

Christian Amblard  
Directeur du Syndicat du Pruneau d'Agen (IGP)  
Membre du comité Technique d'OrigIn

## Résumé

### 1. Les raisons du succès du pruneau

Le Pruneau est un produit bien adapté à l'alimentation des populations en déplacement (poids réduit, forte concentration en éléments nutritifs), il était apprécié des marins (protection contre le scorbut), des convois militaires et des groupes de colonisation (XVIIème, puis fin XIXème). La production s'est mondialisée dès le début du XXème siècle. Renaissance en France dans les années 1950.

### 2. Les raisons du succès du pruneau d'Agen

Le développement récent de la production française s'est fondé sur les qualités spécifiques du pruneau tel qu'il est produit dans cette région de France. Le nom « pruneaux d'Agen » est donc devenu une référence quant au contenu qualitatif du produit.

### 3. Problématique de l'appellation

Une production s'est développée dans plusieurs pays du Nouveau Monde (Californie, Chili, Argentine, Afrique du Sud, Australie...). Ces nouveaux producteurs ont tenté de relier leur produit, dans son image, avec celui du sud ouest de la France. De la prune d'Agen (nom variétal) au pruneau d'Agen (dénomination d'origine du produit commercial) il n'y avait qu'un pas, que certains ont largement franchi.

### 4. Problématique économique

A ce jour, les coûts de production du pruneau d'Agen sont nettement supérieurs à ceux de ses concurrents internationaux : 2 pour 1 avec la Californie, 3 pour 1 avec le Chili, 5 pour 1 avec l'Argentine.

La production concerne 1550 exploitations agricoles et contribue au revenu d'environ 9000 familles dans la région de production. La protection du nom est donc devenue une stratégie vitale pour la filière et l'économie régionale.

### 5. Outil juridique choisi

Le choix a été fait de l'IGP, qui donnait à cette époque la souplesse nécessaire pour adapter le cadre juridique à l'évolutivité des techniques de production (distinguer les méthodes, qui sont intemporelles, des techniques, qui évoluent avec le progrès technique).

Cet outil juridique est le mieux adapté à la situation :

- Notre démarche consiste à protéger le nom qui désigne un produit bien connu pour sa qualité
- Contrairement à ce que recouvre une marque, la dénomination n'est pas celle d'une entreprise mais celle d'un territoire et des hommes qui y vivent.
- Le succès d'un produit ne peut pas tirer sa source de son nom. Il ne peut venir que de son aptitude à répondre à un besoin, ce que l'on appelle la qualité. Mais ensuite le nom va porter l'image de cette qualité.

Le pruneau d'Agen est très actif dans le mouvement international OriGIn, parce qu'il en attend la généralisation de la reconnaissance de ce type d'outil juridique au niveau mondial.