

Pourquoi ce logo unique?

Ce nouveau logo aux couleurs rouge et jaune vient d'être conçu par la communauté européenne en juillet 2008 mais la volonté de réunir toutes les appellations d'origine des pays européens sous un même règlement européen est plus ancienne puisqu'elle date de 1992.

La plupart des pays européens, en particulier les pays latins ont mis en place, sur un plan national, (et certains depuis très longtemps) des systèmes de protection de leurs produits alimentaires. En effet, quand ces produits acquièrent une réputation qui dépasse les frontières d'abord régionales, puis nationales, ils peuvent se trouver confrontés sur le marché à des imitations qui usurpent leur nom: très tôt, il était apparu nécessaire de les protéger grâce à cette notion d' « appellation d'origine ».

Chaque système national possède son propre nom, ses propres règles.

C'est en juillet 1992, que, sous l'impulsion de la France, la Communauté européenne a décidé d'harmoniser ces systèmes de protection nationaux en instituant un système européen unique de protection et de valorisation des produits agroalimentaires; pour ce faire, elle adopte deux règlements qui créent, d'une part L'Appellation d'Origine Protégée (AOP) et L'Indication Géographique Protégée (IGP) d'autre part, la « Spécialité Traditionnelle Garantie (STG): Un Comté fabriqué au Danemark ou un Brie de Meaux affiné à Berlin n'ont pas lieu d'exister.

C'est tout récemment en juillet 2008, que les choses sont devenues plus visibles et donc plus lisibles avec la création de ce nouveau logo rouge et jaune qui identifie les Appellations d'Origine Protégée en les distinguant des IGP identifiées, elles, par le logo bleu et jaune.

L'Union fait la force: c'est la principale raison d'être de cette appellation européenne qui, à partir du 1er mai 2009 sera obligatoire sur les emballages des produits d'appellation d'Origine Protégée et se substituera au logo franco-français de l'AOC ; Mondialisation oblige, il devient de plus en plus périlleux de défendre ses spécificités et de lutter contre les contrefaçons: ces produits d'appellation auront plus de chances d'être reconnus non seulement par les consommateurs européens mais également par les consommateurs du monde entier.