



Bernd Jürgens

Brevets Le business des fruits et légumes

Des denrées brevetées au même titre qu'un médicament ou un logiciel? Tendances inquiétantes d'une branche en pleine privatisation.

L'histoire débute en 2002, alors qu'une nouvelle variété de brocoli aux vertus réputées anticancérigènes, développée par la société de biotechnologie anglaise Plant Bioscience, décroche le sésame de l'Office européen des brevets (OEB). Une première pour une variété végétale obtenue sans l'once d'une manipulation génétique! Et qui dit brevet dit également accès payant et plus restrictif non seulement à la semence mais aussi aux denrées alimentaires

qui en découlent. Alors que le procédé habituel appliqué dans la filière, le Certificat d'obtention végétale, garantit un retour sur investissement pour le sélectionneur tout en laissant la ressource certifiée en libre accès à tous.

Après plusieurs recours et de nombreuses années de procédures – visant également une «tomate ridée» née par des procédés traditionnels de sélection dans les laboratoires du Ministère israélien de l'agriculture –, ces bre-

vets ont finalement été révoqués en décembre dernier par la plus haute instance de l'OEB, la Grande Chambre des recours. Sa sentence: une méthode de sélection conventionnelle ne peut pas être considérée comme une invention. Cette décision est une victoire dans la lutte contre la privatisation du vivant aux yeux des ONG, des agriculteurs et des consommateurs.

40-50%

Le marché des semences protégées détenu par Syngenta, Monsanto et Pioneer Hi-Bred.



Fotomunter

Toutefois, il est toujours possible de breveter une plante qui résulte d'un processus de sélection conventionnelle. Car après la controverse des brevets sur les OGM, la tendance à certifier des plantes augmente. Fin 2009, on comptait en Europe 1300 brevets sur les plantes délivrés par l'OEB et 5000 demandes sont actuellement en cours. Sachant que trois multinationales, les américains Monsanto et Pioneer Hi-Bred, filiale de Dupont, et le suisse Syngenta contrôlent 40 à 50% du marché des semences protégées et que le dépôt de brevets est l'affaire d'une poignée de pays, il y a de quoi s'inquiéter.

Agriculteurs liés par contrat

Dans une perspective plus large, les semences agricoles prennent une place croissante dans les intérêts économiques des firmes de biotechnologies en qualité de ressources naturelles stratégiques. Des brevets prévus initialement pour l'industrie s'étendent progressivement aux plantes, voire aux animaux, transformant ces derniers en une propriété intellectuelle. Et ce qui auparavant était géré par les agriculteurs – de la sélection des variétés en passant par la production de semences, la culture et la commercialisation –, se trouve de plus en plus en mains de multinationales qui contrôlent toute la chaîne de production. Conséquence pour les agriculteurs: ils ne seraient, pour ainsi dire, plus que liés par contrat avec ces entreprises, avec la perte de liberté et les rapports de force inégaux qui en découlent!

Quant aux consommateurs, ils verraient probablement le prix des denrées alimentaires augmenter si le brevetage du vivant prenait de l'ampleur. Pour François Meienberg, de la Déclaration de Berne, «il faut une interdiction claire dans la législation concernant le brevetage de plantes ou d'animaux, de procédés de sélection, de matériel sélectionné et de denrées alimentaires provenant de plantes ou d'animaux». Pour le représentant de l'ONG suisse, une recherche publique indépendante dans la sélection de nouvelles variétés est vitale, notamment pour contrer le monopole de ces grandes entreprises.

Qu'en est-il en Suisse?

La loi helvétique sur les brevets diffère des règles européennes. Elle assure le libre accès de la plante brevetée à la recherche, mais pas à la commercialisation. D'autre part, l'agriculteur peut produire librement les semences pour ses propres besoins. La création de certaines variétés est assurée par la recherche publique, travail de longue haleine puisqu'il faut compter environ une quinzaine d'années de recherche pour l'obtention d'une nouvelle variété. Toutefois, les décisions de l'Office européen des brevets sur la brevetabilité des plantes sont aussi valables en Suisse.

Christiane Fischer



Retrouvez le dossier exhaustif sur Frc.ch

Fruits et légumes transformés en marques

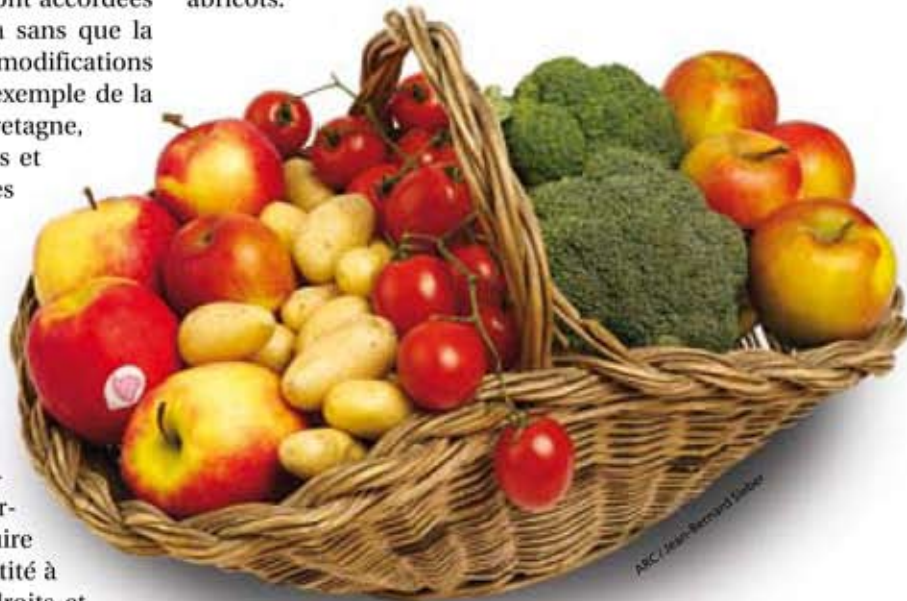
Quand Toscanella, Pink Lady et Amandine sont écoulées à grand renfort de marketing.

Comment donner un nouveau souffle à la consommation de fruits et légumes, vendus dans un passé encore récent dans leur plus simple appareil? Réponse des entreprises: leur apposer une petite étiquette ® et ™, en faire des marques et les entourer d'un concept marketing séduisant. *FRC Magazine* de septembre 2010 avait consacré quelques lignes à la Toscanella, une tomate qui n'est pas vendue sous le nom de sa variété – la Mona Lisa – mais comme une marque. La Toscanella appartient à Syngenta, qui est par ailleurs le plus gros producteur mondial de pesticides.

Déposer une marque sur un légume ou un fruit signifie que leur production et commercialisation sont accordées en exclusivité à certains acteurs, mais cela sans que la sélection – là aussi conventionnelle et sans modifications génétiques – ne soit brevetée. Pour citer l'exemple de la pomme de terre Amandine, originaire de Bretagne, celle-ci ne peut être vendue que par Migros et ne peut être produite en Suisse que sur les terres de l'arc lémanique. Juridiquement, une fois la marque enregistrée, un monopole d'exploitation est accordé pour une durée de dix ans indéfiniment renouvelable. Précisons toutefois qu'une marque n'offre aucune garantie de qualité.

Les marques listées ci-dessous sont déposées par des entreprises ou par des clubs de producteurs qui possèdent un droit d'exclusivité sur la variété concernée et se chargent de régler aussi bien la manière de produire (pesticides, herbicides, engrais) que la quantité à écouler; des accords de licence fixant les droits et obligations des participants. Ces marques bénéficient d'un marketing très coûteux leur conférant une image prestigieuse.

Tout comme pour les brevets, l'exclusivité liée à la marque limite pourtant l'accès à la variété en question à certains producteurs et distributeurs, et donc, en fin de compte, aux consommateurs. De plus, une variété vendue sous une marque sera tarifiée à un prix de 20 à 30% plus cher. Soit la somme que le consommateur paie pour le coût du marketing, sans plus-value sur la qualité par rapport à la variété simple. Pour maintenir la multitude de variétés cultivées, mieux vaut donc privilégier des fruits et légumes locaux, et exempts de dénomination commerciale... La FRC exige depuis longtemps que l'indication de la variété soit obligatoire pour les fraises, les tomates et les abricots.



Pink Lady, Amandine, Toscanella et Jazz, ou comment donner une aura chic et choc aux fruits et légumes.

TOSCANELLA ® (SYNGENTA)

Différentes exploitations produisent la tomate Toscanella en Suisse, aux Pays-Bas et en Espagne. Elle est commercialisée depuis 2005 par Coop toute l'année. D'après son site web, «outre sa position au haut de l'échelle du goût, la Toscanella se place en conséquence également sur les échelons supérieurs de l'échelle des prix» (www.toscanella.com).

KUMATO ® (SYNGENTA) Cultivée en Espagne, en France, en Belgique, aux

Pays-Bas, au Canada et en Suisse, commercialisée par Coop, Migros, Manor et Globus.

PINK LADY ® (APPLE AND PEAR AUSTRALIA LIMITED APAL) Une des premières pommes à être commercialisées sous un nom de marque.

JAZZ ™ (ENZA) La maison Geiser agro.com possède, en partenariat avec Fenaco Léman fruits, les droits de licence pour planter et commercialiser la pomme Jazz en Suisse.

Commercialisée par Migros, Coop et Manor.

SOLINDA ™ (SYNGENTA) Pastèque sans pépins de la taille d'un melon.

AMANDINE ® (GERMINCOPA) L'Association des producteurs de pommes de terre nouvelles de l'arc lémanique (APNAL) a obtenu l'exclusivité de sa production en Suisse. Elle est ainsi produite exclusivement dans cette région et n'est vendue que par Migros. **C. F.**