



Guide en Matière de Labellisation et de Certification



Agence de Développement Social (ADS)
5 Rue Cadi Dinia - Souissi - Rabat

B.P 6816 - Maroc
Tél. : 037 65 54 65
Fax : 037 65 55 29
Site web : www.ads.gov.ma

Sommaire

INTRODUCTION.....	4
I. LA CERTIFICATION BIO.....	4
1. GENERALITES.....	4
2. CHAMP D'APPLICATION.....	4
3. GRANDS AXES DU PROJET DE REGLEMENTATION : REFLEXION ACTUELLE DES AUTORITES MAROCAINES.....	5
4. PROCEDURE DE LABELLISATION BIO.....	5
5. CERTIFICATION PAR DES ORGANISMES PRIVES.....	6
II. LA NOTION D'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE (AOC)-INDICATION GEOGRAPHIQUE (IG).....	6
1. INDICATION DE PROVENANCE.....	6
2. INDICATION GEOGRAPHIQUE (IG).....	6
3. L'APPELLATION D'ORIGINE.....	6
4. PROCEDURE DE LABELLISATION IG/AO.....	7
III. LABELLISATION NORMES MAROCAINES (NM) DES PRODUITS AGRO- ALIMENTAIRES.....	7
1. GENERALITES.....	7
2. ROLE DU (SNIMA).....	7
3. COMITES TECHNIQUES DE LABELLISATION.....	7
4. AGENTS DE VERIFICATION.....	7
5. LABORATOIRES D'ANALYSE.....	7
6. DEMANDE D'ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DU LABEL NM.....	7
7. MODALITES D'INSTRUCTION DE LA DEMANDE.....	8
8. COUT D'UNE LABELLISATION.....	8
IV. EXEMPLES DE LABELLISATION.....	8
1. LA LABELLISATION DE L'HUILE D'ARGANE.....	8
1.1 Références normatives.....	9
1.2 Domaines couverts par le Guide des Bonnes Pratiques de Fabrication (GBPF).....	10
2. LABELLISATION DE L'HUILE D'OLIVE.....	10
2.1 L'huile d'olive vierge.....	11
2.2 L'huile d'olive raffinée.....	11
2.3 L'huile d'olive.....	11
2.4 L'huile de grignons d'olive brute.....	11
2.5 L'huile de grignons d'olive raffinée.....	12
2.6 Évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge.....	12
3. VERS UNE LABELLISATION DU TOURISME SOLIDAIRE.....	13
3.1 Charte du tourisme solidaire.....	14
3.2 Contractualisation concertée.....	14
3.3 Développement local.....	14
3.4 Transparence.....	14
3.5 Voyageurs responsables.....	14
V. SOUTIEN DE L'ADS EN MATIERE DE LABELLISATION.....	14

INTRODUCTION

Le porteur de projet (Homme/Femme) de production de bien ou de service... doit prendre en compte le fait que l'évolution des modes de vie, le développement des échanges internationaux et la libéralisation du commerce ont conduit à une évolution de l'attitude du consommateur. Son attention se porte davantage vers la sécurité et la qualité et son choix est devenu très difficile devant la diversité des produits de consommation. Aujourd'hui la qualité intègre l'absence de risques et une recherche d'authenticité.

Les signes distinctifs de la qualité concernent tout ce qui permet au consommateur de reconnaître les produits qu'il recherche et/ou de les distinguer des produits similaires.

Il s'agit essentiellement des signes suivants :

- [Qualité supérieure pour les labels ;
- [Caractéristiques consignées dans un règlement technique ou une norme pour la certification de conformité ;
- [Zone et mode de production particuliers pour les produits de montagne et ceux de l'Agriculture biologique ;
- [Caractère typique lié au terroir et au savoir faire de l'Homme, pour l'Appellation d'Origine ;
- [Caractère servant à identifier un produit comme étant originaire du terroir pour l'indication géographique.

I. LA CERTIFICATION BIO

1. GENERALITES

L'agriculture Biologique est un système global de gestion de la production favorisant la santé de l'agro écosystème, y compris la biodiversité, les cycles biologiques et les activités biologiques des sols. Elle privilégie les pratiques de gestion plutôt que les méthodes de production d'origine extérieure, en tenant compte du fait que les systèmes locaux doivent s'adapter aux conditions régionales. Elle préconise l'usage de méthodes culturales biologiques et mécaniques de préférence aux produits de synthèse.

Le label Biologique s'applique aux denrées obtenues dans le respect des normes de production biologique à tous les stades – production, manipulation, traitement et commercialisation – et certifiées comme telles par un organisme ou une autorité dûment habilitée.

Il constitue une allégation liée davantage au processus qu'au produit.

2. CHAMP D'APPLICATION

- [Les produits végétaux non transformés, les animaux d'élevage et les produits animaux non transformés ;

- Les produits végétaux et les produits animaux destinés à l'alimentation humaine, transformés, élaborés essentiellement à partir d'un ou de plusieurs ingrédients d'origine végétale et/ou animale ;
- Les aliments pour les animaux d'élevage, les aliments composés pour animaux et les matières premières pour aliments pour les animaux d'élevage ;
- Les produits non alimentaires, tels que les produits cosmétiques, les huiles essentielles non alimentaires.

3. GRANDS AXES DU PROJET DE REGLEMENTATION : REFLEXION ACTUELLE DES AUTORITES MAROCAINES

Les textes constituant les grands axes du projet de réglementation nationale comprennent :

- Un décret fixant les dispositions générales de la production « bio » ;
- Un décret instituant la commission nationale de la production biologique ;
- Un arrêté définissant les procédures de contrôle et de certification, ainsi que les conditions d'agrément des organismes de contrôle et de certification (OCC) ;
- Un arrêté définissant les prescriptions du Cahier des Charges des produits végétaux ;
- Un arrêté fixant la durée d'autorisation des semences et des plants non obtenus selon le mode de production biologique.

4. PROCEDURE DE LABELLISATION BIO

La Circulaire Ministérielle de la Direction de la Protection Végétale et de la Répression des Fraudes N°1434DPVCTRF/PV/1 sur l'Agriculture Biologique définit les règles de production et le régime de contrôle au niveau des exploitations produisant selon le mode biologique et désigne la DPVCTRF en tant qu'organisme officiel chargé du contrôle à la production et l'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE) en tant qu'organisme chargé du contrôle au conditionnement, à la transformation et à l'exportation.

La Décision de l'EACCE N° 02/92 relative au '*contrôle technique au conditionnement, à la transformation et à l'exportation des produits de l'agriculture biologique*' fixe les règles relatives à l'agrément des unités de conditionnement et/ou de transformation, à leurs contrôles, à l'élaboration des produits transformés et à l'exportation des produits biologiques.

Tout opérateur désirant produire/collecter/préparer/commercialiser les produits biologiques doit :

- S'informer sur les règles de production biologique en vue de se conformer aux dispositions réglementaires en matière BIO ;
- Notifier son activité auprès du secrétariat de la Commission Nationale des Produits Biologiques (CNPB) au moment du démarrage de son activité ;
- S'engager auprès d'un OCC agréé par la CNPB chargé de délivrer la certification "Agriculture Biologique" ;

- Soumettre son exploitation au régime de contrôle qui comporte au moins la mise en œuvre des mesures de contrôle et de précautions prévues par arrêté du Ministre chargé de l'agriculture ;
- L'OCC doit procéder à des visites complètes périodiques annoncées pour s'assurer de la conformité aux dispositions des textes régissant le mode de production biologique. L'organisme pourrait procéder à des contrôles inopinés, à des prélèvements d'échantillons des intrants et des produits finis ;
- Après contrôle de l'opérateur, la décision de certification ou non est prise par l'OCC ;
- Pour les années suivantes, une surveillance est effectuée par des contrôles approfondis et/ou inopinés.

5. CERTIFICATION PAR DES ORGANISMES PRIVÉS

Les producteurs ont également la possibilité de faire certifier la production biologique par des organismes indépendants (ex ECO CERT).

II. LA NOTION D'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE (AOC)-INDICATION GEOGRAPHIQUE (IG)

1. INDICATION DE PROVENANCE

Elle indique le lieu d'où provient le produit sans renseignements particuliers ni garantie sur sa qualité ou ses caractéristiques, même si le consommateur peut en déduire lui-même des qualités ou des caractéristiques particulières.

2. INDICATION GEOGRAPHIQUE (IG)

Selon l'Accord ADPIC (Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce) « Les Indications Géographiques servent à identifier un produit comme étant originaire du terroir d'un pays, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique».

Il en résulte que l'IG est un droit de propriété intellectuelle reconnu dans 150 pays (Accord ADPIC à l'Organisation Mondiale du Commerce- OMC), et que c'est un droit collectif d'usage.

L'Indication Géographique informe sur le nom d'un terroir d'origine et désigne un produit qui en est issu .Elle est liée à une tradition et bénéficie d'une bonne réputation. L'Indication Géographique ne se crée pas, elle se reconnaît et consacre une production existante.

3. L'APPELLATION D'ORIGINE

Elle désigne la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à définir un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains.

4. PROCEDURE DE LABELLISATION IG/AO

La loi n°17-97 relatives à la protection de la propriété industrielle (modifiée et complétée par la loi n°31 – 05, adoptée le 14 décembre 2005) instaure une procédure pour la protection des IG et des AO

- [Dépôt des demandes de protection des IG/ AO auprès de l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) ;
- [Publication des demandes et réception des oppositions éventuelles.
- [Enregistrement des IG/AO en cas d'absence d'opposition ou d'opposition non fondée.

III. LABELLISATION [0] NORMES MAROCAINES (NM) DES PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES

1. GENERALITES

Le Label NM pour les produits agroalimentaires est une marque distinctive attestant la conformité d'un produit agroalimentaire à sa norme spécifique ainsi qu'aux exigences supplémentaires édictées par le Service de Normalisation Industrielle MAROCAINE (SNIMA). Ce label est délivré par un Comité de labellisation dont les procédures de fonctionnement sont décrites ci-après.

2. ROLE DU (SNIMA)

Le SNIMA assure le secrétariat du comité de Labellisation. A ce titre, il est chargé d'enregistrer les demandes, de provoquer les réunions du Comité Technique pour l'examen des dossiers et de s'assurer que la procédure prévue par les textes est respectée.

3. COMITES TECHNIQUES DE LABELLISATION

Il s'agit des comités techniques sectoriels de normalisation institués par arrêté du ou des Ministres responsables des produits concernés.

4. AGENTS DE VERIFICATION

Ces agents sont des auditeurs qualité, ayant des compétences dans le domaine agroalimentaire, désignés par l'organisme labellisateur (OL) sur proposition du Comité concerné.

5. LABORATOIRES D'ANALYSE

Les agents de vérification prélèvent les échantillons nécessaires aux analyses à effectuer par les laboratoires d'analyses désignés par le comité technique de labellisation concerné.

6. DEMANDE D'ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DU LABEL NM

Le demandeur du droit d'usage du Label NM doit être lui-même le producteur et justifier de cette qualité.

7. MODALITES D'INSTRUCTION DE LA DEMANDE.

- Examen de la recevabilité de la demande ;
- Désignation de l'équipe de vérification ;
- L'instruction de la demande comporte une visite de l'établissement et la vérification de la conformité des produits finis ;
- Avis du comité.

Dès que le SNIMA dispose des rapports d'analyses et de vérification, il les présente au comité pour examen. Au vu des rapports de vérification et d'analyses, le comité propose l'octroi ou le refus du droit d'usage du Label NM.

8. COUT D'UNE LABELLISATION

Les redevances de la Labellisation sont constituées :

- Des frais des visites de vérification et surveillance qui sont directement payés par le producteur à l'agent de vérification ou le cas échéant, à son employeur ;
- Les frais des analyses qui sont versés par le producteur au laboratoire d'analyses ;
- Tous autres frais exigés, le cas échéant, par l'OL pour redevance d'instruction de demande et droit d'usage des labels.

IV. EXEMPLES DE LABELLISATION

1. LA LABELLISATION DE L'HUILE D'ARGANE



L'huile d'argane est un produit traditionnel et typique du terroir. Il représente une source de richesse pour les populations du Souss, le Maroc étant le producteur de référence de ce produit. Cependant, malgré les efforts des autorités nationales, le "secteur" de l'informel concurrence les efforts des producteurs d'huile d'argane, en mettant en vente une huile dans des emballages réutilisés et dont le contenu n'est pas toujours le produit attendu, ni la qualité annoncée au consommateur.

Il est important de signaler également que ce secteur est également concurrencé par des usurpateurs qui exportent les graines à l'étranger et en fabriquent de l'huile pure ou frelatée à laquelle, ils collent la mention "fabriquée au Sud du Maroc". A cet effet, et dans la perspective de valoriser, de protéger et de mettre en exergue ce produit, le Ministère du Commerce, de

l'Industrie et de la Mise à Niveau de l'Economie a élaboré en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture, de Développement Rural et des Pêches Maritimes, avec l'appui d'experts marocains et de l'ADS (qui a fait partie de la commission qui a élaboré le décret), la norme marocaine NM 08.5.090 : " Corps gras d'origine animale et végétale - Huiles d'argane - Spécifications ", décrivant les spécificités de l'huile d'argane. Cette norme permettra de préserver l'authenticité de ce produit spécifique à notre pays et d'introduire la notion de mesure et d'évaluation pour ce produit.



1.1 Références normatives

La mise en place du système de labellisation NM permet aux producteurs d'assurer la traçabilité de chaque produit mis sur le marché. Ce label NM permet aux clients la consommation d'une huile d'argane de qualité, dont le fruit a été préservé de l'ingestion des chèvres et des chameaux pour éviter un goût désagréable, et garantit que l'huile n'est pas altérée et que les critères de qualité sont garantis et améliorés.



Pour obtenir le label NM, le producteur des huiles d'argane doit se conformer à :

- La réglementation en vigueur ;
- La circulaire générale, relative à l'attribution du LABEL NM pour les produits agroalimentaires, qui présente le processus de labellisation, les attributions des intervenants dans ce processus, ainsi que les modalités post labellisation ;

- ▶ ☐ La Norme Marocaine NM 08.5.090 : " Corps gras d'origines animale et végétale- Huiles d'argane - Spécification ", qui décrit les caractéristiques physico-chimiques et microbiologiques relatives aux huiles d'argane, " ;
- ▶ ☐ La Norme Marocaine NM 08.0.000 : " Principes Généraux : Hygiène Alimentaire" ;
- ▶ ☐ La Norme Marocaine NM 08.0.002 : " Système de management HACCP - Exigences " ;
- ▶ ☐ Par ailleurs, l'accès au label Maroc nécessite également, le respect d'exigences supplémentaires, regroupées dans une circulaire particulière qui comporte notamment le système d'autocontrôle à adopter (nature et fréquence des analyses à réaliser) ainsi que les exigences concernant le conditionnement, l'étiquetage, l'origine des amandons et la température de pressage.

1.2 Domaines couverts par le Guide des Bonnes Pratiques de Fabrication (GBPF)

Le programme de soutien à la culture de l'arganier et à la production d'huile a mis en place des recommandations dans le cadre du Guide des Bonnes Pratiques de Fabrication à respecter par les producteurs. Ce guide décrit les règles à respecter au cours des diverses étapes de la production en vue d'obtenir une huile répondant aux caractéristiques voulues en matière de qualité, d'hygiène et de préservations des caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques.

Ce guide traite des aspects suivants :

- ▶ ☐ Séchage et stockage des fruits d'arganier ;
- ▶ ☐ Dépulpage mécanique ;
- ▶ ☐ Torréfaction mécanisée ;
- ▶ ☐ Réglage de la presse ;
- ▶ ☐ Entretien de la presse ;
- ▶ ☐ Suivi de la production ;
- ▶ ☐ Contrôle qualité ;
- ▶ ☐ Extraction mécanique d'huile cosmétique ;
- ▶ ☐ Extraction mécanique d'huile alimentaire ;
- ▶ ☐ Décantation et filtration de l'huile brute ;
- ▶ ☐ Embouteillage de l'huile ;
- ▶ ☐ Hygiène et salubrité en IAA ;
- ▶ ☐ Qualité de l'huile ;
- ▶ ☐ Gestion d'une unité de production ;
- ▶ ☐ Calcul du prix de revient ;
- ▶ ☐ Etc.

2. LABELLISATION DE L'HUILE D'OLIVE

La qualité de l'huile d'olive obtenue par le processus de trituration traditionnel souffre de certaines lacunes, dont la principale est le grand laps de temps qui s'écoule entre la cueillette

et l'extraction de l'huile. Les olives sont stockées dans de mauvaises conditions, et l'huile extraite est de qualité médiocre, acide et astringente, de type « huile lampante », qui, si elle est appréciée par la majorité des consommateurs traditionnels qui représentent actuellement la plus grande partie du marché, ne saurait être commercialisée comme huile de qualité sur le marché national ou de l'exportation.

Selon les prescriptions du Décret n° 2-97-93 du 20 mai 1997, la commercialisation des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olives de type « lampantes » sont interdites à la consommation directe depuis juin 2000.

L'huile d'olive est l'huile provenant uniquement du fruit de l'olivier à l'exclusion des huiles obtenues par solvant ou par des procédés de ré estérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature.

2.1 L'huile d'olive vierge

Elle désigne l'huile obtenue du fruit de l'olivier uniquement par des procédés physiques dans des conditions, thermiques notamment, qui n'entraînent pas d'altération de l'huile, et n'ayant subi aucun traitement autre que le lavage, la décantation, la centrifugation et la filtration.

L'huile d'olives vierge naturelle comporte :

- L'huile d'olive vierge extra : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1 gramme pour 100 grammes et dont les caractéristiques organoleptiques sont spécifiées ;
- L'huile d'olive fine est une huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 2 grammes pour 100 grammes et dont les caractéristiques organoleptiques sont spécifiées ;
- L'huile d'olive vierge courante est une huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 3,3 grammes pour 100 grammes et dont les caractéristiques organoleptiques sont spécifiées ;
- L'huile vierge lampante possède un taux d'acide oléique supérieur à 3,3 grammes pour 100 grammes. Elle est impropre à la consommation.

2.2 L'huile d'olive raffinée

Elle est obtenue par le raffinage d'huiles d'olive vierges.

2.3 L'huile d'olive

L'huile d'olive est une Huile constituée par un coupage d'huile d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges autres que lampantes, dont l'acidité libre ne peut être supérieure à 1,5g pour 100g.

2.4 L'huile de grignons d'olive brute

C'est une huile obtenue par traitement au solvant de grignons d'olive, à l'exclusion des huiles obtenues par tout mélange avec des huiles d'autre nature.

2.5 L'huile de grignons d'olive raffinée

C'est une huile obtenue par le raffinage d'huile de grignons d'olive brute, dont l'acidité libre ne peut être supérieure à 0.5g pour 100g.

2.6 Évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge

Cette évaluation a pour but d'établir les critères nécessaires à la connaissance des caractéristiques de la saveur de l'huile d'olive vierge et de développer la méthodologie pour son classement. Dans cette évaluation organoleptique on distingue les attributs négatifs et les attributs positifs.

→ Attributs négatifs

<u>Chômé</u>	Flaveur caractéristique de l'huile tirée d'olives entassées dans un état avancé de fermentation anaérobie.
<u>Moisi-humide</u>	Flaveur caractéristique de l'huile obtenue d'olives attaquées par des moisissures et des levures par suite d'un stockage du fruit pendant plusieurs jours dans l'humidité.
<u>Lies</u>	Flaveur caractéristique de l'huile restée en contact avec les «boues »de décantation dans les piles et les cuves.
<u>Vineux-vinaigré</u>	Flaveur caractéristique de certaines huiles rappelant le vin ou le vinaigre. Cette flaveur est due fondamentalement à un processus de fermentation des olives qui donne lieu à la formation d'acide acétique, acétate d'éthyle et éthanol.
<u>Métallique</u>	Flaveur qui rappelle les métaux. Elle est caractéristique de l'huile qui est demeurée longtemps en contact avec des surfaces métalliques, au cours des processus de broyage, de malaxage, de pression ou de stockage.
<u>Rance</u>	Flaveur des huiles ayant subi un processus d'oxydation.

→ Attributs positifs

<u>Fruité</u>	Ensemble des sensations olfactives caractéristiques de l'huile, dépendant de la variété des olives, provenant de fruits sains et frais, verts ou murs, perçues par voie directe ou rétronasale.
<u>Amer</u>	Goût caractéristique de l'huile obtenue d'olives vertes stables de la véraison.
<u>Piquant</u>	Sensation tactile de picotement, caractéristique des huiles produites au début la campagne, principalement à partir d'olives encore vertes.

3. VERS UNE LABELLISATION DU TOURISME SOLIDAIRE



D'une opportunité d'établir des relations directes entre les hommes et les femmes de cultures différentes pouvant contribuer à la construction d'un monde plus solidaire, et celle de permettre à des populations et pays d'accueil de valoriser leur culture et de contribuer durablement à leur développement, le tourisme tend à devenir essentiellement un outil de profit pour quelques opérateurs privés.

Les populations locales qui voudraient se saisir de ce nouveau champ d'activités pour contribuer à leur développement peinent à trouver des espaces commerciaux et des interlocuteurs pour bâtir un tourisme qui les respecte et leur permet de vivre dignement.



Dans ce cadre, les opérateurs du tourisme équitable travaillent en particulier avec des prestataires de services locaux (du lieu du voyage), respectant les valeurs sociales et culturelles de leur environnement, et opérant leur activité économique en prenant en considération le mieux possible des critères de développement durable (selon leur marge de manoeuvre).

Les différents acteurs de cette filière du tourisme équitable et notamment les organismes qui assurent la promotion et la vente des produits de cette filière, peuvent être considérés comme des acteurs du tourisme équitable s'ils respectent au moins les engagements suivants :

3.1 Charte du tourisme solidaire

Dans une approche solidaire, les communautés d'accueil, les prestataires de services locaux et les organismes de promotion et de vente des séjours travaillent en partenariat sur le long terme. Ils valorisent les apports spécifiques de chacun en intégrant au mieux les coûts sociaux et environnementaux. Ils partagent équitablement entre eux les fruits de leurs activités menées en complémentarité.

3.2 Contractualisation concertée

Toutes les parties prenantes doivent être consultées sur les projets de développement touristique (y compris les communautés résidentes non directement impliquées dans la réalisation des activités touristiques se déroulant sur leur territoire), et ceci préalablement à l'établissement de contrats de prestations de services respectant au moins les droits sociaux fondamentaux (conventions de l'Organisation Internationale du Travail), et toute réglementation locale d'usage plus protectrice pour les travailleurs. L'établissement des prix des prestations, et en particulier des rémunérations des prestataires, fait l'objet d'un processus de négociation équitable, intégrant notamment le respect d'une concurrence loyale envers les prestataires locaux.

3.3 Développement local

Les activités touristiques proposées localement doivent être pensées et gérées pour contribuer directement au développement durable des communautés et territoires d'accueil. Les bénéfices tirés de ces activités touristiques, en particulier ceux des organismes de promotion et de vente, sont réinvestis majoritairement dans des actions de développement local maîtrisées par les communautés d'accueil.

3.4 Transparence

La transparence des modes de décision, des transactions financières et des comptes généraux relatifs à toutes les activités est une caractéristique incontournable du tourisme équitable. C'est cette transparence qui permet à toutes les parties prenantes de participer effectivement aux débats, et qui valide l'équité des différentes décisions.

3.5 Voyageurs responsables

Le voyageur qui opte pour cette forme de tourisme est un consommateur responsable qui a pris conscience que son attitude et ses actes sur place peuvent être pour les populations d'accueil autant un facteur de développement qu'un élément déstabilisateur. En conséquence, il s'engage à se garder de toute attitude et toute intervention qui pourraient bouleverser les équilibres sociaux, culturels et écologiques des communautés d'accueil et viendraient contrecarrer leurs dynamiques de développement.

V. SOUTIEN DE L'ADS EN MATIERE DE LABELLISATION

Voir le manuel de procédures.