

质量和原产地 官方识别标志



受监控的原产地命名 (AOC)

以本土产地为基础的质量保证

受保护的原产地命名 (PDO)

相当于欧洲标准的保证



受保护的地域标识 (PGI)

产品和产品原产地之间链接的保证



传统特征保证 (TSG)

产品传统特征保证



有机农业 (AB)

与环保的生产类型相联系的质量保证



农业质量标签或红色标签 (LR)

保证产品质量上乘

农业部实施的农业与农业食品质量和原产地政策是一项长期政策，最初应用于一百多年前。指导这一政策应用的法国方案已经纳入1991和1992年实施的欧洲体系。2006年1月5日《法国农业改革法》对其进行了彻底的修订，以便：

- 让消费者更全面、清楚地了解农业和食品产品质量官方认可的法国和欧洲体系；
- 通过强化政府保证和支撑该体系合法性的检验而提高官方认可的可靠性；
- 使生产者和经济活动者从其产品中获得更高的价值。

识别产品质量和原产地的标志

除了上述官方标志以外，还有另外两个突出产品价值的方法：突出与产品的生产模式相关联的特点特征的增值说明（“农产品”、“山区产品”、“本国产品”）以及旨在将标准应用于受控于认证机构的产品生产过程的产品合规性认证方案。

政府保证：

与原产地相联系的质量保证：

- AOC和PDO：来自葡萄酒产区的质量保证。
- PGI：来自产品及其生产地区之间联系性的质量保证。

来自传统的质量保证 (TSG)

上乘质量保证 (红色标志)

来自对环境和动物利益的尊重的质量保证 (有机农业)



三个原则：

识别质量和原产地的标志体系基于政府和行业（农民、加工商、经销商等）的联合承诺，为消费者提供保证，确保产品原产地和质量达到消费者预期，帮助消费者做出明智的选择。

该体系以三个原则为基础：

1、行业专家自愿单独（有机农业）或联合（其他官方标志）对以原产地和质量为核心的项目实施和监控提供保证。 产品质量必须通过一套由专业人士起草并由政府当局批准的强制性规范确定，这些规范明确阐明了产品的特性及其生产地区（AOC、PDO和PGI产品），以及控制其生产、加工、（如果适用）包装和标签的法规。

如果涉及到有机农业，则生产模式应符合欧盟规定的要求，欧盟规定中未包含的部门可以确定为国家规范的主体，由该行业决定。

2、政府当局监督该体系的实施

与农业有关的部门确定食品质量的政策，该部门对识别质量和原产地的标志体系享有权力，该部门也是INAO的监督部门。

INAO是法国一个公共部门，负责管理质量和原产地标志。INAO由常务委员会、国家部门委员会（PDO葡萄酒、PGI葡萄酒、农业食品PDO、农产品PGI - TSG - 红色标签、有机农业）和批准及检验委员会组成。这些组成机构由涉及生产、加工和经营的专业人士代表、消费者代表、专家代表以及政府代表组成。INAO审查AOC - PDO、PGI、TSG以及红色标签的应用，监控适用于有机农业的法规，监督所有检验活动，保护产品不受其注册名称非法使用的侵害。

Agence BIO是法国一个与农业部相对应的公共部门，负责发展和推广有机农业。

3、独立、公正、有法定资格的机构实施定期检验

这些机构根据强制产品规范进行定期检验。

INAO的批准和检验委员会制定检验的一般原则，审批质量标志下的产品规范检验项目并就检验机构是否获得批准发表意见。

四个主要问题：

1. 生产者和经济活动者通过创造附加价值和鼓励产品多样性和特有性的开发而**从其产品获得更大的利益**。
2. **提高消费者**选择优质、区域典型或以环保方式生产的食品**的能力**，只有这些标志在官方保证和认可范围之内。
3. 以欧洲标志为基础在欧盟内部以及第三国家**强化保护**产品不受产品名称的非法使用的侵害。
4. 培育农村和区域开发并且：
 - 通过集中类似项目的生产者并调动其支持集体项目而维持农村地区的就业机会和活力；
 - 维持本地专有知识；
 - 维持农业生产的多样性，进而维护生物多样性、风景多样性，保护自然资源。

由此，实施在法国、欧洲甚至全世界范围内推广识别质量和原产地标志的政策能够为提高本地区社会经济活力做出贡献。该政策也是帮助其他国家、尤其是发展中国家从其传统的生产模式中获取更多价值的宝贵工具。

法国支持世界范围内此类工具的实施项目。

这也是对农业的可持续发展问题做出的回应。

有机农业



根据由系统检验支持、严格的强制性规范的定义，“有机农业”是指产品来源于尊重自然平衡、保障动物利益的生产和加工模式。除了限制农业投入以外，这一生产模式还排除了合成化学品和GMO的使用。



法国最早认可有机农业的时间可追溯到1980年的《农业改革法》。自2009年1月1日以来，生产规则的一致性在整个共同体内得以强化，进口产品也须满足同样的要求。法国在这一一致性规定未涵盖的其他领域（例如家兔、蜗牛、鸵鸟等）实施了一套标准（CCF）。



2001年，法国成立了公共利益组织Agence BIO，以协助促进这一生产形式的发展和推广。



很多新鲜和加工农业及食品产品都可以通过多种经销渠道获得：专卖店、食品超市和百货商店、面包房和肉店、篮式销售、农场直销、街市销售、网络以及餐饮行业。2010年7月1日以来，所有有机产品都必须使用欧盟的有机农场标识，这一标识可以与法国的AB标志一起使用，该标志在法国仍享有较高的消费者认可度。

2007年以来，法国国家原产地命名管理局（INAO）一直协助监督关于有机农业的规定。

一些数据（*）

有机农业与近16500家农场（占有农业生产区的3.14%）相联系。采用这一生产模式的土地总面积达677513公顷（法国已开发利用农业用地面积的2.46%）。有6000多个经营者已获得认证加工有机产品，2009年有机产品经营者的总数（包括生产商、加工商、经销商和进口商）超过25000。

(*) 2009年的数据。

有机农场数量的极大增长通过有机食品市场结构的变化得以印证，有机食品市场在过去十年每年增长10%以上。2008年到2009年之间，终端消费者的购买量增加了19%。政府正通过国家行动计划协助实现供需的平衡发展。

在欧盟国家，有机农业大约占有所有已开发农业用地面积的4.3%、所有农业生产区的2.9%。



个人证言：

Frack Chevallier，法国埃松省一位有机农场主

“由于我不使用任何人造农药，也不用任何除草剂，我通过机械方式除草，有时候也手工除草，这意味着我在保护地下水不受污染，并节约了水资源。保持水的质量对维持生态系统来说是十分必要的。”

Nicolas Verger，法国洛特-加龙省有机市场园丁

“我们是有机水果和蔬菜的生产商。我们将本地区农民的产品集中，然后在巴黎销售。我们的产品包括茄子、青椒、小胡瓜、胡萝卜等：我们的产品特征是其多样性，我们还生产古老的西红柿品种。”

“我们接受年检，以确认我们的账户和购买量以及使用的有机肥料种类。一旦通过年检，我们将获得允许我们使用AB标志的证书。”

Anne Jézquel，法国阿摩尔滨海省的产蛋鸡农场主

“我在农场养殖产蛋鸡、种植有机谷物。”

“产蛋鸡从早到晚都可以在户外自由活动，能够满足它们的自然本性。”

Mélanie，学生：有机，一种与大自然的别样关系

“如果我购买有机产品，那么真正的原因是想促进有机生产体系的利用，希望形成一种与大自然的别样关系。”

“我不介意改变我的饮食习惯，以此控制我的消费，尤其是在经济方面。总而言之，我做得很成功。”

原产地监控命名



AOC用以标识由地理环境定义其特征的产品，这类产品的生产、加工及精加工是在特定的区域内进行的。这一标志是生产模式与特定的产地相结合的产物，在该产地自然因素（例如气候、土壤等）和人为因素交互作用，使产品成为这一地区的代表性产品。



AOC是不能人为创造的，因为它源于一种既有的生产形式。

AOC适用于葡萄酒和白酒领域、奶制品、橄榄油、水果蔬菜、肉类和蜂蜜以及其他产品。

AOC是最古老的质量标志，它第一次在法律上得以定义可追溯到1905年。

PDO是指受保护的原产地名称，在欧盟相当于法国的AOC。在每个欧盟国家内，PDO标志用于保护产品名称。



农业食品产品PDO受2006年3月20日颁发的510/2006号《欧洲理事会条例（EC）》约束，该条例用于保护农产品和食品的地理标志和原产地名称。

埃斯普莱特(Espelette) 辣椒、科西嘉(Corse)蜂蜜、雷岛(Ile de Ré) 土豆、普伊(Puy)小扁豆、布雷斯(Bresse)鸡、宫得(Comté)奶酪、伊斯尼(Isigny)黄油、布里(Brie de Meaux) 奶酪以及圣米歇尔山海湾(Mont-Saint-Michel Bay)哈贝等。

一些数据 (*)

法国49种奶制品（主要是奶酪）的年销售净额达15亿欧元，占法国干酪总产量的16%，产量约为187429吨。

42种AOC产品涉及水果、蔬菜、橄榄油及其他产品，年销售净额约为1.5亿欧元。

(*) 2009年数据。

葡萄酒产品领域的PDO受控于2007年10月22日颁布的1234/2007号《欧洲理事会条例（EC）》，它为农业市场设定了一个统一机制，并为某些农产品制定了具体的条例（单独的CMO条例）。

由原产地名称界定的白酒受控于2008年1月15日颁布的欧洲共同体议会和欧洲理事会110/2008号条例，该条例界定了白酒的定义、描述、介绍、标签及地理标志。

阿尔萨斯(Alsace)、香槟(Champagne)、雅马邑(Armagnac)、布里尼-蒙塔什(Puligny-Montrachet)、普利富美白葡萄酒(Blanc Fumé de Pouilly)、巴纽尔斯(Banyuls)、卡尔瓦多斯(Calvados)、朗格多克(Languedoc)、巴替摩尼欧(Patrimonio)、塔维尔(Tavel)、布尔格伊(Bourgueil)、朱朗松(Jurançon)、菩依乐(Pauillac)、科涅克(Cognac)、夏布利(Chablis)、福热尔(Faugères)以及其他产品。

一些数据 (*)

原产地名称受保护的364中葡萄酒和白酒的年销售净额达140亿欧元，占法国葡萄酒行业产值的80%以上，覆盖法国葡萄园种植面积的59.8%。

(*) 2009年数据。



个人证言

AOC圣-爱美浓葡萄种植区

利布尔纳镇东边的AOC 圣-爱美浓葡萄种植区域由一片石灰石高地组成，高地南临多尔多涅河，北面与巴赫巴内河接壤。1999年，作为世界上第一个葡萄园“文化风景”，被宣布为世界遗产地。

联合国教科文组织称“圣-爱美浓辖区作为一处具有历史意义的葡萄园风景完整保存到现在是一个成功的历史典范”。

圣-爱美浓的多样化的葡萄产区形成了其独特性。

因此，这里种类丰富的葡萄酒也说明了这里的地质极具多样性并具有非常适合葡萄栽培的小气候。这些因素加上专业人士对葡萄树的精心护理，为这里主要的葡萄品种梅洛葡萄的种植和成熟提供了理想的条件。

实际上，圣-爱美浓葡萄酒的多样性也是各种葡萄品种（主要是梅洛，但也有解百纳弗朗和赤霞珠，有时候还有马勒贝克）的专业组合种植的结果，组合种植使葡萄园散发出由其沁人心脾的香气和味道。

红色标签

红色标签是一种法国标志，它用于标识因生产条件不同而使质量优于其他类似产品的产品。



红色标签适用于家禽、肉类、熟食、奶制品、海产品、水果和蔬菜等等。

例如：玉米仔鸡、放养鸡蛋、沙丁鱼罐头、小牛肉、熟火腿、巧克力奶油冻、搅拌黄油和熏制鲑鱼等。

红色标签的基本原则要求在 1960 年 8 月 5 日颁行的《农业改革法》中获得认可。

红色标签产品在生产或制作过程中的每一步都必须符合一套强制性规范，这套规范明确规定了使该产品具有优良品质的特征以及必须经过鉴定的主要要点和评估方式(例如感官检查、食品的品尝等)。

一些数据 (*)

已经获得批准的食品规范有500多套。

每年红色标签产品的销售净额约为12亿欧元。

(*) 2009年数据。



个人证言

“实施质量标签的决定是在 1996 年做出的，”Normandie Fraîcheur Mer 主任 Arnaud Manner 解释说，“那年，‘圣-雅克(Coquille Saint-Jacques)’这一名称按照欧盟实施的 WTO 协议获准可以用于所有的进口扇贝产品。这意味着消费者可能因此将各种扇贝产品混淆，这使得该行业必须使自己的产品与进口产品相区别，进口产品很多情况下是从智利、新西兰、秘鲁及其他国家进口的较小的养殖贝类。”

红色标签于 2002 年授予法国新鲜扇贝产品，用于拉罗切利和苏格兰北部之间大西洋区域出产的一个品种。

红色标签规范保证了扇贝的产出率，规定了每 6.5 千克贝类至少产出一千克的卵或“珊瑚”，至少 80% 的贝类中含有“珊瑚”。还规定贝类必须在渔船甲板上就进行分类和清洁，贝壳不得有裂缝或人为打开，特别是，扇贝必须在捕捞后 36 小时以内挂牌出售，并在当天运输。到挂牌之后一天的傍晚，这些贝类就不能再以红色标签产品出售了，产品标签必须标明捕捞日期以及渔船的名称。“红色标签使生产商获得更多收益”，Arnaud Manner 说，“标签产品为我们打开了进入法国南部市场的大门，而在此之前我们只能困难地向该区域市场渗透。”

红色标签确保消费者能购买到新鲜产品。

具有传统特征保证的TSG



TSG标志用以保护以传统方式生产但与地理原产地无关的产品注册名称。

TSG用于奶酪、肉制品、啤酒、糕点等产品。

马苏里拉奶酪（意大利）、塞拉诺火腿（西班牙）、传统农场嫩火鸡（英国）、老格兹蓝比克和老樱桃啤酒（比利时）、塞有鱼肉的裸麦面包Kalakukko（一种芬兰风味肉饼）、Falukorv（一种瑞典大火腿）等。

此类产品必须：

- 要么由传统原料制成，
- 要么以传统成分或传统的生产和/或加工模式为基础。

TSG受2006年3月20日颁行的有关确保农产品和食品传统特征的509/2006号《欧洲理事会条例（EC）》约束。



个人证言

传统啤酒老格兹蓝比克（Old Gueuze Lambic）

“格兹啤酒是一种酸性啤酒，在生产过程中同步进行发酵，熟麦芽在冷却过程中通过周围空气自然发酵之后再经过发酵，然后制成同步发酵啤酒。”

欧盟通过使用这些词汇描述具体的生产特征，使格兹成为比利时独有的一种传统啤酒，该产品在1997年便以“格兹蓝比克”和“老格兹蓝比克”的名称冠以“保证传统特征”的标签。这一项目是由莱贝克镇最后一位酿酒者Franck Boon发起的，莱贝克镇在1913年有多达43家啤酒酿造厂。1965年到1995年，由于面临以简化的工业化生产方式大规模生产的啤酒的竞争，三分之二的格兹啤酒生产商停业，要么宣布破产，要么被大型公司集团买断（*）。

周围的空气对这一产品至关重要，这一产品必须在布鲁塞尔和莱贝克镇之间的地区酿造，以确保促成同步发酵的空气流含有适量的酵母（酒香酵母属bruxellensis和lambicus）。老格兹啤酒的法定规范还规定，其生产过程必须包括在橡木桶中的首次发酵和瓶子中的二次发酵，整个过程需要三年的精心工作。

显而易见，消费者很快便意识到工业生产的格兹啤酒和TSG格兹啤酒的不同，尽管后者的价格高出30%。Boon啤酒厂在十年间将其产量翻了十倍，从450百升增加到5000百升。

（*）资料来源：Bima n° 1487