs spécialisés.

En 2013, le Ministère en charge du commerce a élaboré un Plan Stratégique de Développement du Commerce au Bénin. Ce plan comporte les axes suivants qui ont trait à la promotion des produits de qualité:

- Assurer une protection efficace des intérêts des consommateurs;
- Renforcer la compétitivité des produits locaux;
- Promouvoir les exportations.

La mise en œuvre des actions prévues dans le plan d'action permettrait de valoriser les produits locaux.

Plusieurs autres études diagnostiques, étude de marché et stratégies, ont été élaborées sur les filières anacarde, ananas, manioc par les institutions en charge du commerce. La mise en œuvre de toutes ces actions prévues dans ces stratégies par filières devrait permettre la production des produits agricoles de qualité.

4.2 Résultats obtenus

Les actions engagées dans le cadre de la promotion des produits agricoles de qualité.

4.2.1 Niveau Ministère en charge de l'agriculture

Plusieurs projets de diversification agricole ont été conçus et mis en œuvre dans le cadre du déploiement

de l'option diversification des produits agricoles contenu dans la DPDR. C'est le cas du PADFA qui a été spécialement conçu et financé sur PIP. L'évaluation de ce projet a montré que des efforts avaient été réalisés dans le cadre de la relance de la production au delà du secteur coton. Mais l'approche filière n'a pas été mise en œuvre pour une production de produit de qualité.

En application du volet promotion des filières agricoles du PSRSA, le gouvernement béninois a déjà investi plus de 4 milliards pour doter le pays d'un Laboratoire Central de Contrôle de la Sécurité Sanitaire des Aliments (LCSSA) qui devra être accrédité afin d'assurer la qualité des produits à l'exportation. Ce laboratoire est fonctionnel depuis 2012.

De plus, une Agence Béninoise de Sécurité Sanitaire des Aliments (ABSSA) est créée par décret pour assurer le contrôle des produits agricoles. Elle regroupe en principe toutes les structures de contrôle en matière agricole. Mais malheureusement, cette structure rencontre des problèmes institutionnels. Les anciennes structures continuent leur contrôle et n'ont pas rejoint l'Agence.

D'autres actions relatives à la promotion de produits agricoles de qualité ont été engagées depuis 2008 par le Projet d'Appui au Développement du Secteur Agricole (PADSA) composante «Appui Institutionnel» au MAEP (CAIM) démarré en 2005 et arrivé à terme en 2011. Les actions menées dans le cadre de la promotion de la qualité concernent:

- ✓ L'élaboration de 94 normes sur les produits prioritaires et leurs dérivés. Ces normes prennent en compte les spécifications relatives aux produits, aux méthodes d'échantillonnage, d'inspection et d'analyses disponibles dans les laboratoires et à l'ABeNOR;
- ✓ Le renforcement des capacités du personnel des laboratoires et des services d'inspections, des producteurs et transformateurs sur les thèmes suivants:
 - Détermination du KOR (Kernel Out Rate: Ratio amande coque) sur la noix cajou;
 - Techniques d'identification des organismes nuisibles inféodés aux produits agricoles en transit et en particulier les céréales (riz, maïs etc...);
 - Bonnes pratiques d'hygiène et de fabrication des produits prioritaires du PADSA II;
 - Procédure de contrôle de la qualité des produits agricoles et alimentaires: méthode et norme d'utilisation des règlements.

- ✓ Les tests d'inter comparaison des laboratoires dans le cadre de l'accréditation;
- ✓ Des fiches, manuels et autres outils de communication ont été élaborés, édités et mis à disposition du personnel d'encadrement, des producteurs, des transformateurs et autres acteurs de la chaîne alimentaire dans le but d'améliorer la qualité des produits;
- ✓ L'étude d'introduction d'un label agricole béninois est réalisée.

Plusieurs autres programmes du MAEP développés plus récemment en 2012, PADA/ PPEAO, PADER, FAFA Mono Coufo, Atacora Donga PPAO, PPro AGRI, PDAC, PAIA-VO, ont obtenu des résultats liés à la promotion des produits agricoles:

- Participation aux salons internationaux pour vendre le label Bénin ananas et anacarde;
- Commercialisation des noix de cajou et d'ananas par les producteurs à travers la généralisation de la vente groupée;
- La formation des acteurs de la filière ananas et anacarde sur la mise en marché collectif de l'ananas par les producteurs afin d'amener les producteurs, les transformateurs et les commerçants à conclure, dans les prochaines années, un accord commercial plus rentable avec les acheteurs.

Le programme Approche Communale pour le Marché Agricole (ACMA) sur financement bilatéral des Pays-Bas a démarré en 2014. Ce projet prévoit de construire l'intelligence sur les marchés locaux et nigériens pour les acteurs directs et indirects. Les résultats de ce projet semblent prometteurs au vu des dispositions prises pour la conservation et le stockage des produits agricoles.

4.2.2 Niveau Ministère en charge du commerce

Les actions engagées à travers les programmes et projets du Ministère en charge du commerce notamment le Programme qualité UEMOA/ CEDEAO, Programme anacarde, et ananas se sont limitées à la détermination de normes de qualité et à la facilitation aux marchés des produits.

4.3 Évaluation des politiques (Echecs / Succès / Contraintes)

Il n'est pas possible d'utiliser les outils d'évaluation tels que la pertinence, l'efficacité, l'efficience, pour évaluer ces politiques passées et présentes étant donné qu'il y a eu plusieurs documents de politique élaborés sous diverses formes dans les deux ministères concernés. La plupart de ces politiques n'ont connu aucune

évaluation officielle pour que l'on puisse disposer des résultats obtenus. Toutefois, certains projets souvent de financement à ressources externes mis en œuvre ont connu des évaluations et ont permis d'apprécier le niveau d'atteinte des objectifs.

L'analyse globale permet de dégager les succès, les échecs et les contraintes des politiques dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2: Présentation (succès, échecs, et contraintes)

Succès	Echecs	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"> • La DPQC à travers les CeRPA et le ABeNOR ont entrepris la démarche qualité par des formations sur les bonnes pratiques d'hygiène et la démarche HACCP; • Mise en oeuvre du projet qualité UEMOA/ CEDEAO; • Existence d'un nombre important de projets sur les filières agricoles; • Réalisation des études de marché; • Plusieurs filières ont démarré une structuration au niveau national; • Mise en place des structures et institutions de contrôle qualité; • Augmentation de la production et la productivité pour assurer la sécurité alimentaire; • Augmentation de l'exportation des produits tels que karité, ananas anacarde; • Existence d'outils de valorisation (cadre légal); • Existence d'institutions de mise en œuvre (normalisation, certification, contrôle); • Existence d'initiatives d'amélioration de la qualité; • Emergence d'un marché pour ces produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de coordination entre les projets filières du MAEP et MIC; • Pas assez de débouchés pour les produits; • Faible organisation des producteurs; • Faible connaissance des outils existants et de leurs enjeux par les différents acteurs; • Faible opérationnalité des institutions en charge de garantir la qualité (obligation accréditation, moyen réguliers cohérence). 	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune stratégie globale de promotion de produits agricoles de qualité au Bénin; • Aucun programme national de promotion de produits agricoles; • Pas de stratégie de promotion des produits de qualité liés à l'origine.

Globalement, on peut noter que malgré l'existence d'éléments de stratégie faisant implicitement appel à la qualité des produits agricoles, il n'existe pas une véritable stratégie de promotion de produits de qualité,

ni un programme national cohérent relatif à la qualité et à la valorisation des produits locaux. Il n'existe pas non plus une stratégie de promotion de produits de qualité liés à l'origine.

5. RAISONS SPÉCIFIQUES DE MOTIVATION DE L'ADOPTION DES IG PAR LE GOUVERNEMENT

Certains produits agricoles, alimentaires, artisanaux et industriels présentent une qualité spécifique liée à leur origine de production, qui peut les rendre populaires. Ces produits de terroir présentant des attributs de qualité spécifiques indissociables des lieux où ils sont produits, sont identifiés comme des Indications Géographiques (IG). Cette spécificité offre aux produits en question un potentiel pour faire partie d'une démarche de développement durable. En effet, les acteurs locaux peuvent activer des ressources locales latentes et en faire des richesses, en les préservant et en les valorisant, pour les faire reconnaître sur le marché local, régional et international. Le Bénin détient un potentiel de produits du terroir à faire valoir. Ces produits présentent des caractéristiques d'indications géographiques. Bien que présentant des caractéristiques appropriées, ils ne sont pas reconnus comme Indications Géographiques par manque d'organisation des producteurs et de cadre institutionnel réglementaire ainsi qu'à cause de la méconnaissance du concept des IG par les acteurs.

Progressivement devenues un phénomène mondial, les IG font l'objet d'une protection multilatérale par le biais de traités internationaux. Créée par l'Accord de Bangui du 02 mars 1977, l'OAPI est chargée entre autres de mettre en œuvre et d'appliquer les procédures administratives communes découlant d'un régime uniforme de protection de la propriété industrielle ainsi

que des stipulations des conventions internationales auxquelles les Etats membres font partie.

Dans le cadre de la mise en œuvre du concept Indications Géographiques (IG), l'OAPI a entrepris depuis 2009 un processus de renforcement de capacité pour la mise en place d'Indications Géographiques en Afrique au niveau des 16 pays membres de l'OAPI. C'est dans ce cadre qu'a eu lieu, à Douala (République du Cameroun), le premier atelier d'information sur les IG en Avril 2009. À la suite de cet atelier, un séminaire de formation s'est tenu du 3 au 15 octobre 2010, à Montpellier. L'objectif principal de ce séminaire était de renforcer les capacités des points focaux de chaque pays membre de l'OAPI pour mettre en œuvre les Indications Géographiques afin de contribuer à la promotion des produits locaux et au développement local. La diversité du secteur agricole béninois offre un fort potentiel de développement pour le secteur industriel local et les exportations agro-industrielles. Historiquement, le coton était à la base du développement du tissu industriel béninois. Ses effets d'entraînement sur le secteur de l'égrenage, de la trituration, et de la filature restent très importants pour l'économie béninoise. Plus récemment, la transformation des fruits et légumes (ananas notamment), de l'anacarde et du karité offre de nouvelles perspectives intéressantes en termes de création de valeur ajoutée et d'exportation (Rapport EDIC).

6. ÉTABLISSEMENT DE LA LISTE DES PRODUITS POTENTIELS IDENTIFIÉS PAR LE GOUVERNEMENT DU BÉNIN (ANANAS PAIN DE SUCRE, WAGASHI GARI SOHOUI, CREVETTE, DES LAGUNES DU SUD)

Au terme des séries d'ateliers organisés de 2009 à 2011 par l'OAPI, les recommandations suivantes ont été formulées: (i) Sensibiliser les Autorités sur le concept et les implications pour le pays; (ii) Faire des investigations au niveau national pour identifier des produits typiquement béninois en fonction des critères retenus; (iii) Impliquer les producteurs dans la détermination des produits; (iv) Déterminer les cahiers des charges de l'indication géographique pour repérer et fixer certaines étapes d'obtention du produit qui contribuent à sa qualité et son originalité; (v) transmettre les besoins à l'OAPI; (vi) Renforcer les capacités des acteurs; (vii) Faire connaître l'outil et le valoriser;

Depuis lors, sur l'initiative du Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche, une séance de restitution de l'atelier de Douala a été organisée. Etaient invités à cette réunion, les représentants des Organisations Professionnelles, les Directions Centrales et techniques du MAEP, les représentants des Ministères de l'industrie et du Commerce, les Représentants du Projet d'Appui Institutionnel au Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche (AIMAEP/CTB, ProAGRI/GiZ, etc.), les Responsables des Projets, l'ABeNOR, l'ABePEC. Elle a permis de: (i) informer les participants sur le concept

IG et les principes de détermination des produits; (ii) rendre compte des tâches et recommandations issues de l'atelier; (iii) Déterminer avec les participants, sur la base des connaissances du milieu et de l'art culinaire de la population du Bénin, cinq (05) produits IG pour le Bénin.

En se basant sur les critères tels que l'origine du produit, l'existence d'organisation des producteurs, le potentiel de production, le potentiel de consommation, norme et qualité, cinq (05) produits ont été retenus, à savoir: (1) Ananas (pain de sucre), (2) crevette grise, (3) fromage peul (wagashi), (4) huile rouge zomi, (5) gari sohoui (gari de savalou).

Il reste, sur la base des cahiers des charges de l'IG, à repérer et fixer les étapes d'obtention du produit qui contribuent à sa qualité et son originalité. À cet effet, la DPP, en collaboration avec l'Agence Nationale de la Propriété Industrielle (ANaPI) propose de réaliser, pour le compte du Bénin, des investigations au niveau national afin de caractériser ces produits retenus et d'identifier, au besoin, d'autres produits qui répondent aux critères. Des études d'approfondissement seront nécessaires.

7. IDENTIFICATION DES INTERACTIONS ET SYNERGIES ENTRE LES DIFFÉRENTS PROJETS D'ASSISTANCE TECHNIQUE DÉPLOYÉS AU BÉNIN EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR AGRICOLE ET DES IG

Depuis l'indépendance en 1960, plusieurs programmes / projets d'assistance technique ont été mis en œuvre dans les ministères en charge de l'Agriculture et du Commerce en matière de développement du secteur agricole. Les projets d'assistance technique se suivent et évoluent en fonction des contextes et des régimes politiques. Le Bénin a bénéficié de financement de projets bilatéraux, multilatéraux et de financement des projets à travers les ONGs et les organismes privés. Des interactions et synergies ont parfois pu être créées. Néanmoins, dans le cadre d'une telle

étude, il faut disposer des résultats des évaluations de l'ensemble de ces projets par période et procéder aux analyses en fonction des actions exécutées.

L'IG est un nouveau concept qui s'est fait connaître qu'à partir de 2009. De ce fait, il n'a pas encore fait l'objet de projets d'assistance technique au Bénin. La seule initiative d'assistance prise en 2011 par la FAO n'a pas abouti. Toutefois, le Bénin a bénéficié de renforcement de capacité à travers l'appui technique et financier du projet PAMPIG, financé par la FAO basée à l'OAPI au Cameroun.

8. IDENTIFICATION DES POSSIBILITÉS DE MOBILISATION DE RESSOURCES FINANCIÈRES POUR LA MISE EN ŒUVRE DES IG AU BÉNIN

Depuis 2002, la stratégie élaborée à travers la DPDR en matière de diversification agricole a permis d'élaborer des projets de première génération portant sur le développement des filières agricoles. Cette stratégie s'est poursuivie par l'adoption, en 2012, du Plan stratégique de Relance du Secteur Agricole (PSRSA) qui a pour axe central la promotion des filières agricoles. Cette stratégie est basée sur la valorisation des CVA. Les projets filières de 2ème génération élaborés dès 2008 ont mis l'accent sur la promotion des CVA sans évoquer le concept IG qui date de 2010. Il revient désormais pour la 3ème génération de projets filières à partir de 2016 de prévoir un volet IG pour prendre en compte les CVA de ces filières

dont les produits ont une qualité spécifique liée aux terroirs. Le Bénin pourrait également élaborer un programme d'appui aux IG en faisant une requête de financement à tous les partenaires techniques et financiers qui interviennent sur les filières au Bénin. Plusieurs partenaires ont déjà manifesté leur volonté d'accompagnement des IG. Il s'agit de la Banque Mondiale à travers le PPEA, la coopération suisse à travers la PNOPPA, la FAO à travers le MAEP, l'ANaPI à travers l'OAPI, le Gouvernement à travers le budget national et la SONAPRA chargé de la promotion des filières agricoles. Il existe donc des opportunités de financement pour le développement de ce concept au Bénin.

9. IDENTIFICATION DES OBSTACLES / CONTRAINTES INSTITUTIONNELLES LIÉS À L'ADOPTION DES IG PAR LE GOUVERNEMENT

9.1 Diagnostic du processus de mise en place des IG au Bénin

Tableau 3: Analyse SEPO de la mise en œuvre des IG au Bénin

Succès	Potentialités
<ul style="list-style-type: none"> • Identification d'une vingtaine de produits IGéables; • Etudes réalisées dans le cadre de certains produits (études universitaires et techniques); • Démarrage du processus de mise en place de 3 produits potentiels en IG; • Mise en place d'un cadre institutionnel; • Recensement des acteurs des CVA: Huile d'Agonlin et gari sohoui; • Mise en place des groupements de défense des IG dans quelques filières; • Formation des cadres et producteurs sur le concept IG; • Existence d'un plan d'action pour la promotion des IG. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation d'une cinquantaine de cadres sur le concept IG; • Existence de faitière sur quelques filières; • Démarrage de processus de marque collective sur deux produits; • Démarrage imminent de la seconde phase du projet PAMPIG; • Possibilité de financement des processus IG par le budget du MAEP • Existence de produits locaux; • Existence du PSRSA axé sur la promotion des filières; • Savoir-faire des producteurs; • Existence de PTF engagés dans la promotion des IG; • Existence de Laboratoire Central de Sécurité Sanitaire des Aliments;
Echec	Obstacles
<ul style="list-style-type: none"> • Financement non disponible; • Financement non adéquat; • Financement Projet IG FAO non obtenu; • Faible fonctionnement de la coordination CoNaMP-IG G; • Ignorance des autorités politico administratives et certains partenaires techniques et financiers du concept IG; • Faible capacité des producteurs à conduire eux même le processus IG; • Faible niveau d'organisation des producteurs agricoles; • Faible aménagement des zones de production; • Insuffisance d'équipements pour les producteurs; • Faible disponibilité et accès aux intrants spécifiques; • Insuffisance des études pour la connaissance des IG; • Inexistence d'un organisme national de certification; • Faible disponibilité des ressources humaines; • Faible diagnostic des produits autres qu'agricoles; 	<ul style="list-style-type: none"> • Existence de produits fabriqués à l'extérieur du territoire d'origine; • Preuve de lien à l'origine des produits; • Analphabétisme des producteurs; • Consommateurs non connus et maîtrisés; • Marchés non étudiés; • Faible capacité des acteurs à percer les marchés de niche; • Les produits sont identifiés comme des produits de provenance; • Le territoire d'origine est très vaste et difficile à cerner; • Insuffisance de faitières pour toutes les filières; • Les effets du changement climatique; • Inexistence d'une loi d'orientation agricole; • Non permanence des membres du CoNaMP-IG;

9.2 Les grappes de contraintes

Tableau 4: Grappe de contraintes

Domaine	Contraintes par domaines	Contraintes majeures
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Financement non disponible; • Financement non adéquat; • Financement Projet IG FAO non obtenu • Insuffisance d'équipements pour les producteurs; • Faible disponibilité et faible accès aux intrants spécifiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance et inadéquation du financement; • Faible disponibilité et faible accès aux équipements et aux intrants spécifiques.
Organisation des acteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Faible capacité des producteurs à conduire le processus IG; • Faible niveau d'organisation des acteurs; • Pas de faitière pour toutes les filières. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible capacité des acteurs à conduire le processus IG; • Faible niveau d'organisation des filières agricoles et agro-alimentaires.
Cadre institutionnel	<ul style="list-style-type: none"> • Faible fonctionnement du CoNaMP-IG et du SP CoNaMP IG; • Faible maîtrise par les autorités politico administratives et certains partenaires techniques et financiers du concept IG; • Faible disponibilité des ressources humaines maîtrisant le concept IG; • Analphabétisme des producteurs; • Inexistence d'une loi d'orientation agricole; • Stabilité au poste insuffisante des membres du CoNaMP-IG. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible fonctionnement du cadre institutionnel IG; • Faible capacité des ressources humaines disponibles; • Analphabétisme des producteurs; • Inexistence d'une loi d'orientation agricole.
Connaissance des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Faible connaissance des IG et leur lien avec l'origine; • Faible aménagement des zones de production; • Faible diagnostic des produits autres qu'agricoles; • Existence de mêmes produits fabriqués à l'extérieur du territoire d'origine; • Preuves de liens avec l'origine des produits; • Les produits sont identifiés comme des produits de provenance; • Le territoire d'origine est très vaste et difficile à cerner; • Les effets du changement climatiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible connaissance des IG et leur lien avec l'origine; • Faible diagnostic des produits autres qu'agricoles; • Existence des mêmes produits fabriqués à l'extérieur du territoire d'origine; • Les effets du changement climatique.
Contrôle et certification	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistence d'un organisme national de certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistence d'un organisme national de certification
Accès au marché	<ul style="list-style-type: none"> • Faible connaissance des marchés potentiels; • Faible capacité des acteurs à percer les marchés de niche. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible connaissance des marchés potentiels; • Faible capacité des acteurs à percer les marchés de niche/

10. LES STRATÉGIES À DÉVELOPPER

10.1 Matrice des stratégies à développer par contraintes

Tableau 5: Les stratégies à développer

Contraintes majeures	Stratégies
<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance et inadéquation du financement; • Faibles disponibilités et faible accès aux équipements et intrants spécifiques; 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un mécanisme de financement adapté à la mise en place et la gestion des IG et durable; • Mise en place d'un mécanisme facilitant la disponibilité et l'accessibilité aux équipements et intrants spécifiques agricoles de bonne qualité;
<ul style="list-style-type: none"> • Faible capacité des producteurs à conduire le processus IG; • Faible niveau d'organisation des filières agricoles et agro-alimentaires; 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des filières agricoles, agro-alimentaires et des produits artisanaux à potentialité IG; • Elaboration et mise en œuvre d'un plan de renforcement de capacités organisationnelles des acteurs;
<ul style="list-style-type: none"> • Faible fonctionnement du cadre institutionnel IG; • Faible capacité des acteurs; • Analphabétisme des producteurs; • Inexistence d'une loi d'orientation agricole. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un mécanisme d'alphabétisation des membres des groupements IG; • Renforcement de capacité/ Formation des experts en IG; • Mise en place d'un mécanisme/système d'information et de sensibilisation sur le concept IG; • Organisation à la fonctionnalité des institutions IG; • Mise en œuvre du processus de mise en place des IG potentielles; • Mise en place d'un mécanisme d'approvisionnement durable en matière premières;
<ul style="list-style-type: none"> • Faible connaissance des IG potentielles et de leur lien avec l'origine; • Faible connaissances IG potentielles autres qu'agricoles; • Existence de mêmes produits IG fabriqués à l'extérieur du territoire d'origine; • Les effets du changement climatique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation des études sur la connaissance des produits potentiels IG sélectionnés, leur lien avec l'origine, recensement des acteurs, et des études socio-économiques relatives aux produits; • Elaboration d'un mécanisme de prise en compte de l'environnement dans la production des produits IG;
<ul style="list-style-type: none"> • Inexistence d'un organisme national de certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un système de qualification des produits
<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance d'études de marché appropriées; • Faible capacité des acteurs à percer les marchés de niche 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des études de marché sur les produits; • Valorisation touristique des produits

10.2 Matrice des actions par stratégies

Tableau 6: Matrice des actions par stratégies

Stratégies	Actions
Mise en place d'un mécanisme de financement des IG adapté et durable	<ul style="list-style-type: none"> • Prévoir une ligne de crédit pour le volet IG dans tous les projets filières; • Prévoir dans les Budgets du MAEP et du MIC une ligne de crédit pour le financement des activités sur les IG; • Elaborer un programme de promotion des IG à soumettre au PTF (FAO, PNUD, BAD, Banque Mondiale etc.) • Prévoir un guichet pour les IG au niveau du FNDA
Mise en place d'un mécanisme facilitant la disponibilité et l'accessibilité aux équipements et intrants agricoles	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR de recrutement d'un cabinet pour la réalisation de l'étude; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage; • Recruter le cabinet; • Mettre en œuvre les recommandations de l'étude
Organisation des filières agricoles, agro-alimentaires et des produits artisanaux à potentialité IG	<ul style="list-style-type: none"> • Susciter et appuyer l'organisation des filières
Elaboration et mise en œuvre d'un plan de renforcement de capacités organisationnelles des acteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR de recrutement d'un cabinet; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage; • Recruter le cabinet; • Mettre en œuvre les recommandations de l'étude.
Mise en place d'un mécanisme d'alphabétisation des membres de groupements IG	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les manuels de formation; • Recruter les maîtres alphabétiseurs; • Exécuter les modules d'alphabétisation.
Renforcement de capacité/ Formation des experts en IG	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer des modules de formations pour les associations des producteurs, les faitières et les OP, les acteurs des produits, les techniciens des CARDER, les directions techniques du MAEP et MIC, et l'ANaPI; • Organiser des formations au profit: des associations des producteurs, des faitières et OP, des acteurs des produits, des techniciens des CARDER, les directions techniques du MAEP et MIC, et l'ANaPI; • Elaborer un module de formation pour les universités et des écoles de formation techniques et professionnelles agricoles et artisanales; • Négocier et mettre en place un Cycle de master IG à l'université d'Abomey Calavi; • Organiser des visites d'échange à l'extérieur dans les pays avancés en matière d'IG; • Identifier des programmes de recherche sur les IG; • Poursuivre la mise en œuvre des programmes de recherche sur les IG à l'université et à l'INRAB.
Mise en place d'un mécanisme/ système d'information et de sensibilisation sur le concept IG.	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser des séances d'information et de sensibilisation du grand public par commune et associations; • Organiser des séances d'information et de sensibilisation à l'endroit des autorités politico administratives; • Organiser des émissions radio et télévisées sur le concept; • Organiser des reportages télévisés; • Organiser des séances d'information et de sensibilisation à l'endroit des universités; • Elaborer un prospectus sur les IG; • Diffuser le prospectus; • Diffuser le guide de l'OAPI; • Mettre en place et assurer le fonctionnement des points focaux dans tous les secteurs communaux et structures intervenant dans la promotion des IG.
Organisation à la fonctionnalité des institutions IG	<ul style="list-style-type: none"> • Rendre fonctionnel le CoNaMP-IG et son Secrétariat Permanent (SP); • Doter le comité et le Secrétariat d'un siège; • Doter le SP de ressources humaines compétents; • Equiper le Comité et le Secrétariat Permanent;
Mise en œuvre du processus de mise en place des IG (des produits)	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier de nouveaux produits; • Organiser les acteurs autour du programme de gestion des IG potentielles identifiées; • Elaborer des cahiers des charges; • Elaborer et faire valider les demandes d'enregistrement par l'OAPI; • Mettre en place le système de contrôle et de certification; • Assurer la promotion des produits porteurs et potentiels.
Organisation du volet durabilité des produits et matières premières	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir l'aménagement durable des zones de production des produits IG; • Assurer la disponibilité et l'accès aux intrants spécifiques de bonne qualité; • Prendre en compte les aspects environnementaux dans les systèmes de production des produits IG.
Organisations d'études sur l'identification des produits de mise en indication géographique, lien à l'origine des produits, recensement des acteurs et socio-économique des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage des études; • Recruter un expert IG pour l'identification; • Mettre en place une équipe multi-acteur d'identification; • Concevoir les critères d'identification.
Elaboration d'un mécanisme de prise en compte de l'environnement dans la production des produits IG	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR de recrutement du cabinet d'étude; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage • Recruter un cabinet; • Mise en œuvre des recommandations de l'étude.
Mise en place d'un système de qualification des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR de recrutement du cabinet d'étude; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage • Recruter un cabinet; • Mise en œuvre des recommandations de l'étude.
Organisation des études de marché sur les produits	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer les TDR de recrutement du cabinet d'étude; • Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage • Recruter un cabinet; • Mise en œuvre des recommandations de l'étude.

Stratégies	Actions
Valorisation touristique des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Inventorier les potentialités touristiques des IG • Diffuser les résultats de l'étude; • Sensibiliser les structures de touristes (agences de voyage, hôtels, restaurants, sites touristiques, etc.)

10.3 Matrice des actions spécifiques par produits

Tableau 7: Matrice de stratégies et des actions spécifiques par produits

Produits	Stratégies	Actions
Ananas, Wagashi, Gari sohoui, Crevettes grises	Mise en œuvre du processus de mise en place des IG;	<ul style="list-style-type: none"> • Informer, sensibiliser et former des acteurs; • Recenser des acteurs désireux d'être membre de groupement IG; • Elaborer le cahier des charges; • Délimiter la zone de production; • Elaborer le projet de statut et règlement intérieur du Groupement de défense de l'IG; • Organiser l'AG constitutive groupe de défense de l'IG; • Valider le cahier des charges; • Elaborer la stratégie de commercialisation et de marketing; • Elaborer la stratégie d'approvisionnement en matières premières; • Mettre en œuvre le processus de qualification; • Appliquer le cahier des charges • Suivre l'application du cahier des charges • Contrôler la production; • Réaliser la promotion des produits IG;
Ananas, Wagashi, Gari sohoui, Crevettes grises	Mise en place d'un système de qualification des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer le cercle vertueux de chaque produit; • Former les producteurs à l'obtention de produit de même qualité et au respect des CdC; • Se faire accompagner par un organisme de certification
Ananas, Wagashi, Gari sohoui, Crevettes grises	Organisation du volet durabilité des produits IG et des matières premières de production et de conditionnement	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les conditions de production des matières premières, de transformation et de conditionnement des produits finis; • Etudier les conditions pour une production pérenne; • Etudier des conditions pour la sauvegarde de l'environnement;

11. RECOMMANDATIONS EN DIRECTION DU MIC EN VUE D'UNE INTÉGRATION DES IG DANS LA POLITIQUE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE

Recommandations pour l'intégration du programme IG dans la politique nationale de développement du commerce:

- Amener l'ANaPI à s'approprier les résultats de l'étude en tant que relais local de l'OAPI;
- Convaincre l'ANaPI à jouer le rôle d'avant-garde et de plaider pour une intégration des IG dans la politique commerciale;
- Organiser un atelier national pour montrer les avantages d'intégration des IG dans la politique nationale du commerce;
- Organiser la restitution de la présente étude aux acteurs du Ministère du Commerce;
- Faire le Lobbying auprès de la société civile, des autorités politico administratifs et des acteurs des produits identifiés;
- Intégrer au document de politique de commerce au Bénin, la stratégie sur la propriété Intellectuelle en cours d'élaboration par l'OMPI, ainsi que les résultats de la présente étude, pour une raison de cohérence sectorielle;
- Faire partager la même vision entre MAEP/MIC et les structures chargées de la qualité ANaPI, ABeNOR, ABSSA;

- Intégrer dans le PNDC les aspects commerciaux de l'IG et le processus de reconnaissance pour éviter les doublons des activités techniques d'IG du Ministère en charge de l'agriculture;

Autres recommandations pour la mise en place des IG

- Equiper les structures chargées du contrôle de la qualité des produits;
- Faciliter la création de structures privées de contrôle de la qualité;
- Faciliter l'accréditation du LCSSA qui permettra aux exportateurs de produits agro-alimentaires de pouvoir opposer à leurs clients un certificat reconnu internationalement. CEDEAO (Rapport EDIC, BM 2015);
- Définir une politique nationale de qualité et rationaliser le dispositif institutionnel de qualité CEDEAO (Rapport EDIC, BM 2015);
- Définir une politique nationale de qualité qui s'insère dans la politique régionale de qualité (ECOQUAL) mise en place au niveau de la CEDEAO (Rapport EDIC, BM 2015);
- Revoir la cohérence de l'ensemble du dispositif réglementaire et institutionnel de qualité et définir les missions respectives des différents services et agences. CEDEAO (Rapport EDIC, BM 2015)

12. BILAN DES INTERVENTIONS DES AGENCES NATIONALES ET INTERNATIONALES POUR LA PROMOTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUE AU BÉNIN

12.1 Intervention du MAEP

Depuis 2009, le MAEP à travers la DPP, a démarré le processus de promotion des Indications Géographiques. Les actions principales ont porté sur:

► Information, sensibilisation et formation

Plusieurs séances de sensibilisation et d'information sur le concept IG à l'intention des acteurs intervenant dans les chaînes de valeur de certains produits à potentiel IG ont été tenues; les cibles atteintes sont les CERPA Atlantique, Zou, Atacora, Donga et Ouémé; les organisations des producteurs: la PNOPPA et Fédération des Unions de Producteurs (FUPRO).

► Identification de produits potentiels à Indication Géographique

Le MAEP, à travers la DPP et son point focal, a contribué à identifier une vingtaine de produits à Indication Géographique. Ces produits ont été identifiés de façon participative sur la base des critères.

► Mise en place d'un cadre institutionnel

Un Comité National de Mise en Place des Indications Géographiques (CoNaMP-IG) a été mis en œuvre en 2012 sur la base du décret n° 2012- 276 du 17 août 2012 lors du Conseil des Ministres sur la base des orientations de l'OAPI. Les membres du comité ont été nommés par arrêté ministériel n° 684/2012/MAEP du 21/11/12 et installés par le MAEP en présence de la Directrice Adjointe de l'OAPI. Des formations ont été organisées à l'intention des membres en 2013, 2014. Les membres ont doté le comité d'un statut et d'un règlement intérieur. Le comité a élaboré les textes de composition et de fonctionnement du secrétariat technique. Les arrêtés ont été pris. Le recrutement de deux membres a eu lieu en juillet 2016. Il s'agit du coordonnateur et du responsable de la composante production.

À ce jour, le Comité n'a pu apprécier de dossiers d'IG puisqu'aucun processus IG n'est en place par manque de ressources. En effet, le secrétariat technique mis en place n'a pas les ressources nécessaires à son fonctionnement. Par conséquent, les membres recrutés n'ont pu exercer leur fonction. Le MAEP a prévu 100 millions de Francs CFA au budget en 2016. Le Ministère

des finances a opposé la nomination d'un agent comptable pour gérer le fonds, argumentant du fait que le comité n'est pas mentionné dans l'organigramme du MAEP et qu'il n'est pas stipulé dans le décret le créant la mise à disposition d'une subvention et la nomination d'un agent comptable. Le SP a tout de même pu mobiliser 50 millions Francs CFA au titre d'un financement sous la coupole de la DPP. Le secrétariat, grâce à ce financement, a pu réaliser quelques activités en fin d'année. On peut citer l'information et la sensibilisation des acteurs dans la zone des acteurs d'ananas dans l'Atlantique, les nouvelles structures DDAEP, ATDA et mairies, la recherche de lien à l'origine du produit Lio et de Afitin dans le Zou.

Il faut aussi noter d'autres actions, à savoir:

- Appui à l'élaboration du cahier des charges ananas pain de sucre du Bénin, lio d'Abomey, wagashi du Bénin: le cahier des charges a permis d'étayer la documentation sur ces produits et de faire des AG par commune avec les acteurs pour fournir les éléments;
- Organisation en groupements de défense des acteurs ananas pain de sucre du Bénin: Un projet de statut et de règlement intérieur a été élaboré. Ce projet a été soumis à l'appréciation des acteurs lors des AG par commune et a fait l'objet de validation et de mise en œuvre lors d'une AG constitutive.

12.2 Les interventions de l'Université d'Abomey Calavi (UAC)

La seule action qui mérite d'être soulignée est le programme de recherche Gouvernance des Fabriques de produits d'Identité de Terroir pour la prospérité des Exploitations Agricoles et de l'Artisanat agro-alimentaire au sud et moyen Bénin sur l'huile d'Agonlinmi et le kluiklui d'Agonlin. C'est un projet de recherche interdisciplinaire et inter facultaire sur financement de l'UAC. Ce programme a permis de former deux masters et deux docteurs en Indication Géographique. Les travaux de ces recherches ont contribué à retenir l'huile d'Agonlin pour en faire une IG.

12.3 Intervention de PROCAD / PPEA financement Banque mondiale

De 2014 à 2015, le ProCAD a financé les activités suivantes:

- Information, sensibilisation des acteurs, lio, wagashi et ananas pain de sucre;
- Elaboration du cahier des charges ananas pain de sucre, lio d'Abomey et wagashi du Bénin;
- Formation des cadres et des acteurs sur le concept par une expertise internationale.

12.4 Les interventions de l'OAPI / ANaPI

De 2009 à 2013, l'OAPI, à travers le projet PAMPIG, a mené des actions de renforcement des capacités. Le point focal MAEP et le DG ANaPI ont pris part à plusieurs rencontres internationales de renforcement des capacités. L'ANaPI, sur financement OAPI, a organisé plusieurs missions d'identification de produits et de sensibilisation des acteurs sur le concept.

L'OAPI vient de démarrer la seconde phase du projet PAMPIG, et le Bénin est retenu pour en bénéficier. À la suite de deux missions d'investigation, les produits gari Sohoui et Agonlinmi sont retenus pour un accompagnement dans le processus IG. L'OAPI a également marqué son accord pour apporter son expertise pour le produit ananas pain de sucre, qui a déjà deux financements partiels.

12.5 Les interventions de la FAO

En 2015, le Bénin a fait une requête pour bénéficier d'un projet IG. Néanmoins, le siège local n'a pas donné de suite favorable. Mais en 2017, le Bénin a bénéficié d'un projet libellé «Amélioration de la Compétitivité et de développement d'une Indication Géographique de

l'ananas pain de sucre du Bénin». Ce projet est en cours d'exécution. Les activités, qui sont actuellement déployées, concernent la sensibilisation, l'information des acteurs, l'élaboration d'un cahier des charges, l'étude de lien à l'origine et l'organisation des acteurs. C'est ce projet qui a permis de conduire le processus d'IG pain de sucre plateau d'Allada-Bénin.

12.6 Les interventions de l'UE / AFD à travers le PARASEP

Le Projet d'Appui au Renforcement des Acteurs du Secteur Privé (PARASEP) sur financement UE / AFD a engagé des actions dans le cadre de la mise en place IG ananas pain de sucre du Bénin. Les actions à ce jour ont porté sur:

- Recrutement d'un consultant international pour retenir les actions à mener;
- Information, sensibilisation, formation et lancement du processus.

L'intervention de la FAO et du PARASEP sur le même produit ananas pain de sucre, rencontre des problèmes de coordination. Il a été recommandé, lors d'une rencontre des parties prenantes présidée par le MAEP, la mise en place d'un organe de coordination, à la suite d'un plan d'action conjoint et validé par toutes les parties prenantes.

Le problème majeur concerne le financement complet. En effet, les financements partiels, de part et d'autre, ne sont pas de nature à conduire le processus dans son entièreté. C'est l'un des principal frein au processus de mise en place des IG au Bénin. C'est aussi un risque de découragement des acteurs. En effet, les actions menées et abandonnées à mi-parcours peuvent décourager les acteurs qui n'ont pas encore vu un cas de réussite des IG au Bénin. Reprendre les mêmes actions avec les mêmes acteurs, et sans résultats, constituent un facteur de découragement et de désintéressement des acteurs.

13. CONTEXTE DES INTERVENTIONS IG, RELATION AVEC LES INTERVENTIONS DES DÉLÉGUÉES À L'OMC ET À L'OMPI, ANALYSE DE L'IMPORTANCE D'UNE COOPÉRATION ACCRUE ENTRE LA CAPITALE ET LES DÉLÉGUÉS À GENÈVE

La Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), conformément à son mandat, renforce actuellement les capacités sur la base des meilleures pratiques à adopter au niveau national pour préserver et protéger les produits traditionnels en mettant en œuvre les IG et en se conformant aux normes sanitaires et des exigences phytosanitaires (SPS), telles que l'analyse des risques, un point de contrôle critique (HACCP) 3 et les protocoles EurepGAP4. De même, la CNUCED encourage l'introduction d'initiatives et de politiques commerciales dans les plans de développement des PMA, visant à préserver et à renforcer la valeur commerciale et éthique de leurs produits traditionnels afin de maintenir la biodiversité et de mettre en place avec succès des politiques favorables aux pauvres.

La littérature montre que la protection des produits (dans le cadre des IG) entraîne des gains économiques plus importants, favorise une croissance de la production de qualité et permet une meilleure répartition des bénéfices (Areté, 2013; Teuber, 2010). La protection des Indications Géographiques présente des avantages positifs plus larges pour les communautés locales. En particulier, les IG encouragent la préservation de la biodiversité, du savoir-faire local et des ressources naturelles.

Les produits agricoles et les denrées alimentaires sont intégrés dans les écosystèmes végétaux, forestiers ou animaux.

La situation des PMA est plutôt précaire en termes de cadre institutionnel, de capacités et d'infrastructures. Pour la plupart des PMA, l'agriculture constitue l'épine dorsale de l'économie faisant vivre la majorité de la population. Les communautés rurales sont les plus vulnérables parmi les différents groupes économiques.

Avec un accès limité aux marchés internationaux, une information restreinte, ainsi que des limitations quant à l'accès au crédit/finance, pour les communautés rurales, la seule manière d'être compétitif est à travers des marchés de niches, pour des produits présentant

des caractéristiques uniques, spécifiques à la région de production. Les PMA possèdent la culture, la tradition, et la biodiversité nécessaires permettant d'accroître la valeur de leurs produits et de s'insérer dans les chaînes de valeurs, à condition que ces atouts soient protégés et valorisés de manière appropriée. Les IG peuvent donc être utilisées par les PMA afin de promouvoir les produits traditionnels et de les protéger contre les contrefaçons. Les IG appartiennent aux communautés rurales dans leur ensemble. Les IG permettent d'acquérir un positionnement de marque de leurs produits, permettant de gagner en visibilité, réputation et reconnaissance. De plus, les consommateurs sont enclins à payer un prix plus élevé pour acheter un produit présentant un lien avec une région ou environnement spécifique dans les PMA. Les IG peuvent donc contribuer à l'expansion et à la diversification des marchés à travers la croissance de la production, les incitations pour une meilleure qualité et les encouragements pour les communautés productrices. Enfin, les IG contribuent à la préservation de la biodiversité à travers la protection de variétés et d'écosystèmes distincts de ceux des pays voisins.

La mise en œuvre des IG constitue un défi dans les PMA. Les défis et les succès dépendent d'un mélange de facteurs tels que l'organisation des communautés rurales, le cadre institutionnel et les perspectives globales du gouvernement.

L'action collective permet la diversité des acteurs le long de la chaîne de production; l'IG étant un bien public (exclusion; non-rivalité). L'action collective est nécessaire pour promouvoir le développement selon un approche «bottom-up».

Le niveau précaire des institutions et du cadre réglementaire (le cadre national pour les IG est souvent inexistant ou incomplet) est un facteur qui ne favorise pas le développement des IG.

De nombreux PMA ne possèdent pas les mesures/ tests de conformité ou de mécanisme d'application de la protection par les IG et pour leur gestion.

Il faut noter que le dialogue entre les acteurs est aussi un facteur très important. Dans ce cadre, la CNUCED agit en tant que facilitateur, par la création/renforcement des capacités institutionnelles ainsi que par la sensibilisation des acteurs.

Au regard de l'importance des IG pour les PMA, du niveau d'engagement de la CNUCED et des actions menées dans les PMA, il paraît important de mettre l'accent sur le rôle des délégués à l'OMC et à l'OMPI. La CNUCED a eu l'initiative d'organiser une formation à l'intention des délégués pour renforcer la connaissance sur les IG et les possibilités de développement de ce concept. Les délégués devraient maintenant aider à réaliser le plaidoyer pour obtenir le financement des PMA, dans le cadre de la mise en place des IG dans les pays. Ils devraient travailler dans ce sens pour obtenir des financements et des appuis techniques afin d'accélérer le processus. Cette formation a eu lieu en octobre 2018 en Italie et a vu la participation d'une quinzaine de délégués. Cette dernière a été animée par des experts internationaux en IG de l'Italie, du Bénin et de Genève. À l'issue de cette formation, les délégués n'ont pas manqué d'apprécier l'utilité de cette formation. Ils se sont engagés à travailler dans le sens de la promotion de ce concept dans leurs pays.

Nous pouvons espérer que dans un futur proche, des actions soient engagées dans ce sens. Un suivi devra être fait par la CNUCED afin d'obtenir un résultat.

Une synergie entre le niveau des décisions à un niveau local et les délégués à Genève devra être établie afin d'accélérer les actions de plaidoyer et l'obtention de ressources nécessaires à la promotion des IG dans les PMA.

Par exemple, deux ateliers avec des communautés ont eu lieu dans le cadre du DA. En février 2014, l'atelier «Mise en Valeur et Commercialisation des Fruits en Casamance par les Indications géographiques» a été organisé à Casamance, Sénégal. Pour promouvoir les fruits de Casamance, il était indispensable que les groupements de producteurs soient sensibilisés sur le sujet des IG. C'est pourquoi, cet atelier les a informés sur la théorie des IG, particulièrement sur les aspects de qualité,

de durabilité, du marketing ainsi que sur la protection de la biodiversité. Aussi, il a été nécessaire d'établir une connexion entre le gouvernement sénégalais et ses représentants au sein des organisations à Genève, notamment au sein de l'OMC et de l'OMPI. De même, à Madagascar, la communauté a été sensibilisée sur la nécessité d'une protection légale au niveau national et sur l'importance de la Propriété Intellectuelle (PI) des produits au niveau international.

En octobre 2014, l'atelier «*Voices from rural communities in least developed countries: Promoting traditional food products and the territory through «made in» initiatives and geographical indications*» a eu lieu à Turin, Italie. Pendant cet atelier, des représentants des gouvernements et des communautés rurales des pays les moins développés ont échangé leurs expériences concernant la mise en œuvre, les défis et les bénéfices des IG. La Mauritanie, le Sénégal et Madagascar étaient représentés à cet atelier pour partager leurs expériences. Les représentants des pays ont surtout souligné qu'un travail restait nécessaire pour la promotion de leurs produits traditionnels afin qu'ils puissent être commercialisés internationalement et échangés à leur juste valeur. Mais l'initiation de la mise en œuvre des IG a déjà aidé à capter l'attention des gouvernements, à augmenter la réputation des producteurs et surtout, à renforcer la collaboration dans les groupements des producteurs.

Les IG sont souvent utilisées en Europe pour apposer une marque sur des produits spécifiques, tels que le Parmigiano reggiano d'Italie ou le fromage suisse Gruyère. Les PMA présentant une longue tradition en matière de fabrication de leurs produits artisanaux ainsi qu'une riche biodiversité. Les IG pourraient également leur permettre de construire ou d'alimenter la bonne réputation de leurs produits traditionnels afin de se positionner sur les marchés internationaux. Les IG permettraient aux communautés rurales de promouvoir leurs produits, tout en préservant leur intégrité territoriale et leur biodiversité. En contribuant à ajouter de la valeur le long de la chaîne de production, les IG peuvent contribuer, à long terme, à réduire la pauvreté dans les PMA.

14. IMPORTANCE DE LA DISSÉMINATION DE L'INFORMATION ET DU RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES ACTEURS NATIONAUX AINSI QUE DES DÉLÉGUÉS À GENÈVE

Depuis 2010, la CNUCED soutient certaines communautés rurales des PMA dans leurs efforts pour promouvoir les produits traditionnels par le biais des indications géographiques (IG). Les IG sont des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, en vertu de l'Accord sur les ADPIC de l'OMC. Le lien avec le territoire et le caractère unique du produit permettent de distinguer les IG des autres formes d'ADPIC.

Les données du marché et de la littérature montrent que la promotion et la protection des produits grâce aux IG peut se traduire par des gains économiques plus importants, une production de qualité et une répartition des bénéfices pour les communautés rurales des PMA. Les IG encouragent la préservation de biodiversité, le savoir-faire traditionnel ainsi que les ressources naturelles. En tirant parti des ressources biologiques et de la diversification culturelle, la mise en œuvre des IG peut représenter une occasion unique de rassembler les différents acteurs de l'offre de la chaîne de valeur, y compris les producteurs, les autorités gouvernementales et les chercheurs.

Les IG font partie intégrante des négociations commerciales de l'OMC (aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce). La perception des ADPIC par les PMA est souvent négative – perçus comme des outils bénéfiques uniquement aux pays développés. Or pour les PMA, les IG doivent être pris en considération dans les négociations multilatérales mais aussi dans le cadre des négociations des accords de libre-échange.

Au niveau des Etats-Unis et du nouveau monde, les IG sont perçues comme *«une forme inutile et non désirable de protection pour les producteurs de régions particulières contre la compétition de nouveaux entrants»*. Dans l'UE, les IG sont perçues comme un *«héritage culturel et gastronomique»* et outil de développement rural.

Le travail de la CNUCED pour soutenir les communautés rurales des PMA à travers la promotion de leur produit unique dans le monde a été célébré au Palais des

Nations à Genève, à l'aide de représentations artistiques, en octobre 2014 pour le 70ème anniversaire de l'ONU.

L'œuvre d'art *Villaggio Terra* (Village-Terre) a été créée par Maurizio Cancelli, artiste et fondateur d'une communauté agraire en Ombrie, Italie.

Le 70^e anniversaire des Nations Unies à Genève a été l'occasion de présenter l'assistance technique de la CNUCED sur les IG en tant qu'instrument juridique pour le développement du commerce, pour aider les communautés rurales à mettre leurs produits en valeur de manière culturelle et commerciale. C'est la renaissance de leur territoire.

L'œuvre *«Villaggio Terra»* («Village Earth») de l'artiste italien Maurizio Cancelli représenté dans la couverture de cette publication a animé le concept des IG ainsi que son potentiel pour atteindre les objectifs de développement durable. *«Villaggio Terra»* est le résultat de la recherche artistique pour la défense du territoire de montagne autour du village de Cancelli en Italie et représente la relation étroite entre le village, son économie et le territoire où les producteurs de la communauté vivent et travaillent. Ceci est capturé dans une nouvelle vision humaniste: le village symbolise l'action combinée des individus vers la croissance et l'harmonie locale et globale, puisant dans la richesse des savoir-faire traditionnels enracinés dans la singularité de chaque terroir.

Les œuvres de M. Cancelli en forme de toile illustrent une redécouverte du patrimoine culturel. Les valeurs économiques de ces territoires peuvent aboutir à leur «renaissance» par la promotion de leurs produits. Constitué d'une installation en cube, le village est l'agora, l'espace carré où la diversité se fond dans la synergie créative. À l'entrée de l'installation de deux côtés opposés aux entrées de la place, le visiteur fait l'expérience des différents points d'observation sur lesquels les perspectives géométriques sont dessinées. Extérieurement, les dessins sont inspirés des villages typiques de la région de l'Ombrie idéalisée pour représenter n'importe quel village du monde.

L'installation d'art a été présentée par M. Laourou Eloi, ambassadeur de la République du Bénin et coordinateur du groupe des PMA de l'OMC en 2016, au Palais des Nations en octobre 2015, en présence de l'artiste et de plusieurs responsables de la CNUCED et du public au cours des 70 anniversaires des Nations Unies.

Les IG devraient faire partie d'une stratégie commerciale globale et non d'une panacée perspective de la politique commerciale. Les IG ne reçoivent pas une aide substantielle de l'Aide pour le commerce. Jusqu'à présent, les interventions du FEI ont concerné la promotion des exportations plutôt que les politiques et réformes structurelles. Les IG sont des programmes gourmands en ressources qui doivent être ancrés et liés à une stratégie commerciale multisectorielle globale pour être viable et durable. Il sera question de relier les IG aux stratégies commerciales en tenant compte de l'expérience de certains PMA africains. Les défis et les réussites dépendent d'un ensemble de facteurs tels que: l'organisation des communautés rurales, la mise en place institutionnelle des différents ministères et l'attitude du gouvernement. On remarque aussi un manque de compréhension de ce que sont les IG: mélange avec les marques, commerce équitable, produits biologiques etc. Les institutions ainsi que le cadre réglementaires sont précaires. Les lois nationales sur les IG peuvent ne pas exister, ou

bien sont incomplètes, et peuvent faire concurrence aux marques de commerce et aux autres initiatives. Il faut noter l'importance du dialogue entre les parties prenantes: ministères du commerce et de l'agriculture, DPI instituts, chambres de commerce, associations de producteurs.

L'une des contraintes au développement des IG dans les PMA est la méconnaissance du concept. Depuis 2009, les efforts réalisés par l'OAPI en matière d'information et de formation sur le concept n'ont pas encore atteint le niveau escompté pour déclencher un grand mouvement de développement des IG. Il n'existe pratiquement pas d'IG dans la plupart des PMA.

Au regard de ce constat, la dissémination de l'information sur le concept IG et le renforcement des capacités des acteurs nationaux et des délégués à Genève constituent une priorité. Les délégués à Genève sont en contact avec les Partenaires Techniques et Financiers (PTF), les organismes d'appui, ils peuvent jouer un rôle de plaidoyers et de recherche et de mobilisation de ressources financières. Le retard des PMA en matière d'IG est d'un siècle. Il faut une mobilisation et une disponibilité d'une grande ampleur. De plus, il est nécessaire de reconnaître les nombreuses potentialités des IG. Les PMA retireraient de nombreux bénéfices à faire la promotion de cet instrument commercial.

15. ÉTUDE DE LA SYNERGIE ET NÉCESSITÉ DE COORDINATION ENTRE LES DIFFÉRENTES INTERVENTIONS PUBLIQUES ET LES PARTENAIRES TECHNIQUES

Le produit gari est une CVA de la filière manioc. La filière manioc a bénéficié de l'appui de plusieurs projets par le passé, notamment le projet manioc PDFM et PDRT. Ces deux projets ont laissé assez d'impact sur le terrain. Le projet FAO dénommé Projet de renforcement des relations commerciales entre les producteurs et les acheteurs dans le secteur des racines et tubercules GCP/RAF/448/EC, compte atteindre les quatre résultats suivants:

- ✓ Les stratégies nationales et régionales existantes sont alignées sur des initiatives qui soutiennent le développement d'une meilleure intégration des marchés régionaux dans le secteur du manioc au Bénin;
- ✓ La compétitivité et la viabilité de la filière manioc sont renforcées à travers une amélioration durable de l'intensification de la production et de la coordination de la chaîne de valeur;
- ✓ L'accès des petits agriculteurs aux services d'information et au financement est amélioré;
- ✓ L'accès des petits producteurs aux instruments de gestion des risques climatiques est amélioré.

Le projet intervient sur deux chaînes de valeur que sont «gari Sohoui» et cossette d'igname et dans six communes du Bénin dont la commune de Savalou. Le diagnostic réalisé par le projet a révélé la nécessité d'augmenter le rendement du manioc pour que la matière première soit disponible. C'est ainsi que le projet a installé deux champs école (CEP) dans deux arrondissements regroupant 50 producteurs pour rendre le produit plus disponible. Les innovations technologiques apprises aux producteurs devraient permettre de passer à un rendement de 13 tonnes à 25 tonnes à l'hectare.

Il est envisagé que ces 50 producteurs répliquent les nouvelles techniques apprises dans leur champ la saison prochaine. C'est un gage d'augmentation de la production.

Les femmes transformatrices de la CVA Gari ont pu renforcer leurs capacités en matière de transformation et de conditions d'hygiène.

L'intervention de ce projet prépare les acteurs à la mise en place de l'IG sans nécessairement être un projet d'IG. Ces leçons apprises, et les renforcements des capacités constituent des atouts pour la conduite du processus IG.

De mêmes, les actions précédentes de l'Association Nationale des Femmes Agricultrices (ANAF) en matière de renforcement de capacité et d'organisation ont permis d'améliorer les conditions de production de gari. Ces actions ont porté sur: (i) l'amélioration des capacités des femmes agricultrices en matière de promotion des chaînes de valeurs agricoles, (ii) le développement des connaissances des femmes agricultrices sur la gestion entrepreneuriale et sur la qualité des principales productions, (iii) la création d'un réseau d'organisation de défense de l'égalité des sexes dans les organisations professionnelles et les chaînes de valeurs agricoles, (iv) la promotion des Associations Villageoises d'Épargne et de Crédit (AVEC) pour améliorer l'accès aux financements pour les femmes agricultrices rurales, et (v) le développement d'un mobile banking permettant d'améliorer l'accès des pauvres aux services financiers formels par l'adoption des systèmes numériques. Il y a nécessité de capitaliser toutes ces actions précédentes, et de les prendre en compte dans le processus de développement de l'IG.

16. AUTRES INTERVENTIONS DE LA CNUCED SUR LES IG:

Des projets IG sont mis en œuvre dans les PMA par la CNUCED et se présentent comme suit:

- «Renforcement des capacités des communautés rurales des PMA pour accroître la valeur ajoutée de leurs produits traditionnels» (2012-2014);
- «Accès aux marchés et lois commerciales», financé par le gouvernement italien;
- Activités: services de conseils, ateliers nationaux/régionaux, consultants nationaux et experts internationaux;
- Collaboration avec la FAO et Slow Food;
- Atelier et conférence publique au Salon du Goût (Terra Madre Salone del Gusto), Octobre 2014, Turin Italie;
- Résultats présentés au 70^e anniversaire de la CNUCED (Octobre 2015)

En 2015, la CNUCED a reçu une requête officielle de la Mission Permanente du Bénin à Genève pour soutenir les IG.

La CNUCED a pu répondre à cette requête dans le cadre d'un projet du CIR, notamment par l'intégration de la problématique à la Politique Nationale de Développement du Commerce (PNDC) et les activités suivantes:

- Consultant National: Étude sur les IG au Bénin
- Atelier de sensibilisation
- Élaboration et validation du cahier des charges du gari Sohui de Savalou
- Invitation d'experts et artistes à des séminaires et expositions

Dans plusieurs pays, la CNUCED fournit une assistance technique pour supporter des communautés rurales en promouvant des produits traditionnels.

En Mauritanie, les femmes Imraguen transforment le mullet (poisson) pour en faire de la Poutargue, une préparation encore peu connue. Quant au Sénégal, les communautés de femmes cultivent et transforment de nombreux fruits très spécifiques à la région, de la Casamance qui manquent encore de notoriété sur le plan international. Finalement, le riz rose de Madagascar (Vary Dista) est un riz cultivé dans la région du lac Alaotra qui se distingue clairement des autres variétés. La protection et la promotion de ces produits traditionnels

par l'enregistrement d'un IG pourrait permettre à ces communautés rurales d'accroître considérablement leurs rendements, augmentant ainsi les revenus des petits producteurs compris dans les tranches les plus pauvres de la population; d'où le potentiel important en matière de réduction de la pauvreté.

À Madagascar, par le biais de l'Office Malgache de la Propriété Intellectuelle (OMAPI), et en coopération avec l'Office Mondial de la Propriété Intellectuelle (OMPI), des instruments importants comme les propriétés industrielles et intellectuelles harmonisées avec les conventions et traités internationaux ont déjà été mis en place. Dans le processus de l'IG et de la protection où l'autorité nationale pourrait être impliquée, l'OMPI a été approché. Les producteurs et les agriculteurs espèrent ainsi pouvoir obtenir la garantie d'un revenu équitable et ainsi continuer à produire ces variétés contre les pratiques déloyales en respectant les exigences du cahier des charges et la soumission à un système de contrôle.

Les producteurs du riz ont réussi à distinguer leurs riz rose et blanc grâce à des caractéristiques comme le poids ou le contenu de la fibre. Leur communauté est actuellement dans le processus d'apprentissage sur les IG. Leur besoin actuel est de mettre en place le support administratif nécessaire, ainsi que d'augmenter la conscience sur les bénéfices potentiels, afin de mettre en place un système d'IG fonctionnel.

Il existe une organisation des producteurs de riz, la coopérative Koloharena qui est responsable du transport, du séchage, de l'emballage, de la fixation des prix, et des ventes. Les IG représentent une opportunité pour réorganiser les structures existantes (coopératives). Il est donc nécessaire d'identifier un groupe dirigeant pour l'IG. Un consultant de la CNUCED a facilité l'identification des spécifications du produit et du sol, affectant les propriétés et le goût du produit qui le rend unique. La rédaction du cahier des charges, en consultation avec la communauté, et la tenue d'un atelier national à Amparafaravola, en 2014, constituent des activités pionnières de la CNUCED.

Au Sénégal, les producteurs des fruits en Casamance ont du surmonter les difficultés liées à l'absence d'infrastructures adéquates pour la préservation des fruits et du savoir faire, nécessaires à la protection de la biodiversité ainsi que pour accéder au marché. Le fruit en Casamance est un fruit exotique qui n'existe pas en Europe, et qui est transformé en jus de fruits par

une coopérative exclusivement féminine. Comme en Mauritanie, et au Sénégal, la promotion et la protection des produits ont des bénéfices principalement pour les femmes des communautés rurales. En effet, ce sont elles qui sont directement impliquées dans le processus de production. La décision de soumettre le produit pour l'IG a été réalisé en Novembre 2012. Encore aujourd'hui, les prochaines actions sont attendues. On note une absence d'infrastructures adéquates, un fort potentiel pour l'enregistrement des indications géographiques mais pas d'aide adéquate du gouvernement pour soutenir et financer l'initiative. L'intégration des indications géographiques dans l'EDIC est nécessaire.

Les crevettes blanches du Mozambique ont un fort potentiel d'exportation (différents goûts). La qualité et les spécificités sont bien connues, mais il existe une utilisation abusive du «nom de marque» des crevettes roses Mozambique, surtout sur les marchés lucratifs du Sud Afrique. En l'absence d'une IG, il n'y a aucun moyen de distinguer les crevettes blanches du Mozambique des autres crevettes commercialisées sur ces marchés. Le Mozambique a demandé l'aide de la CNUCED pour recruter un expert dans le domaine des IG. En 2013 et avec IPI, deux ateliers nationaux sur les IG se sont tenus à Beira, Maputo.

Ainsi, la protection des crevettes blanches du Mozambique est l'un des défis majeurs. Le niveau de conscience quant à la pertinence des IG pour le développement et la croissance économique d'un pays reste faible parmi les décideurs, le secteur privé et les communautés. Le diagnostic présente également une coordination faible intra et interinstitutionnelle, des conflits d'intérêts, des relations de pouvoir, et généralement la lenteur à adopter des changements. Ensuite, les associations de pêche artisanale existantes sont faibles et dispersées face aux défis de la gouvernance interne.

Les problèmes et défis rencontrés par les différentes communautés rurales et les gouvernements des pays les moins avancés sont similaires. Le manque d'infrastructures adéquates pour une production de qualité, l'absence d'une réglementation qui supporte la mise en œuvre des IG ou encore le moindre support des gouvernements rendent difficiles la promotion et la protection des produits traditionnels. Aussi, la connaissance des bénéfices des IG, quant à la protection de la biodiversité ou encore la redistribution de revenu aux producteurs et notamment aux femmes doit s'améliorer. Un travail accru doit donc être réalisé

au niveau des communautés locales, mais également au niveau national. Les gouvernements doivent se responsabiliser pour supporter et mettre en place des conditions pour la mise en œuvre effective des IG.

Comme souligné pendant des ateliers à Turin, Genève, etc., les PMA sont enthousiastes à parcourir le chemin nécessaire à la mise en place des IG. Tous reconnaissent les IG comme un outil utile pour promouvoir leurs produits traditionnels et ainsi aider les communautés rurales, préserver la biodiversité et ainsi réduire la pauvreté. En échangeant leurs expériences et les leçons apprises, ils ont réalisé que chaque pays se trouve dans étape différente de la mise en œuvre des IG, mais que quatre éléments sont essentiels pour le développement des IG. Au niveau national, il est important que les stratégies de commerce soient intégrées dans les politiques de développement des PMA. Pour ce faire, les PMA peuvent profiter de l'expérience de la CNUCED et de Slow Food. De l'autre côté, il est nécessaire que les donateurs et les gouvernements fournissent des supports financiers et techniques plus important. En plus, ils doivent soutenir des projets de renforcement des capacités pour promouvoir les IG. En même temps, ils devraient accepter d'adapter les exigences de qualité et la manière d'aborder les IG aux contextes et caractéristiques spécifiques des PMA.

LA CNUCED a organisé un atelier de formation à l'Institut Universitaire Européen, Florence, Italie, en Octobre 2018, en collaboration avec WIPO et FAO. Les participants à cet atelier sont les délégués des PMA. Ce fut une occasion de sensibilisation et de mobilisation de certaines délégations à Genève envers les IG afin de susciter la mobilisation de ressources pour les PMA. La CNUCED attend beaucoup des résolutions issues de cet atelier en matière de plaidoyers, en faveur des PMA pour décrocher des financements plus importants.

Au Bénin, les interventions de la CNUCED en matière de promotion d'IG ont porté sur le renforcement des capacités des acteurs des produits gari Sohoui, ananas pain de sucre des zones de Savalou et de l'Atlantique. Ensuite, ce fut l'élaboration d'un cahier des charges de gari Sohoui et la validation par une trentaine de femmes de Savalou en Novembre 2017. Ainsi, les acteurs de cette filière ont pris conscience de l'importance de leur produit et sont prêts à se battre pour sa promotion. Il ne reste que l'organisation et l'application du cahier des charges pour la mise en place d'une IG. Malheureusement, aucun financement n'était disponible pour poursuivre le processus.

Le Secrétaire Permanent (SP) CoNAMP-IG a rédigé un projet IG gari *Sohoui* et l'a soumis à la CNUCED pour recherche de financement. Le projet a été soumis à des partenaires mais aucune suite n'a encore été donnée.

Les impacts attendus après la mise en place d'une IG, identifiés par les productrices lors de l'atelier participatif sont:

- Développer les marchés à l'international;
- Améliorer le prix sur le marché national;
- Améliorer la gestion et diminuer les pertes du manioc et du gari;
- Obtenir une reconnaissance sur l'importance économique et sociale de la production de manioc et du gari dans la région;
- Diminuer les risques de contamination de la racine par les produits phytosanitaires (surtout quand le manioc est produit après le coton);
- Augmenter le revenu des femmes transformatrices (Cerdan, 2018)

L'OAPI a démarré la phase 2 du Programme d'Appui à la Mise en Place des Indications Géographiques (PAMPIG). Le Bénin a été retenu pour bénéficier de ce projet. Deux missions d'identification ont été réalisées dans le pays afin de retenir un à deux produits dans le but d'accompagner le Bénin. Les rapports de ces deux missions ont porté leur choix sur le gari *Sohoui* de Savalou et l'huile *Agonlinmi*.

La formation organisée par la CNUCED, et la disponibilité d'un cahier des charges validé, le niveau de prise de conscience des acteurs et le niveau de connaissance sur le concept IG ont fortement impacté le choix du produit gari *Sohoui* par l'OAPI pour la mise en place d'une IG.

Ce travail de la CNUCED a été un atout. Il a permis aux acteurs de se mobiliser et d'attirer l'attention des deux missions sur la pertinence de ce produit. La capitalisation de ces actions a porté ses fruits.

17. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

La présente étude permet de montrer la pertinence de l'intervention de la CNUCED dans le domaine des indications géographiques et d'analyser l'importance des IG et le potentiel du pays. Elle permet également de ressortir la synergie d'action entre les structures intervenant dans la filière et l'impact de l'intervention de la CNUCED.

Les IG peuvent indubitablement s'avérer un outil effectif de développement à travers la protection, le «Branding» et l'accès aux marchés régionaux et internationaux. Cependant, il existe un sévère manque d'action des donateurs pour soutenir les IG comme initiative d'Aide pour le Commerce. La CNUCED est en discussion avec de multiples donateurs afin de poursuivre et d'étendre l'assistance technique dans les PMA et à Genève. Les nouvelles requêtes sont les bienvenues; il est essentiel de travailler ensemble vers la recherche de donateurs.

Les défis et les succès dépendent d'un mélange de facteurs tels que, l'organisation des communautés rurales, le cadre institutionnel et les perspectives globales du gouvernement. Un défi majeur est le manque de compréhension de ce que sont les IG et leur fonctionnement (confusion avec les marques, le commerce équitable, les produits bio, etc) ainsi que le niveau précaire des institutions et du cadre réglementaire; le cadre national pour les IG est souvent inexistant ou incomplet. Le dialogue entre les acteurs est indispensable. La CNUCED agit en tant que facilitateur/médiateur, par la création/renforcement des capacités institutionnelles ainsi que la sensibilisation des producteurs, des gouvernements et des négociateurs.

Toute nouvelle requête spécifique pour une assistance technique sur les IG par la Division de l'Afrique et des PMA, peut être soumise au Secrétaire Général de la CNUCED, afin de faciliter la mobilisation des donateurs.

L'intervention de la CNUCED a permis de faire une étude de l'état des lieux en matière d'IG et de renforcer les capacités des acteurs des filières manioc, ananas, des structures étatiques et des délégués des PMA à Genève. L'intervention a aussi permis d'élaborer un cahier des charges gari *Sohoui* de Savalou. Toutes ces actions ont favorisé le choix des produits gari *Sohoui* par l'OAPI pour le processus complet d'IG, à compter de 2019.

L'implication des délégués des PMA à l'OMC et à l'OMPI à une séance de renforcement des capacités sur le concept IG, est une action devant déclencher un plaidoyer pour mobiliser des ressources. L'espoir est donc permis. Il va falloir s'organiser pour la dissémination de l'information et une synergie d'action entre les autorités de chaque pays et les délégués. Il revient aux délégués des PMA de rechercher les opportunités de ressources et d'informer les autorités des pays afin que des requêtes soient envoyées.

Il est nécessaire de recommander ce qui suit:

- La CNUCED devrait renforcer ses activités pour la promotion des IG en partenariat avec la FAO et l'OMPI, pour une complémentarité accrue;
- Études de la CNUCED à venir sur les IG dans les Accords de libre-échange;
- Activités de plaidoyer en partenariat avec les pays demandeurs d'assistance.

Références

- Barjolle D., Sylvander B. (2002).** Some Factors of Success for Origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions in *Economies et Sociétés, Cahiers de l'ISMEA, Série Développement Agroalimentaire*, n° 25, septembre-octobre.
- Allaire G., Sylvander B. (1997).** Qualité spécifique et innovation territoriale. *Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales*, n° 44.
- Fournier S. (2008).** Les Indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés? *Cahiers Agriculture*, vol. 17, n° 6.
- Biénabe E., Marie-Vivien D. (2015).** Institutionalizing Geographical Indications in Southern Countries: Lessons Learned from Basmati and Rooibos.
- Areté (2013).** Study on Assessing the Added Value of PDO/PGI Products. Executive Summary. Commissioned Study by the European Commission.
- Teuber R. (2010).** Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation: The Case of Coffee.
- Cerdan C. (2018).** Les indications géographiques au regard de la théorie des communs. *Innovation et Développement dans l'Agriculture et l'Alimentation*.

Annexe

Élaboration d'une Feuille de route

La présente feuille de route est élaborée sur cinq ans.

1. Planification Globale

Tableau 8: Planification de la matrice d'action

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 1: Mise en place d'un mécanisme permanent de financement adapté et durable								
Prévoir un financement du volet IG dans tous les projets filière	20%, 50%, et 100% des projets filières prévoient un volet IG respectivement en année 2, 3 et 5						DPP/MAEP	PTF, Chefs de file programmes cadres
Prévoir une ligne budgétaire dans les Budgets du MAEP et du MIC pour le financement des IG	Lignes budgétaires chargées						DPP/MAEP	DPP/MCI DGB DRFM/MAEP DRFM/MIC
Elaborer un programme de promotion des IG potentielles à soumettre au PTF (FAO, PNUD, BAD, Banque Mondiale etc)	Document de programme disponible						DPP/MAEP	SP/CoNaMP-IG DPP/MIC, PTF CNA-B PNOPPA
Prévoir un guichet pour les IG au niveau du FNDA	Guichet doté du volet opérationnel sur financement des IG						FNDA	DRFM/MAEP DGB PTF
Stratégie 2: Mise en place d'un mécanisme facilitant la disponibilité et l'accessibilité aux équipements et intrants agricoles								
Elaborer les TDR de recrutement des bureaux d'études;	100% TDR élaborés et validés						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Un (01) Comité de pilotage est mis en place par arrêté						MAEP	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet est recruté						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mise en œuvre des recommandations des études	100 % recommandations sont mises en œuvre						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 3: Organisation des filières agricoles, agro-alimentaires et des produits artisanaux à potentialité IG								
Susciter et appuyer l'organisation des filières	3 filières autres que coton structurées						SP/CoNaMP-IG	DLROPEA CNA-B PNOPPA
Stratégie 4: Elaboration et mise en œuvre d'un plan de renforcement de capacités organisationnelles des acteurs								
Elaborer les TDR	100% TDR élaborés et validés;						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Un (01) Comité de pilotage est mis en place par arrêté;						MAEP	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet est recruté;						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en œuvre les recommandations des études	Pourcentage de recommandations mises en œuvre						DLROPEA	SP/CoNaMP-IG CNA-B PNOPPA
Stratégie 5: Mise en place d'un mécanisme d'alphabetisation fonctionnelle des membres IG								
Elaborer les manuels de formation	Nombre de manuels de formation traduits en 5 langues locales						SP/CoNaMP-IG	Ministère en charge Alphabetisation PTF CNA-B PNOPPA
Recruter les maîtres alphabétiseurs	Nombre de maîtres alphabétiseurs impliqués						SP/CoNaMP-IG	Ministère en charge Alphabetisation PFT
Exécuter les modules d'alphabetisation fonctionnelle	Nombre de modules déroulés Nombre de membres IG alphabétisés						SP/CoNaMP-IG	Ministère en charge Alphabetisation
Stratégie 6: Renforcement de capacité / Formation des experts en IG								
Elaborer des modules de formations pour associations des producteurs, faitière et OP; acteurs des produits, techniciens des CARDER et les directions techniques MAEP et MIC, ANAPI	Nombre de modules de formation actualisés et disponibles						SP/CoNaMP-IG	PTF DICAF DPP ANAPI Consultants
Organiser des formations au profit des associations des producteurs, faitières et OP; acteurs des produits, techniciens des CARDER et les directions techniques MAEP et MIC, ANAPI	Nombre de formations organisées Nombre d'acteurs formés par catégorie						SP/CoNaMP-IG	PTF DICAF DPP ANAPI Consultants
Elaborer un module de formation pour les universités et des écoles de formation techniques et professionnelles agricoles et artisanales	Module disponible						SP/CoNaMP-IG	PTF Universités Ecoles de FTFA DICAF DPP ANAPI Consultants

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Négocier et mettre en place un cycle de master en IG à l'université d'Abomey Calavi	Cycle de Master IG créé à l'UAC						UAC	SP/ConaMP-IG ANAPI
Organiser des visites d'échange à l'extérieur dans les pays avancés en matière d'IG	Nombre de visite d'échange						SP/ConaMP-IG	DPP CNA-B PNOPPA ANAPI
Elaborer des programmes de recherche sur IG	Notes conceptuelles des programmes identifiés disponibles						DPP/MAEP	SP/ConaMP-IG INRAB Universités
Mettre en œuvre les programmes de recherche sur les IG à l'université et à l'INRAB	Nombre de programmes de recherche mis en œuvre						INRAB	SP/ConaMP-IG DPP/MAEP ANAPI
Stratégie 7: Mise en place d'un mécanisme/ système d'information et de sensibilisation sur le concept IG								
Organiser des séances d'information et de sensibilisation grand public par commune, et par association;	Nombre de séances organisées; Nombre de personnes touchées;						SP/ConaMP-IG	DPP CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Organiser des séances d'information et de sensibilisation à l'endroit des autorités politico administratives	Nombre de séances organisées Nombre de personnes touchées						SP/ConaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Organiser des émissions radio et télévisées sur le concept IG.	Nombre d'émissions radio et télévisées organisées						SP/ConaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Organiser des reportages télévisés.	Nombre de reportages organisés.						SP/ConaMP-IG	DPP CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières CCOM/MAEP et MIC PTF

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Organiser des séances d'information et de sensibilisation dans les universités.	Nombre séances organisées; Nombre personnes touchées						SP/CoNaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Elaborer un prospectus sur les IG	Nombre de prospectus édités						SP/CoNaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Diffuser le prospectus	Nombre de prospectus distribués						SP/CoNaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Diffuser le guide de l'OAPI	Nombre de personnes touchées						SP/CoNaMP-IG	DPP MIC CNA-B PNOPPA ANAPI OP filières filières PTF
Mettre en place et assurer le fonctionnement des points focaux dans tous les secteurs communaux et structures intervenant dans la promotion des IG	Nombre de Points focaux désignés; Nombre de Points focaux formés; Activités des points focaux						DPP/MAEP	SP/CoNaMP-IG Structures MAEP
Stratégie 8: Organisation à la fonctionnalité des institutions IG								
Rendre fonctionnel le CoNaMP-IG et son Secrétariat Permanent	CoNaMP-IG et son Secrétariat Permanent fonctionnel						Bureau CoNaMP-IG	SP/CoNaMP-IG DPP/MAEP
Doter le comité et le Secrétariat Permanent d'un siège	Siège du SP/CoNaMP-IG est fonctionnel						DPP/MAEP	MEFPD PNOPPA
Doter le SP de ressources humaines	Nombre et qualité des ressources humaines						Bureau CoNaMP-IG	SP/CoNaMP-IG DPP/MAEP
Equiper le Comité et le Secrétariat	Mobiliers, fournitures et moyens roulants						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP MEFPD

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 9: Mise en œuvre du processus de mise en place des IG (des produits)								
Identifier des nouveaux produits	Liste des nouveaux produits IG potentielles disponibles						SP/ConaMP-IG	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Organiser les acteurs autour des produits IG potentielles identifiés	Association de défense des IG fonctionnelles mise en place pour chaque produit IG						SP/ CONAMP-IG	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA DLFOPEA
Elaboration des cahiers des charges	Cahier des charges validé disponibles par IG						SP/ CONAMP-IG	Associations IG DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Elaborer et faire valider les demandes d'enregistrement par l'OAPI	Nombre de demandes d'enregistrement validé par OAPI						SP/ CONAMP-IG	Associations IG DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Mettre en place le système de contrôle et de certification	Taux de conformité des produits IG au CdC						ASSOCIA- TIONS IG	SP/ConaMP-IG DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI LCSSA
Assurer la promotion du produit IG	Plan de promotion validé et mis en œuvre						ASSOCIA- TIONS IG	SP/ConaMP-IG Mairies DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Stratégie 10: Organisation du volet durabilité des produits et matières premières								
Promouvoir l'aménagement durable des zones de production	Superficie des zones aménagées						DPP	SP/ConaMP-IG DGEAR APAH
Assurer la disponibilité et l'accès aux intrants spécifiques de bonne qualité	Taux couverture besoins en intrants spécifiques						CAVA	SONAPPA INRAB CNA-B PNOPPA
Prendre en compte les aspects environnementaux dans les systèmes de production des produits IG	Nombre d'actions prenant en compte la protection environnementale;						Cellule Envi- ronnement	Projets programmes PTF tions IG

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 11: Organisations d'études sur l'identification des produits de mise en indication géographique, lien à l'origine des produits, recensement des acteurs et socio-économique des produits								
Elaborer les TDR	TDR disponible						DPP/MAEP	SP/CoNaMP-IG
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage des études	Comité pilotage mis en place par arrêté						DPP/MAEP	SP/CoNaMP-IG
Recruter des experts IG par thématique	Experts recrutés par thématique						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place une équipe multi-acteur d'identification	Equipe multi-acteurs fonctionnelle						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF
Concevoir les critères d'identification	Critères d'identification retenus						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF CNA-B PNOPPA
Stratégie 12: Elaboration d'un mécanisme de prise en compte de l'environnement dans la production des produits IG								
Elaborer les TDR	TDR disponible						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Comité pilotage mis en place par arrêté						MAEP	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet recruté						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mise en œuvre des recommandations de l'étude	Indicateurs de la mise en œuvre des recommandations						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF
Stratégie 13: Mise en place d'un système de qualification des produits								
Elaborer les TDR	TDR disponible						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Comité pilotage mis en place par arrêté						MAEP	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet recruté						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en œuvre les recommandations de l'étude	Indicateurs de la mise en œuvre des recommandations						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF
Stratégie 14: Organisation des études de marché sur les produits								
Elaborer les TDR	TDR disponible						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Comité pilotage mis en place par arrêté						MAEP	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet de recrutement opérationnel						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP
Mise en œuvre des recommandations de l'étude	Pourcentage des recommandations mises en œuvre						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP PTF

Stratégies/Actions	Indicateurs	Période de réalisation					Responsables	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 15: Valorisation touristique des produits								
Organiser l'étude des potentialités touristiques des IG	Rapport étude disponible						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP Ministère en charge tourisme PTF
Diffuser les résultats de l'étude	Résultats de l'étude connus des acteurs du tourisme						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP Ministère en charge tourisme PTF
Sensibiliser les structures de tourisme (agences de voyage, hôtels, restaurants, sites touristiques, etc.)	Contribution des IG aux recettes touristiques						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP Ministère en charge tourisme Structures de tourisme PTF

2. Feuille de route des actions spécifiques pour les produits: Ananas, Wagashi, Gari sohoui et crevettes grises

Tableau 9: Planification du plan d'action spécifique par produit

Stratégie/Actions	Indicateur	Période de réalisation					Responsable	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Stratégie 1: Mise en œuvre du processus de mise en place des IG (des produits)								
Informier et sensibiliser les acteurs	Les acteurs des CVA identifiés sont informés sur les IG						SP/CoNaMP-IG	Associations IG DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Délimiter la zone de production	Rapport d'étude élaboré et validé par l'ensemble des acteurs						Associations IG SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Organiser les acteurs autour des produits identifiés	Association de défense fonctionnelle mise en place pour chaque produit IG						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA DLROPEA
Elaborer le projet de statut et règlement intérieur Groupement de défense IG	Les associations disposent d'un règlement intérieur et d'un statut						SP/CoNaMP-IG	DPP/MAEP CNA-B

Stratégie/Actions	Indicateur	Période de réalisation					Responsable	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Elaboration et validation des cahiers des charges	Cahier des charges validé disponibles par IG						SP/ CoNaMP-IG Associations IG	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Suivi de l'application des cahiers des charges	Rapports d'évaluation disponibles						Associations IG	SP/CoNaMP-IG
Elaborer et faire valider les demandes d'enregistrement par l'OAPI	Nombre demandes d'enregistrement validé par OAPI						Associations IG ANaPI	DPP/MAEP CNA-B PNOPPA SP/CoNaMP-IG
Assurer la promotion du produit	Stratégies de commercialisation et de marketing élaborées et validées						Associations IG	SP/CoNaMP-IG Mairies DPP/MAEP CNA-B PNOPPA ANaPI
Stratégie 2: Organisation du volet durabilité des produits et matières premières								
Promouvoir l'aménagement durable des zones de production	Superficie des zones aménagées						MEAP	SP/CoNaMP-IG DGEAR APAH
Assurer la disponibilité et l'accès aux intrants spécifiques de bonne qualité	Taux de couverture des besoins en intrants spécifiques						MAEP (CAIA)	SONAPPA INRAB CNA-B PNOPPA
Prendre en compte les aspects environnementaux dans les systèmes de production des produits IG	Nombre d'actions prenant en compte la protection de l'environnement						Associations IG	INRAB CNA-B PNOPPA PTF Cellule Environnement
Stratégie 3: Mise en place d'un système de qualification et de certification des produits								
Analyser les conditions de production des matières premières de production et de conditionnement							Associations IG	SP/CoNaMP-IG CNA-B PNOPPA ANaPI LCSSA
Elaborer les TDR	TDR disponible						Associations IG	SP/CoNaMP-IG DPP/MAEP
Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un comité de pilotage	Comité pilotage mis en place par arrêté						Associations IG	DPP/MAEP SP/CoNaMP-IG
Recruter un cabinet	Un cabinet recruté						Associations IG	DPP/MAEP

Stratégie/Actions	Indicateur	Période de réalisation					Responsable	Associés
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5		
Mettre en œuvre les recommandations de l'étude	Pourcentage des recommandations mises en œuvre						Associations IG	DPP/MAEP PTF
Mettre en place le système de contrôle et de certification	Taux de conformité des produits IG au CdC						Associations IG	SP/CoNaMP-IG DPP/MAEP CMA-B PNOPPA ANAPI LCSSA

