

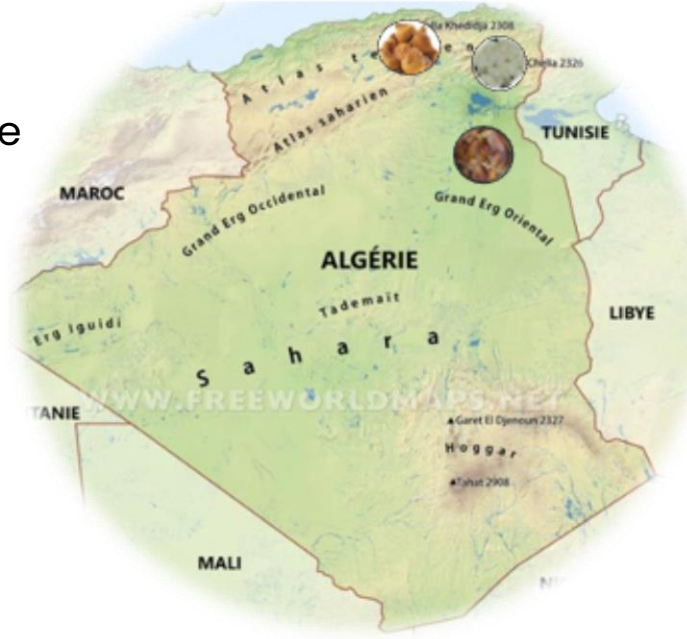
F.BACHA

Division d' Economie Agricole, Agroalimentaire et Rurale (INRAA)
MoISA-Institut Agro

Une IG?

Les Indications Géographiques (IG) sont outils de promotion et de certification collective qui lient un produit à son terroir.

- Basé sur :
 - les spécificités pédoclimatiques
 - le savoir-faire
 - les ressources locales
- Elles permettent de :
 - protéger les produits et les savoir-faire
 - valoriser leur qualité
 - soutenir le développement durable



En Algérie

- Forte richesse en produits du terroir
- Mise en place récente d'un système réglementaire des IG
- Produits labellisés :
 - Datte Deglet Nour de Tolga**
 - Figues de Beni Maouche**
 - Fromage Bouhezza**
- Mais :
 - système encore en construction
 - résultats encore limités

Conditions de réussite d'une IG

Pour générer des impacts positifs, une Indication Géographique repose sur plusieurs facteurs :

- Cadre institutionnel efficace / Cahier des charges / Qualité du produit / Promotion et marketing /
- Valorisation sur le marché / Coordination entre acteurs /
- Appui des pouvoirs publics / Gouvernance

Problématique

Pourquoi l'Indication Géographique ne garantit-elle pas une valorisation effective malgré la qualité du produit et un cadre mis en place ?

Méthodologie

- Entretiens semi-directifs avec :
 - Producteurs, exportateurs-conditionneurs
 - Acteurs économiques et institutionnels
- Analyse :
 - cahier des charges
 - données sur la filière dattes
 - littérature scientifique

OBJECTIF

- Identifier les facteurs qui favorisent ou freinent sa valorisation.
- Acteurs
- Coordination
- Institutions
- Obstacles

Cas IG dattes Deglet Nour de Tolga



Résultats

CE QUI FONCTIONNE

- Produit de grande qualité (lié au terroir de Tolga)
- Forte réputation (produit connu et reconnu)
- Soutien des pouvoirs publics (mise en place du label IG)
- Potentiel à l'export (intérêt des producteurs/exportateurs)

CE QUI LIMITE LA VALORISATION

- Manque de coordination entre acteurs (institutionnels et professionnels)
- Organisation collective fragile
- Stratégies individuelles dominantes
- Certification non pleinement opérationnelle
- Difficultés d'accès aux marchés internationaux sous label

Conclusion

Points forts

Produit reconnu • Soutien public • Potentiel export

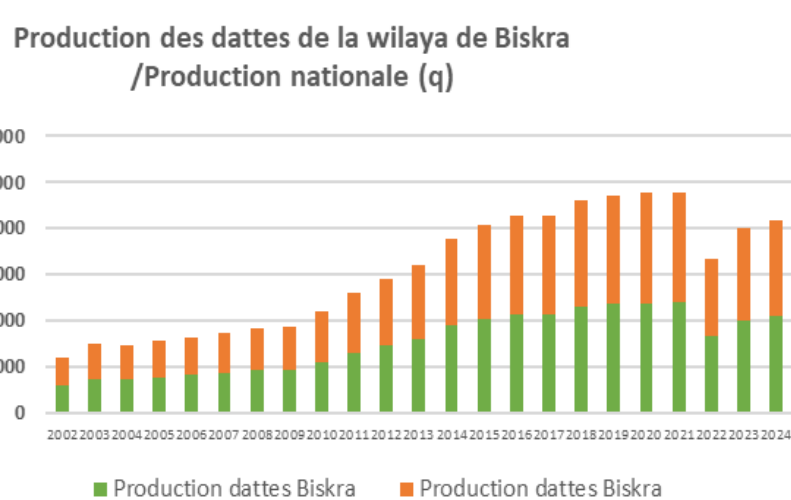
Défis

Coordination faible • Organisation fragile • Certification limitée et non opérationnelle

La qualité du produit ne suffit pas : la valorisation dépend de l'organisation des acteurs et la coordination (Professionnels et institutionnels).

Ouverture

Le renforcement de l'action collective apparaît comme un enjeu central pour améliorer la valorisation des IG.



PRODUCTION DE DATTES DEGLET NOUR

