

## ACTES DU FORUM ITADA

# Les chemins de la qualité en productions végétales

*23 octobre 2001*

*Ecomusée d'Alsace  
F - UNGERSHEIM*



Institut Transfrontalier d'Application et de Développement Agronomique

**ITADA**

*Grenzüberschreitendes Institut zur Rentablen Umweltgerechten Landwirtschaft*

**Ce forum a été organisé par :**

- **Secrétariat ITADA**  
2, allée de Herrlisheim, F- 68000 COLMAR  
Tel. : 0(033)3 89 22 95-50, Fax : -59  
EMail : [itada@wanadoo.fr](mailto:itada@wanadoo.fr) ; Web : [www.itada.org](http://www.itada.org)

**Financement :**

- **Fonds Européen de Développement Régional - INTERREG II Rhin Supérieur Centre Sud**
- **Région Alsace, Direction du Tourisme, de la Forêt et de l'Espace Rural**
- **Agence de l'Eau Rhin-Meuse**

## Les chemins de la qualité en productions végétales

Mardi 23 octobre 2001  
Ecomusée d'Alsace  
F - 68 Ungersheim

	Page
<b>0 Accueil</b> Marc GRODWOHL (Président de l'Ecomusée d'Alsace)	5
<b>1 Introduction</b> Mme Mariette SIEFERT, Présidente de l'ITADA Vice-Présidente du Conseil Régional d'Alsace	6-8
<b>Les signes officiels de garantie de la qualité des produits agricoles et des processus de production</b>	
<b>2</b> En France et en Alsace Bernard SCHAAL (Directeur d'Alsace Qualité)	9-16
<b>3</b> En Suisse Martine DUFOUR (Association Suisse pour la promotion des AOC-IGP)	17-27
<b>4</b> En Allemagne et en Bade-Wurtemberg Frank THIEDIG (Directeur de Marketing-Gesellschaft Bad.-Württ. GmbH)	28-32
Discussion	32-35
<b>Quali'terre : une démarche volontaire de qualification de l'exploitation agricole</b>	36-46
<b>5</b> Gérard CATTIN (Chambre d'Agriculture de la Marne)	
<b>Démarche contractuelle, qualité et environnement</b>	
<b>6</b> Démarche contractuelle et environnement Philippe GIRARDIN (INRA Colmar)	47-57
<b>7</b> Démarche contractuelle et qualité Bertil SYLVANDER (INRA Le Mans)	58-63
Discussion	63-64

**8 La qualité, la sécurité et l'environnement : peut-on vraiment tout intégrer ? 65-67**

**Table ronde**

*Animateur :* Bernard REUMAUX (rédacteur en chef des « Saisons d'Alsace »)

*Participants :* M. BUSSET (Armbruster Frères)

Anne-Julie GRIMM (Chambre de Consommation d'Alsace)

Martin MIERSCH (Taifun-Life Food GmbH, Fribourg)

M. SCHALK (Auchan-Scofeld)

Jean-François VIERLING (Agriculteur, Schnersheim)

**9 Conclusions 67**

Jean-François VIERLING (Président d'Alsace Qualité)

**10 Revue de presse 68-70**

**11 Coordonnées des intervenants et liste des participants 71-72**

**12 Invitation avec programme de la journée 73-74**

# FORUM ITADA

## Les chemins de la qualité en productions végétales

### ACCUEIL

Marc **GRODWOHL** (Président de Ecomusée d'Alsace)

Mesdames, Messieurs,

En tant que Président de l'Ecomusée d'Alsace, je suis très honoré de vous recevoir et très heureux que vous ayez choisi notre site pour organiser votre forum.

L'Ecomusée est un projet de conservation, de transmission, et de ré-élaboration d'un patrimoine bâti. A partir de là, et à partir du succès rencontré par cet endroit après son ouverture au public, on a apporté de la chair à ces choses là, tout d'abord pour les activités artisanales, domestiques, ethnographiques, la vie domestique, puis à partir des objets agricoles, la volonté de remettre tout cela en mouvement et la création, il y a quelques années d'un terroir, maquette grandeur réelle de ce que pouvait être un terroir en Alsace, il y a à peu près 60 ans. On y voit la morphologie agraire, les champs en lanières, une grande diversité végétale et nous poussons le vice jusqu'à soumettre ce terroir à l'assolement triennal ; plusieurs modes de découvertes de ce terroir sont proposés : ce sont bien sûr, d'abord, les travaux d'exploitation agricole avec une part très importante réservée à la traction animale, les débuts de la motorisation, donc là, se sont des tableaux vivants qui permettent de garder et de transmettre pour le plaisir en fait, parce que ce sont des jeunes, des citadins, parfois des jeunes hébergés, qui pratiquent ces tâches et d'autre part, une exposition de plein air qui s'appelle « carré de terroir » que vous verrez tout à l'heure, c'est une sorte d'expérimentation de bioarchéologie. Nous avons également créé une maison des goûts et des couleurs que vous verrez cet après-midi, sous la conduite de François Kiessler qui est le porteur de tous ces projets à l'Ecomusée et se fera un plaisir de répondre à vos questions tout à l'heure.

La maison des goûts et des couleurs permet à des producteurs dont nous même qui apportons des produits de nos champs et de nos jardins, d'apporter leurs produits dans une maison assez spacieuse et ces produits sont mis en oeuvre par un couple qui s'appelle couple du professionnel et de la ménagère ; la ménagère devant les gens montre la place de ces produits dans l'économie domestique traditionnelle, c'est un peu la transmission de la cuisine de mère en fille et à côté, le professionnel, généralement un grand chef de cuisine (on a eu les plus grands en Alsace, chez nous, au cours de l'année précédente). A partir des mêmes produits, un grand chef de cuisine fait une création, quelque chose sur le registre plus artistique. Notre souci est en fait de ne pas donner à voir des tableaux uniquement ruraux, d'une vie paysanne complètement révolue et qui n'aurait à jamais fonctionné dans un musée, car ceci est embelli bien sûr, mais susciter l'appétit et l'intérêt des gens pour des produits de qualité aujourd'hui, non pas sur le registre des peurs alimentaires ou de nouveaux dogmes, mais sur le registre, simplement du plaisir de voir, de sentir, et du désir de création.

Voilà, alors, je crois que l'Ecomusée au delà de tout ça, c'est une machine à éveiller du désir et j'espère que cela va fonctionner aujourd'hui dans cet endroit pour des travaux très fructueux et une partie de détente dans notre parc. Je vous souhaite une bonne journée.

## **INTRODUCTION**

Mariette SIEFERT (Présidente de l'ITADA, Vice-Présidente du Conseil Régional d'Alsace)

En ma qualité de Présidente de l'ITADA, j'ai l'honneur et le plaisir d'ouvrir ce forum consacré à une réflexion sur la qualité en productions végétales.

Je salue tout particulièrement à cette occasion :

M. Grodwohl, Pdt Ecomusée, notre hôte

M. Vierling, Pdt Alsace Qualité et le directeur M. Schaal,

M. Koller, Directeur de l'ARAA

M. Walter, Directeur de l'Institut Universitaire Professionnalisé de Colmar,

*Section Valorisation et Transformation des Productions Agricoles*

Mme Von Roode pour le BLHV (syndicat des agriculteurs du Pays de Bade),

M. Vetter, Directeur de l'IfUL à Müllheim,

Mesdames et Messieurs les intervenants, les représentants de la presse et tous les participants.

Mais avant d'entrer dans le vif du sujet, je souhaiterais vous dire quelques mots sur l'ITADA, Institut Transfrontalier d'Application et de Développement Agronomique et vous préciser pourquoi nous organisons cette journée.

Notre institut de coopération transfrontalière entre les régions du Rhin supérieur, à savoir le Bade-Wurtemberg, le nord-ouest de la Suisse et l'Alsace, s'est fixé pour objectif à sa création, en octobre 1993, de « favoriser le développement d'une agriculture respectueuse de l'environnement et des ressources naturelles, avec le souci de protéger en particulier la nappe phréatique compatibles avec la bonne marche et la rentabilité des exploitations agricoles ».

Les travaux de l'ITADA sont orientés vers l'agriculture durable et notre mission essentielle est de stimuler la coopération transfrontalière, en favorisant la recherche appliquée et les échanges d'informations dans ce domaine. C'est dans le cadre de cette mission que l'ITADA organise régulièrement des forums transfrontaliers avec une approche liant l'agriculture et l'environnement.

**Aujourd'hui notre 6ème forum a comme thème :**

**Les chemins de la qualité en productions végétales**

Le consommateur est devenu très vigilant à la suite des différentes crises qui ont affecté nos alimentations.

La sécurité alimentaire est devenue une préoccupation constante des consommateurs qui ont souvent tendance à s'en remettre aux « sécurisants » labels...mais sans forcément savoir exactement ce qu'ils signifient !

Les 5 signes officiels de qualité et d'origine qui existent en France,

à savoir le label rouge, l'appellation d'origine contrôlée, la certification de conformité produit, l'agriculture biologique et la dénomination montagne,

ces signes n'ont pas tous une forte notoriété, il est encore nécessaire d'accentuer la communication auprès du grand public.

M. Bernard Schaal, Directeur d'Alsace Qualité, rappellera ce que garantissent ces signes de qualité et fera le point sur leur développement.

Dans le contexte de préoccupation grandissante vis à vis de l'alimentation, on assiste à une montée en puissance de l'alimentation bio dans la distribution, les consommateurs pensant que l'agriculture biologique apporte une réponse satisfaisante aux inquiétudes actuelles concernant la sécurité alimentaire. Cependant, il n'est pas démenti que les attentes de ces consommateurs vis à vis de leur santé, de la qualité et du goût du produit, soient toujours mieux garanties. Le cahier des charges de l'AB est, avant tout, une obligation de moyens d'ordre éthique et environnemental.

Les intervenants suisse et allemand qui nous présenteront la situation dans leur pays respectif pour les signes officiels de qualité, ne manqueront certainement pas de nous indiquer où en est le développement de l'agriculture biologique chez eux.

### **Une agriculture qui se doit d'être volontaire, innovante et rassurante**

Aujourd'hui, des chartes nationales de production se mettent en place par filière pour les grandes cultures.

Ces chartes précisent les moyens mis en œuvre dans le processus de production à l'aide de cahiers des charges qui peuvent être modulés localement.

Au niveau national, un décret devrait prochainement venir définir les modes de production raisonnée et préciser les modalités de qualification des entreprises agricoles.

Cette démarche générale de progrès sera volontaire et ouverte au plus grand nombre de producteurs.

Tous ces efforts visent à aider les agriculteurs dans la reconquête de la confiance de leurs concitoyens en adoptant les pratiques agricoles aux exigences de préservation de l'environnement.

Le Conseil Régional d'Alsace approuve naturellement ces démarches positives et nécessaires des filières et de la profession agricole.

Je rappelle ici que nous n'avons pas attendu les récentes crises pour promouvoir des démarches qualité dans les filières agricoles.

Grâce aux efforts déployés et à l'appui d'Alsace Qualité, le nombre de produits faisant l'objet d'une certification de conformité ne cesse de progresser dans notre région.

On peut ainsi citer le succès d'Alsépi, le pain artisanal certifié, réalisé exclusivement à partir de farines de blés alsaciens cultivés selon les principes de l'agriculture raisonnée et dont nous reparlerons plus tard.

Aujourd'hui, 80 % des produits alimentaires passent par des industriels de la transformation et l'alimentation est souvent perçue comme artificielle et sans lien avec le terroir.

Le besoin de «nature», en général, donne un regain d'intérêt pour les produits simples comme les fruits et légumes dont la consommation est en progression depuis deux ans.

Certains consommateurs recherchent aussi une authenticité privilégiant le contact direct avec le producteur, d'où le succès croissant des points de ventes à la ferme et du réseau d'accueil «bienvenue à la ferme».

## **La qualité, la sécurité, l'environnement et l'économique : peut-on vraiment tout concilier ?**

Après la qualité et la sécurité alimentaire, les marchés exigent aujourd'hui des conditions de production ne portant pas atteinte à l'environnement.

Les effets de différentes démarches de production et de différents cahiers des charges sur l'environnement seront analysés par M. Girardin de l'INRA de Colmar.

Face à l'attente concernant la qualité du produit, la question de l'obligation de résultats reste donc posée. M. Sylvander, de l'INRA du Mans, nous informera des effets de démarches contractuelles sur les caractéristiques gustatives et sanitaires des produits.

La table ronde de fin journée qui réunira des acteurs de toute la filière de l'alimentation cherchera à préciser quels sont les chemins de la qualité pour les productions végétales et à expliquer comment on peut s'organiser pour faire face aux nouvelles attentes du consommateur tout en assurant un revenu décent aux producteurs.

### **En conclusion**

Que ce soit par les signes officiels de qualité les chartes de production par filière ou les démarches qualité des exploitations agricoles, il est certain que le monde agricole se dote d'outils permettant de mieux assurer la traçabilité et la qualité des produits tout en prenant en compte la nécessaire protection de l'environnement.

Il faut, d'une part que le message soit clair pour le consommateur et que, d'autre part, l'agriculteur dispose d'outils et de références faciles à mettre en œuvre.

Je souhaite que ce forum contribue à la réflexion pour la mise en place d'une politique harmonisée entre nos 3 régions et pays.

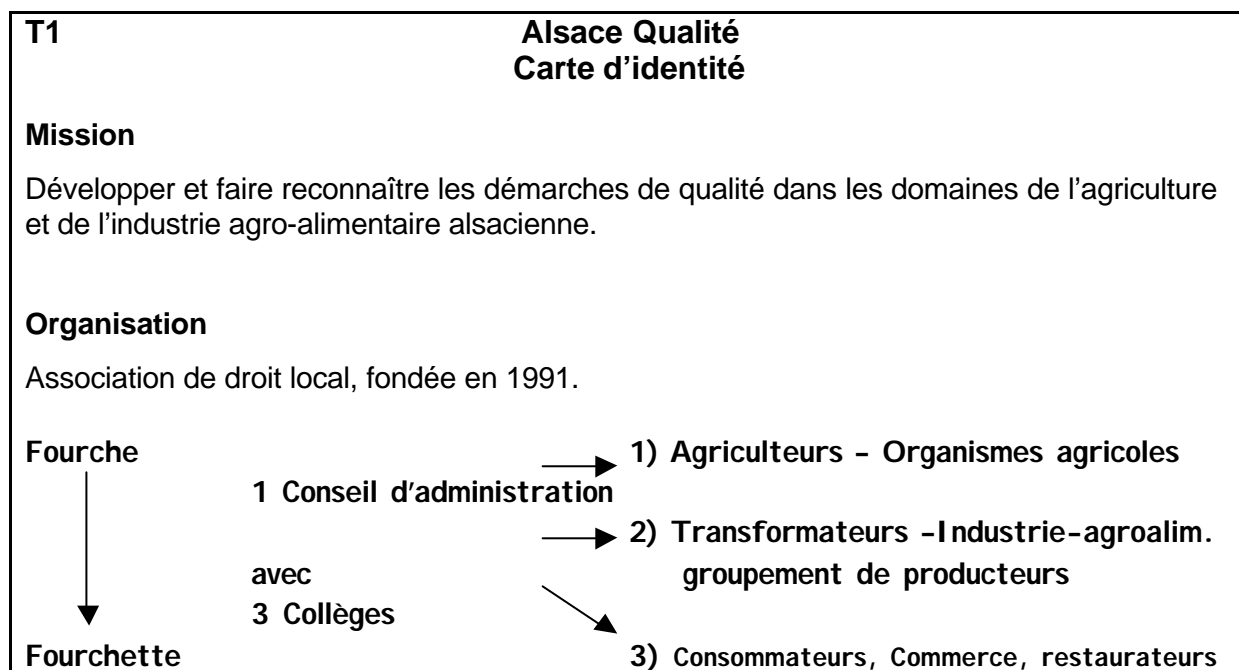
Si nous arrivons ensemble à progresser dans ce sens ITADA aura rempli sa mission.

**Je vous souhaite à tous une bonne, riche et intéressante journée ici à l'Ecomusée.**



# LES SIGNES OFFICIELS DE GARANTIE DE LA QUALITE DES PRODUITS AGRICOLES ET DES PROCESSUS DE PRODUCTION

Bernard SCHAAL  
Directeur Alsace Qualité



## T2 Démarche autour des 3 « Faire »

### FAIRE BIEN

- Management de la Qualité (Normes ISO 9000)
- Sécurité des produits alimentaires (Démarche HACCP)
- Gestion de l'environnement (Normes ISO 14000)
- Cahiers des charges spécifiques à certains produits
- Qualification des exploitations agricoles

### FAIRE RECONNAÎTRE

- Certification d'entreprise
- Certification de Produit (Label Rouge, Certificat conformité)

### FAIRE CONNAÎTRE

- Communication sur les signes de qualité
- Communication sur les produits



## **T6 Schéma d'organisation de l'établissement d'une certification**

Voir page suivante  
(Durée = 2 à 5 ans)

## **T7 Comment fonctionne l'établissement d'une certification**

Voir page suivante

### **T8 Etablissement d'un cahier des charges**

1. Présentation générale du cadre de la certification de produit
2. Domaine d'application / Domaine de validité
3. Textes de référence
4. Définition
5. Caractéristiques du produit :
  - 5.1 Caractéristiques implicites
  - 5.2 Caractéristiques explicites
    - relatives aux matières premières (origine, mode de production, physico-chimiques)
    - relatives à la transformation
    - en se référant au produit final (sensorielles, physico-chimique, ...)
6. Schéma de vie (Etapas de production – caractéristiques concernées – paramètres maîtrisés et / ou contrôlés)
7. Méthodes de maîtrise et de contrôle  
(Production, Transformation, Hygiène, Traçabilité)
8. Etiquetage et communication  
(caractéristiques valorisantes, modèle étiquette)

**Document T 6 (non disponible)**

**Document T 7 (non disponible)**

# Caractéristiques explicites certifiées

## T9-11

## Exemple ALSEPI

### V.2.1. Culture de blé

Le pain artisanal certifié est fabriqué à partir de blés possédant les caractéristiques suivantes :

- Les blés (chaque 4 variétés au minimum par an) sont cultivés en Alsace par des agriculteurs habilités sur des parcelles identifiées situées en Alsace (C1).
- Les variétés de blé font l'objet d'une évaluation et d'une sélection relative à leur qualité panifiable (C2).
- La fertilisation et la protection phytosanitaire des blés sont maîtrisées (C3).
- Les boues de stations d'épuration des collectivités sont interdites, sauf celles provenant d'industries dont les composants d'origine sont connus et reconnus pour leur innocuité (C4).

### V.2.2. Fabrication de la farine

- La farine est élaborée à partir d'un assemblage d'un minimum de 4 blés selon des proportions définies annuellement, afin d'optimiser la qualité de la farine (C5).
- Les seuls ingrédients autorisés sont : le malt, l'acide ascorbique, les amylases et le gluten de blé (C6).

Les caractéristiques physico-chimiques et de panification sont prédéfinies par des valeurs minimales ajustées annuellement en fonction de l'état de la récolte (C7).

### V.2.3. Production du pain

- Il est fabriqué exclusivement avec des farines de blé cultivés et transformés en Alsace conformément au cahier présent des charges (C9).
- Afin de favoriser l'expression du goût, la pâte est exclusivement préparée à partir de l'une des préparations suivantes (C10) :
  - Pâte avec levure
  - Poolisch (50 % farine + 50% Eau)
  - pâte fermentée.
- Le boulanger travaille selon un diagramme de fabrication préalablement validé par un groupe d'experts et qui impose un pétrissage lent et une pousse lente (C12). Les diagrammes de base retenus sont les suivants :
  - Méthode traditionnelle avec pointage en cuve
  - pointage retardé
  - pousse contrôlée 24 h
  - pousse contrôlée lente.
- Utilisation exclusive de sel de Guérande (C13).
- Apprêts sur panetons ou couche (C14).
- Cuisson dans four à sole (C15).

## T12 Schéma de vie de la production à la collecte des blés

Étape	Caractéristiques concernées	Moyens de maîtrise et / ou contrôle
<i>Essai de variétés adaptées au terroir alsacien</i>	- Valeur boulangère des blés	- Commission annuelle pour le choix des variétés à tester
<i>Sélection qualitatives de variétés de blé</i>	- Valeur boulangère et de rendement	- Commission annuelle pour le choix des 4 variétés mise en culture. Critères de sélection prédéfinis (rendement, test de panification)
<i>Mise en culture</i>	- Ensemble des caractéristiques - Traçabilité	- contrat agriculteur - semence certifiée
<i>Suivi des cultures</i>	- Qualité panifiable (Teneur en eau, poids spécifique, teneur en protéines)  - Sécurité des consommateurs	- Suivi de la fertilisation azotée (Ramses et Jubile) et enregistrement des interventions - Suivi phytosanitaire (lutte contre les maladies, désherbage) et enregistrement des interventions
<i>Récolte</i>	- Traçabilité - Qualité panifiable - Variabilité qualitative au sein d'une variété	- Fiche de suivi du blé de la semence à la récolte) - Classement des variétés - Condition de récolte - Contrôle avant déchargement (Humidité+poids spécifique)
<i>Pré-stockage</i>	- Conservation des blés (développement des moisissures et des insectes) - Etat de santé	- Ventilation du blé  - Désinsectisation interdite
<i>Stockage en silo des blés stabilisés</i>	- Traçabilité - Qualité panifiable	- Identification des lots contenus dans le silo - Séparation de Camp Rémy et autres variétés.

## T13-14 Notoriété des signes officiels de qualité – spontanée / assistée (en Alsace)

Signes	spontanée	Assistée
<i>Label Rouge</i>	35,4 %	93 %
<i>AOC</i>	3,3 %	74 %
<i>AB</i>	6,2%	45 %
<i>A.Q.C.</i>	0,4 %	34 %

## **T15 La confiance accordée aux signes officiels de qualité**

Avec l'expression : « J'ai une confiance totale dans ces labels »

Tout à fait d'accord : 78,2 %

Peu d'accord ou pas du tout d'accord : 16,8 %

Sans réponse : 5,0 %

## **T16 Les produits d'Alsace certifiés alsaciens (in Millions FRF)**

<b>Produits</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001 (estimation)</b>
Poulet fermier d'Alsace	17,60	20,50	22,20
Dinde fermière noire d'Alsace	0,37	0,30	0,30
Chapon fermier d'Alsace	1,30	1,60	1,60
Miel de sapin d'Alsace	-	-	1,30
Géranium d'Alsace	5,30	4,70	5,50
Escargots	11,00	11,00	11,00
Crème fluide d'Alsace	22,00	/	22,00
Pâtes d'Alsace	90,00	316,00	325,00
Poussins coquelets Rihn-Jungmast	5,90	6,80	7,10
Choucroûte d'Alsace	48,30	45,70	48,00
Viande de bovine	0,90	8,00	55,00
Viande porcine	24,00	52,00	55,00
Miels d'Alsace	0,45	0,75	1,80
Pain artisanal	/	10,00	40,00
<b>SOMME Produits certifiés</b>	<b>247,12</b>	<b>477,35</b>	<b>595,80</b>

## **T17 Développement du chiffre d'affaires des produits de qualité certifiés en Alsace (MF)**

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
11,7	13,3	20	27	167	227	477	595

Rem. : hors vin et produits biologiques



# **Appellations d'origine contrôlées et indications géographiques protégées : enjeux et perspectives en Suisse**

Martine Jaques-Dufour  
Association suisse pour la promotion des AOC-IGP

## **INTRODUCTION**

L'agriculture suisse de ces dernières années est marquée par des changements importants qui ont remis en cause les logiques antérieures de développement agricole. La globalisation de l'économie, la saturation des marchés, la disparition des soutiens des prix, la suppression progressive des barrières tarifaires obligent notre agriculture à être toujours plus compétitive. Les agriculteurs ne doivent plus chercher à augmenter leurs volumes de production mais à mettre sur le marché des produits qui permettent une meilleure rémunération et qui satisfont des consommateurs toujours plus exigeants vis-à-vis des produits alimentaires.

Dans ce contexte les réflexions se multiplient sur la nécessité de donner aux produits suisses un profil clair qui les distingue d'autres produits substitués souvent meilleur marché. Le créneau de la qualité apparaît comme une chance pour positionner des produits qui ne sont pas concurrentiels au niveau de leur prix. La qualité ne s'exprime cependant pas seulement à travers l'aspect du produit, son goût, ses valeurs nutritives ou son mode de production mais aussi à travers l'ancrage territorial d'un produit dans une région. Ce lien au terroir est une qualité car il donne au produit une forte identité tout en rassurant le consommateur.

## **BASES LEGALES SUISSES ET EUROPEENNES POUR LES AOC ET LES IGP**

En Suisse, le manque de base légale a pendant longtemps empêché de protéger les noms géographiques traditionnels et de les réserver à un produit bien particulier. Ni le consommateur, ni le producteur n'était à l'abri des appropriations trompeuses. Il n'y avait aucune condition cadre pour profiler des produits se distinguant par leur origine ou leur mode de production.

Cette lacune a été comblée en 1996 avec la nouvelle orientation de la politique agricole qui a pris en compte le passage nécessaire d'une logique productiviste à une démarche de qualité. La révision de la Loi sur l'agriculture a introduit une base légale pour les produits agricoles élaborés selon un mode de production particulier (par exemple la production biologique), présentant des caractéristiques spécifiques ou se distinguant par leur origine. Cette loi a ouvert la porte à des dénominations géographiques traditionnelles qui peuvent être protégées par l'Etat.

## **Définition des concepts AOC et IGP dans l'ordonnance du 28 mai 1997**

Les notions d'AOC pour appellation d'origine contrôlée et d'IGP pour indication géographique protégée sont définies en Suisse dans l'ordonnance du 28 mai 1997 concernant les appellations d'origine et les indications géographiques des produits agricoles et des produits agricoles transformés (RS 910.12). Cette ordonnance ne concerne pas les appellations viticoles qui sont régies par l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur la viticulture et l'importation de vin.

L'AOC est le nom d'une région désignant un produit qui en est originaire. Sa qualité est due au terroir qui comprend des facteurs humains et naturels. Une AOC est entièrement fabriquée dans sa région d'origine.

L'IGP est également réservée à un produit issu d'une zone délimitée mais toutes les étapes de sa production ne prennent pas forcément place dans la région qui lui donne son nom. Les savoir-faire lui confèrent son identité mais sa qualité est moins fortement liée à son terroir.

Les AOC et les IGP appartiennent au domaine public, contrairement à une marque qui relève du droit privé et qui appartient à son titulaire.

## **Prise en compte des conditions prévalant dans l'Union Européenne**

Comme cette base légale est destinée à harmoniser les conditions d'échange avec l'Union Européenne, l'ordonnance suisse est fortement inspirée du règlement européen (CEE) 2081/92 du 14 juillet 1992 relatif à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et des denrées alimentaires. Un premier pas vers cette reconnaissance réciproque a été franchi avec les accords bilatéraux entre l'Union Européenne et la Suisse qui intègrent une déclaration d'intention stipulant que les parties doivent prévoir des négociations relatives à la reconnaissance mutuelle de leur registre des appellations d'origine.

## **Le lien au terroir**

Le cahier des charges doit contenir l'aire de production où l'appellation est fabriquée traditionnellement et donner des éléments historiques qui prouvent que le produit a une existence historique dans cette zone. Le lien entre le produit et son terroir doit également être mis en évidence. Mandaté par l'Office fédéral de l'agriculture, l'Institut d'économie rurale de l'ETHZ a réfléchi comment définir et comprendre le lien au terroir (Barjolle *et al.*, 1998).

Il ressort de cette recherche que le lien au terroir naturel (l'« effet terroir » dont on parle en viticulture et qui veut que les caractéristiques sensorielles du produit soient dues au milieu physique où il est produit) est souvent difficilement démontrable pour les produits alimentaires, même s'il est souvent revendiqué. L'étude menée par les stations fédérales de recherche de Changins et de Liebefeld (FAM) est par conséquent exemplaire puisqu'elle met en évidence un lien entre le fromage de l'Etivaz, la provenance de son lait et la flore des alpages : certains

terpènes (composés volatils odorants que l'on trouve dans diverses plantes) se retrouvent dans les crèmes et les fromages (Bosset *et al.*, 1999).

Barjolle, Boisseaux et Dufour donnent plusieurs pistes qui s'appuient sur des travaux d'ethnologues, d'historiens ou de géographes pour montrer le lien entre le produit et son terroir en tant qu'espace de savoir-faire et de traditions localisés. Ils insistent sur l'importance des enquêtes de terrain pour comprendre pourquoi certaines pratiques humaines propres à la région donnent au produit ses caractéristiques uniques.

Le lien au terroir, pris dans ses dimensions environnementales, historiques et culturelles, est intimement lié à la définition de l'aire de production. Il en justifie les contours et permet d'expliquer pourquoi telle zone fait ou ne fait pas partie de l'aire de production définie dans le cahier des charges.

## **La certification**

Chaque produit ayant obtenu une AOC ou une IGP verra ses conditions de production contrôlées par un organisme de certification accrédité à la norme européenne EN 45'011 (norme garantissant l'indépendance, la neutralité et la compétence des organismes certifiant des produits).

## **OBJECTIFS ET ENJEUX DE LA POLITIQUE DES AOC ET DES IGP**

L'ordonnance sur les AOC et les IGP poursuit des objectifs qui ne se limitent pas à la protection juridique visant à protéger des dénominations traditionnelles. Elle a aussi des enjeux économiques, sociaux et culturels qui sont loin d'être négligeables.

### **Des enjeux économiques pour les producteurs**

Les filières AOC et IGP s'appuient sur une différenciation par la qualité qui va permettre à des produits de se faire une place sur le marché malgré des coûts de production souvent élevés (Barjolle, Chappuis, 1999). Les agriculteurs situés dans des zones périphériques peuvent s'insérer dans une économie globalisée en jouant la carte de l'identité (Barjolle *et al.* 1999).

### **Des enjeux territoriaux pour la société**

Cet objectif économique a aussi des enjeux sociaux puisque le maintien de volumes de production et la mise en valeur de produits régionaux doivent permettre de sauvegarder des emplois agricoles et ruraux, notamment dans les zones défavorisées où la concurrence de produits moins chers implique une forte pression sur la viabilité des entreprises agricoles. La politique des AOC et des IGP participe aux buts de la politique agricole suisse qui veut encourager la décentralisation en fixant des populations rurales grâce à une compétitivité renforcée des exploitations agricoles.

## **Des enjeux pour l'environnement**

La politique des AOC et des IGP peut aussi contribuer à remplir des objectifs environnementaux. En liant un produit à son territoire, en inscrivant les pratiques loyales de fabrication dans un cahier des charges contrôlé, les AOC et les IGP peuvent devenir un outil pour garantir le respect de l'environnement, maintenir des paysages cultivés et entretenir des zones agricoles menacées par le retour de la forêt ou les friches (Barjolle *et al.* 1999). Les AOC et les IGP.

## **Des enjeux pour le consommateur**

Les AOC et les IGP permettent par ailleurs de satisfaire des consommateurs toujours plus exigeants et attentifs à ce qu'ils achètent. En certifiant l'origine des produits et des procédés de fabrication, les AOC et les IGP offrent des garanties importantes recherchées par les consommateurs qui veulent autre chose que des produits standardisés, sans identité et aux méthodes de productions incertaines. La proximité géographique ou symbolique avec les produits de terroir devient un gage de sécurité?

## **Des enjeux patrimoniaux**

Les AOC et les IGP permettent de maintenir des productions traditionnelles entourées de savoir-faire souvent ancestraux et garants de saveurs riches et subtiles. Elles contribuent ainsi à sauvegarder la biodiversité culturelle et des patrimoines gastronomiques (Bérard et Marchenay, 1995 et 1999) menacés de disparaître pour faire place à des productions industrielles, déshumanisées qui répondent à des critères de rentabilité. Une appellation devient le témoin de valeurs que la société ne veut pas voir disparaître.

## **SITUATION ACTUELLE DE LA POLITIQUE DES AOC ET DES IGP EN SUISSE**

Vingt-huit produits ont déposé à ce jour une demande d'AOC ou d'IGP à l'OFAG pour des produits aussi divers que des fromages, des saucissons, des viandes séchées, des eaux-de-vie et des fruits. La majorité des produits proviennent de la Suisse romande. La Suisse alémanique est pour le moment moins sensible à la démarche AOC, certainement parce qu'elle bénéficie moins fortement de l'influence de la France et de ses appellations réputées comme le Roquefort ou le Comté. Cinq produits ont été enregistrés en Suisse (le Gruyère AOC, l'Etivaz AOC, le Rheintaler Ribel AOC, la Tête de Moine-fromage de Bellelay AOC et la viande des Grisons IGP) ; d'autres produits ont déjà été publiés mais ils ont rencontré des oppositions.

## **LES CRITERES DE SUCCES POUR UNE FILIERE AOC OU IGP PERFORMANTE.**

L'Institut d'économie rurale a participé à un projet européen (FAIR CT 95-306 : « PDO-PGI Products : Market, Supply Chain and Institutions ») entre 1996 et 1999 sur les filières AOC et

IGP. Cette recherche, menée conjointement par la France, l'Italie, la Grèce, le Royaume-Uni, les Pays-Bas et la Suisse sur 21 appellations d'origine et indications géographiques protégées, a cherché à mettre en évidence les facteurs de succès pour les filières AOP et IGP.

Il ressort de cette étude que les signes AOP et IGP ne sont pas en soi déterminants (Barjolle *et al.* 1999). On ne peut pas parler de labels qui font vendre, car ces signes sont encore très mal connus par les consommateurs européens (tabl. 1). L'Union Européenne a introduit en 1998 un logo fédératif pour l'AOP et l'IGP (fig. 5). Ce logo, facultatif, est encore peu utilisé par les professionnels et il ne contribue pas encore à faire connaître l'AOP dans les Etats membres (Dufour, 1999). La mention AOC est beaucoup mieux connue en France (tab. 1) grâce à l'antériorité du système de protection pour les appellations d'origine.

Le projet européen montre que ce sont les produits eux-mêmes et la coordination au sein du groupe qui sont au centre des facteurs de succès ou d'échec des filières AOP-IGP. La performance de la démarche AOP-IGP est liée à la mise en place d'une stratégie claire de différenciation du produit. Une définition trop large du produit ne permet pas une bonne identification de l'appellation et de sa qualité (Barjolle et Mesplou, 1997). Il faut cependant respecter les particularités qui peuvent exister d'un producteur à un autre et ne pas exagérer les contraintes du cahier des charges.

Le caractère collectif de la démarche est aussi un facteur clé du succès des AOC et des IGP. Le projet ne doit pas être l'apanage d'un petit groupe. Tous les producteurs doivent se sentir concernés par la mise en valeur de leur produit et par la gestion de sa qualité.

La recherche européenne montre finalement que le succès des AOC et IGP reste lié à l'attractivité du marché et elle met en évidence l'importance des soutiens publics (Barjolle et Sylvander, 1999) pour rendre le dispositif efficace.



## **L'ASSOCIATION SUISSE POUR LA PROMOTION DES AOC-IGP**

L'ordonnance sur les AOC et les IGP n'envisage pas que l'Office fédéral de l'agriculture prenne des mesures de communication pour promouvoir les notions d'appellation d'origine et d'indication géographique. Les AOC et les IGP doivent toutefois devenir des signaux de qualité crédibles et pertinents pour le consommateur (Valceschini, 1999.) Une étude menée par la Direction Générale de l'Alimentation en France en 1994 sur la « Perception et images des produits alimentaires portant les reconnaissances officielles de qualité » montre que les signes officiels de qualité attirent la confiance mais qu'ils ne sont déterminants dans le choix des consommateurs que s'ils sont connus (Dufour, 1999).

Pour répondre à cette nécessité de faire connaître les signes AOC et IGP, une Association pour la promotion des AOC-IGP a été créée à Berne en février 1999. L'Association a pour but la promotion générique de l'AOC et de l'IGP en Suisse. Elle veut regrouper toutes les

interprofessions qui ont fait une demande d'AOC ou d'IGP pour devenir une plate-forme d'échanges et de communication. Elle est propriétaire d'un logo AOC et d'un logo IGP (fig. 6), ainsi que des logos GUB et GGA pour les mentions en allemand.

## CONCLUSION

- Les consommateurs sont toujours plus attentifs à l'origine des produits, la politique des AOC et des IGP s'inscrit dans les préoccupations actuelles de l'opinion occidentale.
- L'ouverture des marchés peut encourager nos régions à vouloir faire reconnaître la dimension patrimoniale ou la spécificité de produits issus d'une culture et d'une histoire. L'ancrage reconnu et protégé de ces produits dans leur territoire leur ouvre la porte à un accès loyal au marché et permet aux régions périphériques de s'insérer dans une économie globalisée.
- Cette insertion ne sera pleinement possible que si les appellations suisses et européennes sont reconnues au niveau mondial. La libéralisation du commerce doit s'accompagner de mesures qui garantissent des chances honnêtes aux indications géographiques (accords TRIPS).
- La démarche AOC est un instrument de structuration des filières agricoles car elle recentre les intérêts des acteurs autour de leur produit et les encourage à une gestion collective de leur AOC et de sa renommée (Barjolle, Mesplou, 1995).
- Les AOC et les IGP ne seront des outils concurrentiels que si elles sont des signes reconnus qui guident le consommateur dans ses achats (Dufour, 1999).

## BIBLIOGRAPHIE

Barjolle D., Boisseaux S., Dufour M., 1998. *Le lien au terroir*. Institut d'économie rurale de l'ETHZ (antenne romande), 33 p.

Barjolle D., Chappuis J.-M., 1999. Produits typiques dans des zones défavorisées et coordination des acteurs dans les filières : une approche par la théorie des coûts de transaction. *In* : Lagrange Louis (coordinateur), Signes officiels de qualité et développement agricole, 171-176 [Actes du colloque SFER des 14 et 15 avril 1999, Clermont Ferrand].

Barjolle D., Chappuis J.-M., et Dufour M., 1998. The Protected Denomination Of Origin And Geographical Indication Legislation In Switzerland : Institutional Aspects. Institut d'économie rurale de l'ETHZ (antenne romande), 41 p. [Rapport rédigé dans le cadre du projet européen FAIR CT 95-306 : PDO-PGI Products : Market, Supply Chain and Institutions »].

Barjolle D., Chappuis J.-M., et Dufour M., 1999. Protection des appellations d'origine et des indications géographiques en Suisse : recommandations finales. Institut d'économie rurale de l'ETHZ (antenne romande), 32p. [Rapport rédigé dans le cadre du projet européen FAIR CT 95-306 : PDO-PGI Products : Market, Supply Chain and Institutions »].

Barjolle D. Mesplou P., 1995. Gestion et promotion des Appellations d'origine contrôlée et des Indications géographiques protégées suisses. Stratégie des acteurs et rôle des institutions.- Institut d'économie rurale de l'ETHZ (antenne romande). 59 p.

Barjolle D. Mesplou P., 1997. Coordination au sein des filières AOC. *Revue suisse Agric.* **29** (1), 13-16.

Barjolle D. et Sylvander B., 1999. Some factors of success for origin labelled products in agri-food supply chains in Europe: market, internal resources and institutions [Présentation au 67th EAAE Seminar: The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects, Le Mans, France, 28-30 octobre 1999].

Bérard L., et Marchenay P., 1995, Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir. *Terrain* **24**, 153-164.

Bérard L., et Marchenay P., 1999, Patrimoine vivant, montagne et biodiversité. *Revue de géographie alpine* **4**, 7-14

Bosset J.-O., Jeangros B., Berger Th *et al.* 1999. Comparaison de fromages à pâte dure de type Gruyère produits en régions de montagne et de plaine. *Revue Suisse Agric.* **31** (1), 17-22.

Dufour M., 1999. Communication et promotion des signes AOC et IGP en Suisse. Recommandations pour l'administration et les professionnels en Suisse. Institut d'économie rurale de l'ETHZ (antenne romande), 128p.

Dufour M, 2001, Appellations d'origine contrôlée et indications géographiques protégées: enjeux et perspectives en Suisse, *Revue suisse d'agriculture* **33** (4): 157-162.

Direction Générale de l'Alimentation, 1994. Perception et image des produits alimentaires portant les reconnaissances officielles de qualité, 9 p. [rapport interne].

Faure M. 1999, Patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord : savoirs et pratiques techniques. *Revue de géographie alpine* **4**, 51-60.

INRA (Europe), 1999. Eurobaromètre 50.1. Les Européens et les labels de qualité, 70 p. [Rapport réalisé à la demande de la Commission Européenne, Direction générale VI « Agriculture »].

Valceschini Egizio 1999, Les signaux de qualité crédibles sur les marchés agroalimentaires : certifications officielles et marques. *In*: Lagrange Louis (coordonnateur) : Signes officiels de qualité et développement agricole. Société Française d'Economie Rurale, 147-165 [Actes du colloque SFER des 14 et 15 avril 1999].

## Plan de l'exposé

### Les signes de qualité en Suisse: enjeux et perspectives



Martine Jaques-Dufour  
Association suisse pour la promotion des AOC-IGP

23 octobre 2001, Ungersheim

La politique de qualité en Suisse: labels de production (PI et BIO), signes de reconnaissance, AOC et IGP

Les AOC et les IGP en Suisse

- Cadre législatif
- Situation actuelle
- Demande d'enregistrement et lien au terroir
- Enjeux de la protection

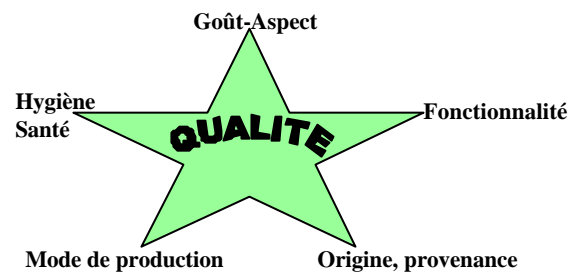
Les AOC et les IGP pour les produits végétaux:  
perspectives et limites

### Les défis posés à l'agriculture

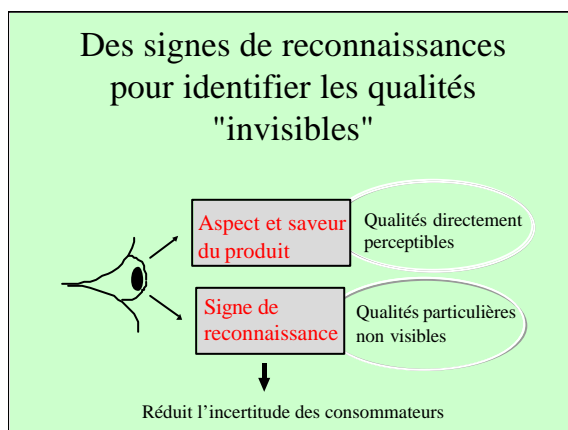
- Libéralisation des marchés
- **Désengagement de l'Etat**, démantèlement de la protection des prix
- Passage du système de subventions à celui des **paiements directs** pour rétribuer les prestations d'intérêt général (multifonctionnalité de l'agriculture)
- Obéissance aux critères de **durabilité**
- **Exigences des consommateurs**
- La **compétitivité** passe par la **qualité**

➔ Se différencier par la qualité

Le concept de qualité recouvre plusieurs dimensions



Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP



### Fondements de la politique de qualité pour les produits agricoles

- La Loi sur l'agriculture donne à notre Conseil Fédéral la possibilité d'édicter des dispositions sur la désignation des produits:
  - élaborés selon un **mode de production particulier**
  - présentant des **caractéristiques spécifiques**
  - provenant de la **région de montagne**
  - se distinguant par leur **origine**
- La promotion des **produits différenciés** est encouragée



## Les dénominations montagne et alpage

- L'ordonnance prévue n'est pas entrée en vigueur
- Difficulté de définir ces termes en Suisse déjà, entre pays européens surtout
- Ministère de l'agriculture plus favorable à une réglementation sur base privée
- Seules les dénominations « fromage de montagne » et « fromage d'alpage » ont une base légale



Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

## Ordonnance sur l'agriculture biologique et les produits biologiques du 22 septembre 1997

→ Définit les conditions à respecter pour avoir le droit d'utiliser les mentions **biologique** ou **ökologisch**

Trois labels suisses biologiques non étatiques :  
Bio Bourgeon, Migros Bio, Demeter



Labels pour la production intégrée (selon norme PER) ou la détention respectueuse des animaux

Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

## La production biologique et intégrée en Suisse

- Près de 90% de l'agriculture en **PI**
- Chances de l'agriculture **Bio** jugées très bonnes
- 9% de la SAU en **BIO**= **premier rang** en Europe
- La surface **BIO** a **quadruplé** depuis 1993

## Les logos de l'Association suisse pour la promotion des AOC-IGP



- Le rouge et le noir pour suggérer le côté officiel
- Une bande de couleur différente pour l'IGP pour évoquer un lien au terroir moins fort
- Une croix ouverte, symbole de l'ouverture de la Suisse à l'Europe et aux marchés étrangers
- Une calligraphie dynamique et typique, à l'image des produits

Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

Ces signes de reconnaissance ne sont pas des marques mais des labels

- Une marque appartient à une entreprise ou à plusieurs entreprises
- Le label est un signe **collectif**
- Un label suppose un **cahier des charges** (une marque de garantie aussi)
- Un label exige un **contrôle indépendant**
- Un label permet une promotion concertée (dynamisme, économie de frais de graphiste et de dépôt de sa propre marque, meilleure allocation des moyens engagés, synergie avec d'autres secteurs)



Plus de 600 AOC et IGP enregistrées à Bruxelles: fromages, beurres, crèmes, produits carnés, miel, huiles, fruits, légumes, céréales, produits de boulangerie, eaux




Les AOC en Europe




Reconnaissance mutuelle avec la Suisse par négociations bilatérales



## AOC-IGP: La situation actuelle en Suisse

- Une vingtaine de demandes déposées à l'Office fédéral de l'agriculture 
- Type de produits: fromages, saucisses et saucissons, viandes séchées, eaux-de-vie, pain, fruit, pomme-de-terre, céréale



- Cinq produits enregistrés: l'Etivaz AOC, le Gruyère AOC, la Tête de Moine AOC, le Rheintaler Ribelmaïs AOC/GUB, la viande des Grisons IGP-GGA 

### La demande: quelques principes de base

- La démarche est volontaire et **collective**: les professionnels se mobilisent
- **Collaboration** nécessaire entre les acteurs de la filière (partenariat)
- Le produit est **typique**, différent de ses substituts
- Sa dénomination est **géographique** et non générique
- Il y a un **cahier des charges** et une **aire de production** définie

Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

### Le lien au terroir

**Dimension physique, naturelle**



**Dimension humaine**

Le sol a des composantes pédologiques, physico-chimiques qui influencent la qualité finale du produit

Les savoir-faire, les usages, l'histoire du produit est liée à l'aire d'origine et font de l'appellation un produit unique

**Le produit est typique**

Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

### Enjeux de la protection

- Les **consommateurs** sont protégés: l'origine mentionnée est réelle
- Permettre aux **producteurs** l'emploi d'un signe permettant d'identifier la qualité particulière de leur produit
- Enjeux **juridiques**: protection du nom et protection contre les imitations en Suisse ou à l'étranger
- Enjeux **culturels**: Protection des savoir-faire (patrimoine)
- Enjeux **environnementaux**: le produit est lié à un territoire qu'il fait vivre
- Enjeux indirects: politique de qualité, promotion commune, gestion, responsabilisation des acteurs

Association suisse pour la promotion des AOC et des IGP

### La production végétale AOP-IGP dans l'Union Européenne

Abricots, ail, amandes, ananas, asperges, aubergines, carottes, cerise, échalote, foin, haricot, noix, pêches, poireaux, pommes, poires, pommes-de-terre, prunes, raisins, salades, tomates... 81 produits enregistrés comme AOP ou IGP (34 AOP, 47 IGP)

Autriche, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Italie, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni... mais la moitié des fruits et légumes AOP-IGP se concentrent au Portugal et en Italie.

## Les AOC et les IGP pour la production végétale

- En Suisse, deux demandes pour des fruits (la pomme Maigold du Valais et la poire à Botzi), une demande pour le cardon genevois et une demande pour la pomme de terre du gros de Vaud, une AOC pour du maïs (Rheintaler Ribelmais)
- Le lien au terroir physique est difficile à mettre en évidence, importance du lien au terroir humain
- Si la demande recouvre plusieurs espèces, sa typicité peut difficilement être mise en valeur
- La dénomination n'est pas toujours traditionnelle

### Les exigences pour obtenir une AOC ou une IGP qui peuvent poser problèmes aux fruits et légumes

- Il faut pouvoir prouver un lien au terroir naturel et humain
  - L'importance des savoir-faire est souvent réduite lorsqu'il n'y a pas de transformation
  - Dire que le produit est très adapté à la région ne suffit pas
  - Le lien au terroir naturel n'est pas facile à montrer
- Il doit y avoir profondeur historique et continuité des pratiques (pas d'innovations)
  - Une nouvelle variété qui pousse bien dans la région n'est pas traditionnelle
  - Les pratiques culturelles ne sont plus forcément typiques
- Les coûts de certification sont élevés pour des petites filières

➔ Les AOC et les IGP ne sont pas forcément des outils adéquats pour tous les fruits et légumes ancrés dans une région

## Avantages liés à la démarche AOC-IGP et intéressants pour les fruits et légumes

- Les acteurs doivent se regrouper et réfléchir à leur produit (cahier des charges, contrôles, image et promotion, recherche et développement)
- Les dérives de production sont mieux maîtrisées, la typicité peut être préservée (cahier des charges)
- La dénomination du produit est réservée à un produit, la protection juridique est garantie par les autorités nationales
- Les AOC et les IGP sont des signes « officiels » assimilés à des labels de qualité qui peuvent susciter la confiance
- Importance de l'origine pour le consommateur

## Conclusions

- Les AOC et les IGP sont des outils prometteurs car ils font appel à des repères que le consommateur recherche (sérieux, origine, identité, garantie)
- Les AOC et les IGP sont une démarche possible pour valoriser un produit, mais ce n'est pas la seule
- Toute démarche doit être collective
- Aucun signe de qualité ne peut se substituer à la qualité intrinsèque d'un produit et à sa capacité d'évocation symbolique (importance de communiquer sur l'identité du produit)



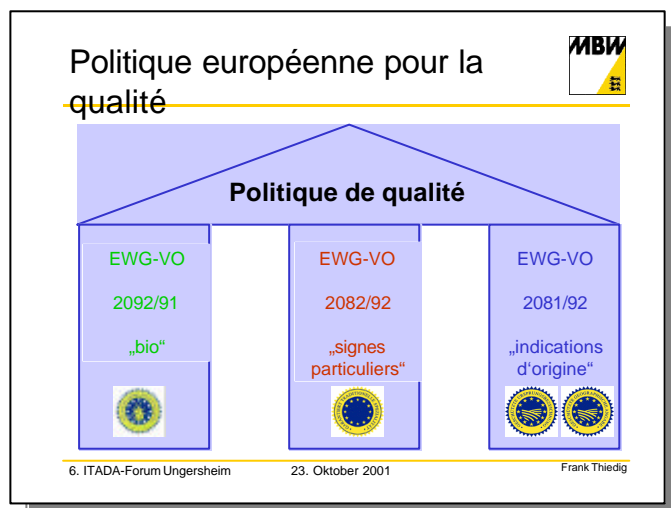
Association suisse pour la promotion des AOC-IGP  
CH-1936 Verbier Village  
+41 (0)878 878 998, [infos@aoc-igp.ch](mailto:infos@aoc-igp.ch)

# Les signes officiels de qualité et d'origine des produits agricoles en Bade Wurtemberg et en Allemagne

Frank THIEDIG (MBW Marketing- und Absatzförderungsgesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus Baden-Württemberg mbH)

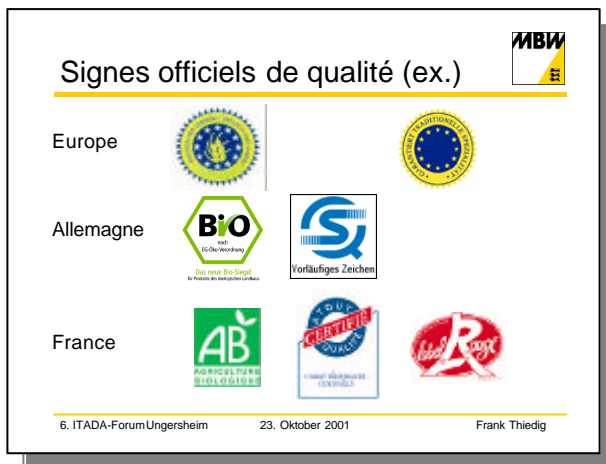
Il existe dans l'Union Européenne une grande diversité de „signes officiels,“ pour la présentation des denrées alimentaires et des produits agricoles. L'U.E. a développé, depuis la mise en place de la Politique Agricole Commune (PAC), trois décrets qui proposent au total 4 signes officiels (cf. figure 1) de qualification des produits alimentaires et agricoles. L'introduction cette année d'un nouveau logo bio „allemand“, conforme au règlement européen CEE n°2092/91, montre clairement les difficultés d'une politique européenne commune pour les signes de qualité.

Figure 1 : politique européenne pour la qualité

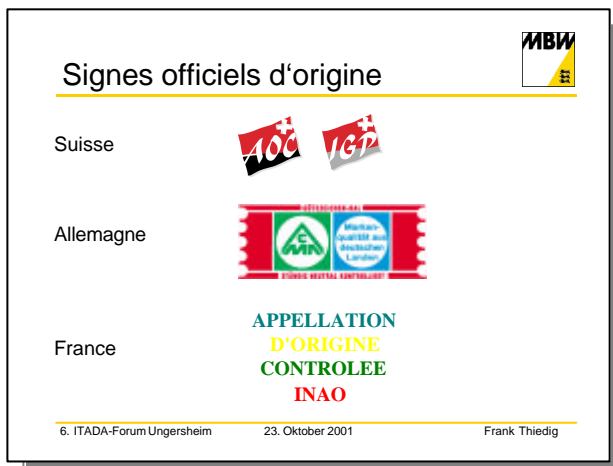


Pour une simplification didactique, il est possible de classer les signes officiels de qualité en trois catégories : signes de qualité, appellations d'origine et signes combinant qualité et origine. Les signes de qualité attestent d'une forme spécifique de production ou de transformation (par ex. produit de l'Agriculture biologique ou bien selon une „recette“ traditionnelle). Les appellations d'origine (figure 3) qualifient l'origine du produit (par ex. les signes français et suisse d'appellations d'origine ou bien le signe CMA pour des produits d'origine exclusivement allemande). Beaucoup plus significatifs sont les signes combinant qualité et origine (figure 4), c'est à dire des signes qui attestent d'une méthode de production spécifique (cahier des charges) et aussi d'une origine particulière (délimitation géographique). Tandis qu'en France – comme ex. d'état fortement centralisé – seuls quatre signes nationaux de qualité ont une reconnaissance officielle et sont administrés (AB, Label Rouge, Certificat de Conformité et Appellation d'Origine Contrôlée), les signes régionaux ont une grande importance en Allemagne. Les essais d'introduction de signes nationaux ont jusqu'à présent échoué dans la plupart des cas. Depuis 2001, 2 nouveaux signes ont été développés à la demande de la Ministre de l'Agriculture, Mme Kunast, mais ils doivent encore faire leurs preuves.

**Figure 2 : signes officiels de qualité**



**Figure 3 : signes officiels d'origine**



**Figure 4 : signes de qualité et d'origine combinés**



A côté des signes officiels, des signes „privés“ contribuent à la marée de signes (logo point vert, sigle du producteur, sigle du distributeur, signes de l'Académie Allemande d'Agriculture,..). Les emballages se multiplient sur les étalages sans information claire et précise pour le consommateur (figure 5).

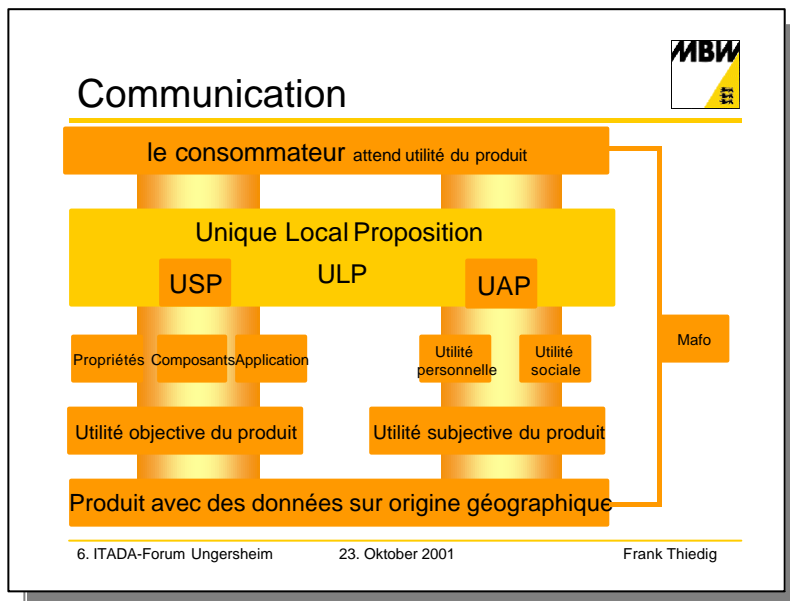
**Figure 5 : exemple d'emballage**



Du point de vue d'une société de marketing, qui s'est fixé pour objectif de soutenir le marketing et la vente de denrées alimentaires ou produits agricoles régionaux, c'est à dire originaires du Bade Wurtemberg, la communication avec les clients ou selon le cas les consommateurs est primordiale. Il a tout d'abord été développé en marketing le concept USP (Unique Selling Proposition), ce seul avantage devant permettre de particulièrement démarquer le produit. Ce n'est toutefois pas possible sur le long terme de tenir un USP car les produits dotés de succès sont rapidement imités. C'est pourquoi, des agences de communication ont développé l'UAP (Unique Advertizing Proposition), qui vise sur le plan de

la communication à être un avantage publicitaire pour la vente. Le site (terroir ?) qui occupe une place très importante pour les produits alimentaires ou agricoles peut réunir ces deux avantages sous la forme d'un ULP (Unique Local Proposition) (cf. figure 6). En ce sens, les indications sur l'origine de produits issus de régions à l'image positive sont prédestinées à valoriser leur provenance.

**Figure 6 : Communication de l'ULP**



Il n'est toutefois pas besoin de signe particulier pour cela. La caractéristique spécifique qui fait la typicité est ici plus importante. Le „jambon de la forêt noire“ („Schwarzwälder Schinken“) dispose d'un potentiel d'appropriation plus élevé auprès de la plupart des consommateurs que des dénominations telles que „jambon Wüfa“ ou encote „jambon aigle“ ou „jambon de la ferme des sapins“ („Wüfa-Schinken“, „Adler-Schinken“ oder „Tannenhof-Schinken“). On constate que les signes de qualité sont pour la plus part positionnés sur le dos de l'étiquette. Les indications sur l'origine à forte typicité sont au contraire bien mis en évidence sur le verso de l'étiquette (Figure 7).



**Figure 7 : Indication sur l'origine comme support promotionnel**



Pour le développement et le soutien de l'agriculture régionale, la protection juridique des indications d'origine en relation avec la stipulation des critères de qualité peut avoir plus de signification économique que l'obtention d'un signe de qualité officiel. De plus, les consommateurs ont en général plus d'attrance pour une origine précise – en particulier quand le produit vient de leur région – que pour un signe abstrait. L'Union Européenne souhaite à l'avenir ne plus autoriser l'exploitation promotionnelle de l'indication d'origine que si celle-ci est inscrite au registre européen selon le respect de la procédure rigide de la réglementation CEE Nr. 2081/92. Des signes combinant qualité et origine tels que par ex. le signe allemand „Herkunfts- und Qualitätszeichen aus Baden-Württemberg“, qui concerne tous les produits agricoles ou denrées alimentaires régionales, ne sont plus d'actualité dans les réflexions de la Commission pour la politique de promotion de la qualité.

La discussion concernant les signes „officiels“ de qualité en Europe ne fait que commencer. Mais finalement, c'est le panier du consommateur qui décidera sans doute de ce qui sera vraiment retenu comme un produit alimentaire de qualité.

### **Débat sur les interventions de Mme Dufour et MM Schaal et Thiedig**

Mme Auzet s'inquiète d'une certaine ambiguïté possible entre les politiques de marketing des signes de qualité et leurs contenus. Elle fait remarquer que les liens entre les signes de qualité et l'environnement (eau et sol), en dehors des produits AB, ne semblent pas une préoccupation de premier plan, par ex. pour les signes AOC / IGP. Pourtant, il existe des relations étroites localement entre les types et les modes de productions d'une petite région et leurs incidences sur l'environnement. Elle se demande aussi si l'échelle spatiale nationale ou européenne est adaptée pour l'orientation et le choix de moyens de production favorables à l'environnement. Elle serait plus en faveur d'une adaptation au niveau des petites régions agricoles (proches des terroirs) car les impacts de processus de production sont très dépendants des conditions territoriales locales.

M Schaal indique que le marketing déployé en faveur des signes de qualité est indispensable car il faut encourager les producteurs à aller vers la qualité par une rémunération supplémentaire du produit et par la demande du consommateur. On ne communique pas sur le plan pédagogique et didactique de la même manière que pour une



publicité de poudre à laver. Il est totalement d'avis que les modes de production doivent être adaptés au cadre régional et voit bien les dangers de règles uniques applicables pour tout le territoire national. Ainsi, dans le cadre de la réflexion au niveau français sur la production raisonnée, on peut s'inquiéter d'éventuelles réglementations au cadre rigide et il espère que l'on laissera un peu de marge de manœuvre pour l'adaptation du décret au niveau des productions et des petites régions.

M. Thiedig pense qu'en Allemagne, où n'existe pas l'équivalent de l'INAO, il est très important que l'agriculture s'implique à développer les cahiers des charges adaptés car sinon ce sont des juristes qui n'ont aucune idée pratique des productions qui le feront. Il cite l'exemple du fromage Beaufort pour lequel on a limité la production laitière par vache à 5 000 l / an. Il regrette aussi que le nouveau signe bio allemand ne garantisse que le respect du niveau européen de cahiers des charges (en dessous du niveau allemand) ce qui fait la part belle aux importations.

Mme Dufour tient à informer qu'en Suisse pour que pour les signes AOC/IGP, les exigences environnementales ne sont pas liés par définition mais dès lors qu'une démarche regroupe les acteurs d'une filière pour réfléchir à l'identité de leur produit, il y a aussi une démarche qui s'instaure sur la protection environnementale de leur terroir. On constate en Suisse, dans la pratique, une réflexion à ce niveau là.

M. Girardin souligne que le consommateur ne va plus s'y retrouver s'il y a fois des logos sur le produit, surtout si l'on y rajoute des aspects sociaux ou éthiques, et que ces signes risquent alors de ne plus servir à rien. Comment pourrait on faire pour que le consommateur s'y retrouver d'un seul coup d'œil sur les aspects social, environnemental et qualité de produit qui sont les plus importants et ceci quel que soit le mode de production ou l'origine du produit ?

Mme Dufour indique qu'en Suisse on a le souci d'éviter la „salade des labels“ et qu'un effort a été réalisé au niveau d'un seul logo pour les AOC / IGP. Elle pense que le tri des labels se fera de lui même dans la durée par les consommateurs et que seuls les labels les plus crédibles persisteront. Elle est d'avis que tout prendre en considération dans un „super label“ n'est peut être pas la solution idéale car les consommateurs ont des sensibilités qui diffèrent et des attentes différentes. De plus les producteurs doivent s'approprier la démarche de chaque signe de qualité et ce serait vraiment difficile d'exiger immédiatement les quatre dimensions (qualité alimentaire, origine, valeurs sociale et écologique).

M Thiedig pourrait s'imaginer des marques „paysan“ comme signes pour le côté social, indiquant que le produit provient directement d'une exploitation agricole. Selon lui, le terme „Bauernbrot“ devrait être réservé exclusivement à la provenance d'une ferme et non d'une grosse boulangerie.

Concernant la multiplication des signes, M. Schaal est moins optimiste que ses collègues allemand et suisse car jusqu'à présent, en France du moins, face à une nouvelle problématique, on a toujours choisi de mettre en place un signe supplémentaire sans pour autant remettre en cause un signe existant.

Question (?) à Mme Dufour : pour bénéficier des aides directes en Suisse, il faut au moins être au niveau de la production intégrée. Comment cela est-il géré et sous quelle forme ?

Mme Dufour : les paiements directs sont distribués par l'Etat qui a défini les conditions de leur attribution et qui réalise des contrôles. Les surfaces des exploitations doivent entre autres respecter des Prestations Ecologiques Requises. En plus il existe des labels privés tel celui de la „coccinelle“ qui signifie production intégrée, respect de la base étatique de la PI plus d'un cahier des charges supplémentaire et qui est l'équivalent d'une marque déposée à l'institut de la propriété intellectuelle et qui est gérée par un organisme privé. Au niveau de la communication pour la PI, le bio ou les AOC, ce sont 3 systèmes distincts mis en place par l'Etat et l'Association des AOC/IGP a été créée spécifiquement pour communiquer et les faire connaître aux consommateurs. De manière général, tout le niveau de promotion est réalisé par des structures non étatiques même s'il y a des subventions publiques.

M Clinkspoor demande à M Thiedig de préciser à quoi correspond le label HQZ (Origine et Qualité) du Bade-Wurtemberg ?

M. Thiedig indique qu'il s'agit d'une combinaison qualité-origine qui associe les produits à leur région de production comme cela a existé pour la Savoie ou Midi-Pyrénées, avant que l'Etat français n'oblige cela à être transformé en IGP. Ce label n'est pas spécifique à un type de produit et n'a pas de lien avec le terroir. Il correspondait à la volonté d'attirer l'attention du consommateur sur les conditions de production plus strictes (au delà du standard) dans la région de production et sur la possibilité de les récompenser par son choix d'achat. Ce logo facile à identifier permettait au consommateur de faire très rapidement son choix car un client décide en 0,6 seconde s'il achète ou non un produit. Il répondait aussi au souhait de plus en plus fréquent du consommateur de savoir de quelle région vient le produit.

Mme Ferry souhaite savoir quel part de marché occupe les produits sous labels ?

M Schaal estime qu'en Alsace, sans les vins, cela représente 5 à 10 % du chiffre d'affaires global soit environ 600 Millions de FRF.

Mme Dufour souhaite rajouter à ce propos, qu'en dehors de l'AOC / IGP officiels, il y a en Suisse profusion de labels régionaux (ex : produits du Terroir de Fribourg, saveurs du Jura vaudois...), et les consommateurs posent des questions vis à vis de la notion de terroir. On s'intéresse donc à la protection de la notion de terroir, mais cela est difficile : notions d'origine du produit brut, de savoir-faire... Actuellement, il n'y a pas de contrôle sérieux derrière cette notion.

M Schneider (agriculteur) se demande si l'agriculture raisonnée (notion française) et la production intégrée (notion suisse) ne seraient pas la même chose ?

Il rappelle que les agriculteurs ont de tout temps raisonné leurs interventions en tenant compte des informations disponibles (techniques et économiques) et des réglementations publiques et des demandes des acheteurs (coopératives...). Il convient aussi de se souvenir que tous les produits mis sur le marché doivent être conformes aux règles de salubrité et d'hygiène (produit sain, loyal et marchand). Il souligne les incohérences du consommateur qui veut toujours plus de sécurité et de qualité pour les produits alimentaires et ne souhaite pas pour autant en assumer le surcoût. Le choix du consommateur dans les rayons du supermarché diffère souvent de ses déclarations d'intentions. Il donne aussi pour exemple de l'importance de la notion de prix du produit celui de la restauration hors foyer qui est en pleine progression et qui se livre à une guerre des prix de restauration collective pour obtenir les contrats, ce qui aboutit à des coûts de repas de seulement 8,50 FRF (pour 3 plats) pour certains établissements scolaires. Comment assurer la qualité à de tels prix ?

M. Sylvander revient sur les signes régionaux et indique que l'on fait de plus en plus la distinction entre provenance et origine, sachant que l'origine est à la fois une provenance mais reliée très fortement à des cahiers des charges et à des conditions de production exigeantes, alors que la provenance (en anglais « origine product ») n'est qu'une indication géographique sans autre exigence particulière. Il pense qu'une clarification au niveau international entre ces deux notions contribuerait sérieusement à éclairer les choses pour le consommateur.

Mme Dufour précise que lorsque l'on parle d'origine, on parle d'un produit qui croise l'espace et le temps (dimension historique) au contraire de la provenance (géographique).

M. Thiedig confirme qu'une directive européenne pour la publicité et le soutien à la vente s'intéresse à la notion d'origine telle qu'elle vient d'être précisée et qu'elle vise pour les produits sous signes GUB (AOC) /GGA (IGP) une part de marché totale d'environ 9 à 13 %. M Thiedig défend la simple notion de provenance (Herkunft) qui conserve un sens pour une large partie du marché. Ce segment devrait être lié pour le mode de production à la production intégrée. En Allemagne, la notion d'origine ne joue à ce jour qu'un faible rôle, au

contraire de la provenance. Ils n'ont jamais cherché à valoriser les liens au terroir. La Commission de l'U.E. semble toutefois vouloir s'orienter vers un modèle de qualification de la qualité du type français.

M. Schaal tient à souligner l'inadaptation actuelle de la législation européenne par un exemple, il y a eu une démarche de la brasserie Fischer (groupe Kronembourg) pour une certification d'une bière fabriquée avec du houblon alsacien et du malt produit dans la région et avec certains systèmes de brassage particuliers pour la renforcer la qualité, mais la réglementation actuelle obligeait la Brasserie à abandonner la référence à l'Alsace, car on a pas le droit dans le cadre de labellisation ou de certification à une mention d'origine sauf à être IGP au niveau européen. Il faut donc choisir entre un signe officiel de qualité ou une simple référence à la région de provenance, ce qui est le cas pour de nombreux produits dans une région dotée d'une bonne image porteuse comme l'Alsace, ce qui est une aberration qu'il conviendrait d'enlever.

*Quali'Terre est une démarche de qualification des exploitations agricoles initiée par la Picardie (Chambres d'Agriculture et Agrotransfert). Aujourd'hui, de nombreuses autres régions sont engagées dans cette approche.*

## Pourquoi qualifier les exploitations agricoles

Les consommateurs attendent de l'agriculture des produits sains obtenus en respectant l'environnement et le bien-être animal. Ils demandent des preuves quant à la prise en compte de ces exigences. La qualification permet de répondre à cette attente en garantissant le respect d'un ensemble de bonnes pratiques agricoles.

*Des atouts pour l'aval et les consommateurs*

L'enregistrement précis des interventions permet la traçabilité, tant au niveau de la parcelle que de l'animal.

L'agriculteur s'engage sur le respect d'un cahier des charges concernant l'ensemble des pratiques de l'exploitation.

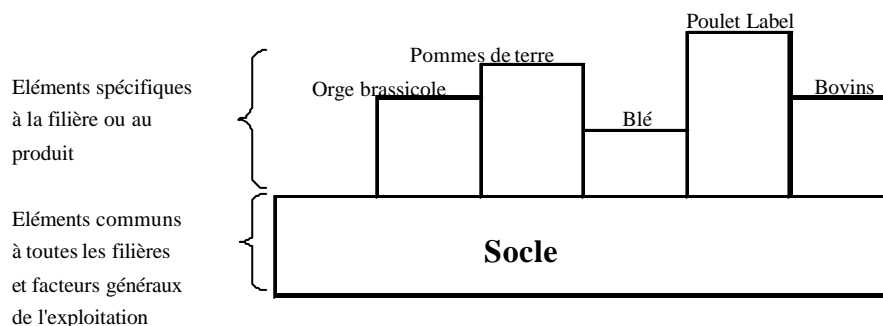
Un audit, réalisé par une personne extérieure à l'exploitation, apporte les garanties du respect de ce cahier des charges.

*Des atouts pour les agriculteurs*

La qualification permet de faire reconnaître, par l'opinion et les pouvoirs publics, les efforts engagés en matière d'environnement et de traçabilité. Elle est une garantie auprès des agro-industriels et doit faciliter l'accès aux marchés orientés vers la qualité. Elle favorise une meilleure organisation interne de l'exploitation.

## Une qualification du système de production

*La qualification consiste à comparer les pratiques agricoles aux exigences d'un cahier des charges (socle commun ou référentiel). Elle concerne essentiellement la manière de produire et constitue ainsi une base pour les démarches orientées sur la qualité du produit.*



## Le référentiel Quali'Terre

Il est commun à toutes les régions et à toutes les exploitations qui s'engagent dans la démarche et porte sur six critères de qualité.

1. *Transparence des modes de production*

L'identification et l'enregistrement des pratiques sont réalisés pour chaque production au niveau de la parcelle et de l'animal.

2. *Respect de l'environnement*

Outre le respect de la réglementation en vigueur, les pratiques sont raisonnées et vérifiées : fertilisation, traitements phytosanitaires, effluents d'élevage... La biodiversité est prise en compte, les déchets sont triés et éliminés dans les circuits habilités à le faire.

Les installations doivent être aménagées afin d'éviter les risques de pollution accidentelle : cuves à fuel, cuves à azote, point d'eau...

3. *Sécurité alimentaire*

Ne sont utilisés que des produits phytosanitaires homologués en respectant les conditions d'utilisation et notamment les délais avant récolte. L'origine et la composition des aliments du bétail sont connues, les médicaments utilisés font l'objet d'une prescription vétérinaire.

4. *Sécurité du travail*

La protection des personnes est prise en compte : protège-cardans, signalisation, respect des règles de manipulation et de stockage des produits phytosanitaires...

5. *Bien-être animal*

Les règles d'hygiène applicables aux animaux sont respectées, les locaux désinfectés et les animaux en bon état de propreté. La manipulation doit se faire avec des équipements appropriés.

6. *Image de l'exploitation*

Les bâtiments doivent être entretenus, la cour principale rangée et mise en valeur afin que l'exploitation s'insère le mieux possible dans son environnement.

## Une démarche crédible et vérifiée

*Une démarche d'assurance  
qualité*

Pour s'assurer de la conformité des pratiques de l'agriculteur avec celles figurant dans le référentiel, un audit est réalisé par une personne extérieure à l'exploitation agricole.

Les auditeurs reçoivent une formation spécifique et sont agréés par une commission départementale. L'auditeur ne doit pas avoir de lien direct avec l'agriculteur.

*Pour des agriculteurs  
volontaires*

La qualification des exploitations est une démarche volontaire : l'agriculteur qui le souhaite fait une demande d'audit auprès du guichet Quali'Terre. Ce dernier désigne un auditeur qui transmettra son rapport à une commission départementale chargée d'attribuer la qualification.

*Contrôlée par un  
organisme officiel*

L'ensemble du système (commission départementale, auditeurs, guichet Quali'Terre) est contrôlé par un organisme officiel de certification.

## Un appui aux agriculteurs

Parallèlement à l'organisation officielle de qualification, des moyens sont mis en place pour aider les agriculteurs à atteindre le niveau de qualification.

*Un pool de conseillers*

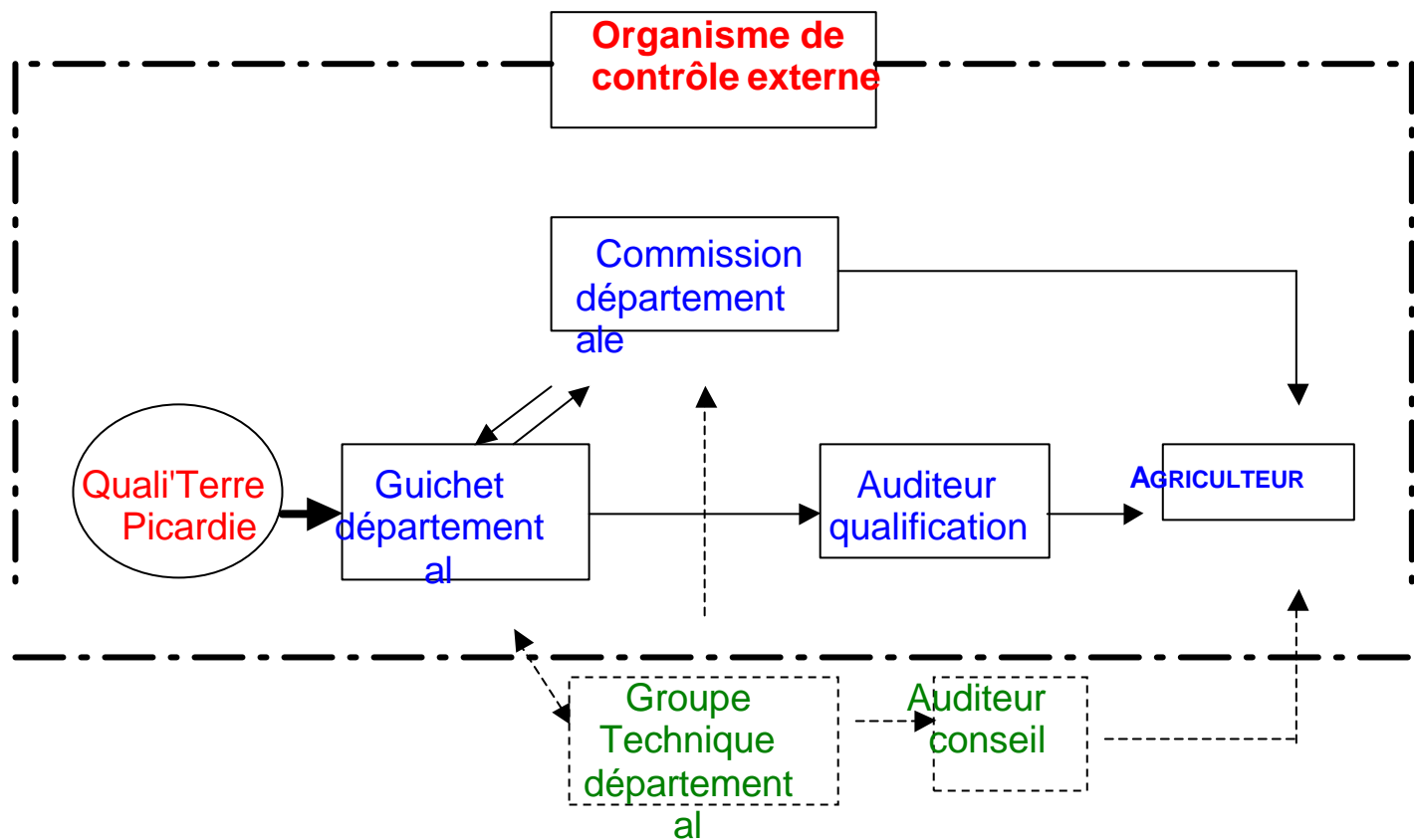
Des conseillers appartenant à différents organismes agricoles et formés à la démarche Quali'Terre pourront réaliser des diagnostics (audits à blanc) et donner les recommandations nécessaires pour atteindre la qualification. L'agriculteur travaille avec le conseiller de son choix sélectionné sur une liste fournie par le guichet Quali'Terre.

Il est également possible de réaliser un auto-diagnostic en groupe, afin de s'informer et d'échanger les expériences de chacun.

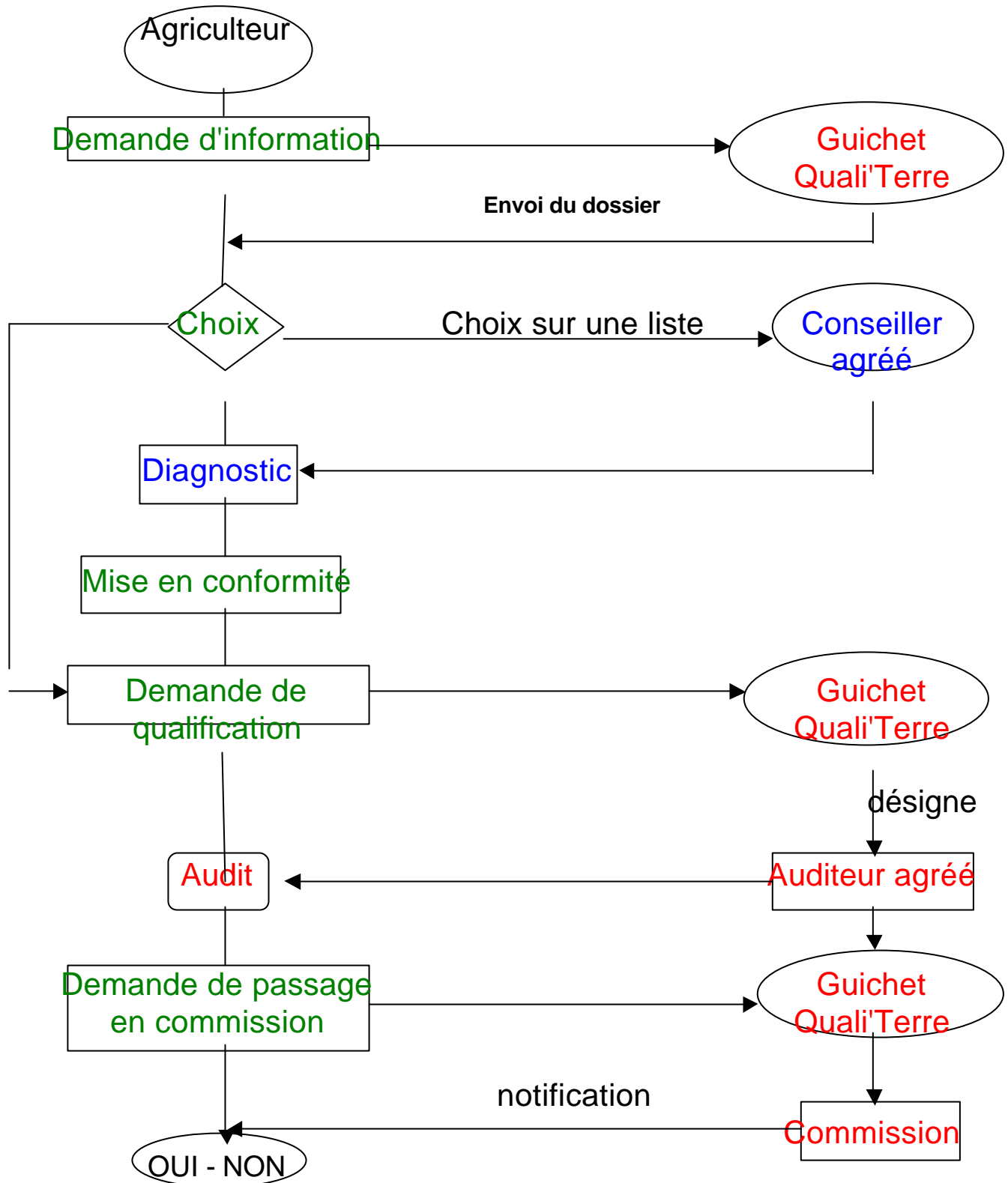
*Un CTE Quali'qualification*

L'accompagnement financier est possible grâce à un CTE collectif qualification qui prend en compte le coût de l'audit, la mise aux normes de certains équipements et l'amélioration des pratiques.

# SCHEMA DE L'ORGANISATION MARNE



## DEMARCHE DE QUALIFICATION MARNE







## Une démarche Picarde ...

- Voulue par la profession agricole et les élus régionaux,
- Conçue par la Chambre Régionale d'Agriculture et Agro Transfert avec l'appui de l'INRA,
- Mise en œuvre par les Chambres Départementales et leurs partenaires.

## ...aux motivations multiples...

- Crises alimentaires successives et perte de confiance des consommateurs,
- Montée en puissance des exigences environnementales,
- Une région placée entre deux grands bassins de population et avec de nombreuses agro-industries,
- Une multiplicité d'approches verticales et de cahier des charges.

## ... partagée par de plus en plus d'autres régions.

## METHODES ET ORGANISATION

- ⇒ Une approche transversale,
- ⇒ Un référentiel commun à toutes les exploitations,
- ⇒ Des outils pour réaliser les audits,
- ⇒ Une organisation permettant d'assurer la crédibilité de la démarche.

# PREMIERES IMPRESSIONS SUR LES AUDITS

- Avant d'être un outil de qualification l'audit permet :
  - une analyse structurée du fonctionnement de l'exploitation,
  - une amélioration de l'organisation interne.

## *Les points à revoir pour être qualifié*

- **Les enregistrements** (carnet de plaine ou logiciel), il faut une fiche parcellaire pour permettre la traçabilité.
- **Les pratiques** :
  - élimination des déchets, des bidons phyto.
  - réglage du pulvérisateur, fonds de cuve...
  - quelques analyses
  - quelques produits non homologués sur les cultures
  - fertilisation azotée
  - ordonnances et produits vétérinaires
- **Les aménagements** :
  - local phytosanitaire
  - stockage des engrais liquides (+/- fuel)
  - mise en conformité des équipements et des circuits électriques.



## Une démarche d'assurance qualité dans les exploitations agricoles en Picardie...



Avec le concours scientifique de l'INRA



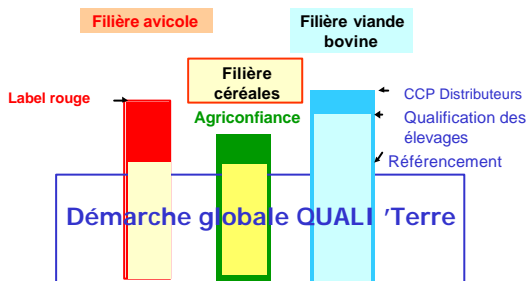
### Quelle démarche de qualité en Picardie ?

- Approche globale de la qualité de l'exploitation
- Destinée à tous les types d'exploitation
- Simple
- Crédible

Lancement régional de Quali'Terre - 20 / 12 /1999



### Liens entre les démarches Qualité



Lancement régional de Quali'Terre - 20 / 12 /1999



### Le référentiel régional Quali'terre

#### Critères de qualité

- Transparence des modes de production
- Respect de l'environnement
- Sécurité alimentaire
- Sécurité du travail
- Bien-être animal
- Image

Lancement régional de Quali'Terre - 20 / 12 /1999



### Le référentiel régional Quali'terre

- 1) Fonctionnement de l'exploitation
  - Informations disponibles sur l'exploitation
  - Relations externes
  - Formations & compétences
  - Matériel & ateliers
  - Gestion des déchets inertes
  - Epandage de déchets industriels, urbains et des effluents d'élevage
  - Erosion
  - Intégration paysagère
- 2) Productions végétales
  - Protection phytosanitaire
  - Fertilisation
  - Irrigation
- 3) Productions animales
  - Identification
  - Suivi sanitaire
  - Alimentation
  - Hygiène et bien-être
  - Environnement et accès à l'élevage

Lancement régional de Quali'Terre - 20 / 12 /1999



#### Comité de pilotage Quali'Terre

- Chambres d'Agriculture
- Syndicalisme agricole
- Organismes Stockeurs
- Industries Agro-Alimentaires
- Commerce et Distribution
- Consommateurs

#### Comité technique « consultatif » Quali'Terre

Chambres d'Agriculture, filières, CRCI, CRM, Agences, DRCCRF, ...

#### Commission départementale de qualification

Chambre d'Agriculture, syndicalisme, coopératives, négociants, IAA, consommateurs



## Intérêts pour les agriculteurs

### Collectifs

- donner confiance
- valoriser l'image du métier d'agriculteur
- harmoniser les démarches qualité

### Individuels

- faire le point
- améliorer l'organisation interne de l'exploitation
- faciliter l'accès aux autres démarches qualité
- se doter d'un atout pour faire face à l'évolution des marchés

Lancement régional de Quali'Terre - 20/12/1999

## Pour en savoir plus

un seul interlocuteur, le guichet quali'terre de la chambre d'agriculture de la marne :

**Chambre d'Agriculture de la Marne Centre de recherches agronomiques**  
**2, esplanade Roland Garros - B.P. 235**  
**51686 REIMS Cedex 2** Tél. : 03.26.77.36.36 - Fax : 03.26.77.36.20

## Pour entrer dans une démarche de qualification

### 1. Vous souhaitez en savoir plus : contactez le guichet Quali'Terre

Vous recevez

- ↗ La liste des conseillers agréés
- ↗ La notice d'information
- ↗ Le référentiel

### 2. Vous êtes intéressés, trois possibilités s'offrent à vous :

- ↗ Prendre contact avec le conseiller de votre choix pour réaliser un diagnostic. | Le conseiller réalise le diagnostic et vous indique les aménagements à réaliser.
- ↗ Participer à un groupe d'auto-diagnostic. | Inscription auprès du guichet Quali'terre.
- ↗ Demander directement la qualification.

### 3. Le diagnostic est réalisé :

Vous décidez du rythme de mise en conformité et vous procédez à sa mise en œuvre.

### 4. Vous être prêt :

Vous contactez à nouveau le guichet unique pour demander la qualification officielle.

Le guichet Quali'Terre désigne un auditeur qui prend contact avec vous pour réaliser l'audit.

### 5. L'audit est réalisé

Si vous le souhaitez, vous demandez le passage en commission en retournant le rapport signé au guichet Quali'Terre

L'auditeur vous communique le rapport final.

## **La commission statue sur le rapport pour attribution de la qualité**

M. CATTIN voit arriver sur les exploitations un problème, si différents cahiers des charges sont à prendre en compte, en ce qui concerne un socle pour l'exploitation et des conduites spécifiques aux produits.

Un audit coûte environ 3000 FRF / par exploitation et est réalisé dans le cadre d'un CTE.

A cela s'ajoute les frais pour s'adapter aux exigences.

# Démarche contractuelle et environnement

Philippe GIRARDIN (INRA Colmar)

LES CHEMINS DE LA QUALITÉ  
EN PRODUCTION VÉGÉTALE

## Démarche contractuelle et environnement

Forum ITADA 23 octobre 2001 Ungersheim - F -

Evaluation  
de l'impact environnemental  
des prescriptions  
de cahiers des charges  
pour les grandes cultures.

Philippe GIRARDIN, Eric SARDET  
Nicolas MARIE



### Contexte

- ⚡ A cause des pollutions, des dégradations de l'environnement et des atteintes à la santé qu'elle induit, l'agriculture conventionnelle a une image négative dans la société.
- ⚡ Il y a suspicion sur la qualité des produits et sur les modes de production.
- ⚡ Il y a perte de confiance des consommateurs vis à vis de l'agro-industrie et des pratiques des agriculteurs.

### Conséquences

Afin de répondre aux exigences nouvelles de la société, producteurs et transformateurs se donnent des outils pour encadrer leurs pratiques et justifier de la qualité de leurs produits

### Problème

La multiplication des formes d'engagement des producteurs ou des transformateurs, la diversité des signes de qualité entretiennent la confusion chez le consommateur

### DEUX APPROCHES DE LA QUALITÉ

L'approche « système »

- ✓ l'assurance qualité :  
= codification d'un savoir-faire  
(Ex.: charte des Bonnes Pratiques Agricole)
- ✓ la certification  
= système d'assurance qualité contrôlé par un organisme agréé  
(Ex.: certification ISO 14001, certification Bio)
- ✓ la norme  
= document de référence élaboré par l'AFNOR pour des process ou problèmes techniques  
(Ex.: norme NF V01 005 pour Agri-confiance)

Suivant le type d'approche « système » choisi on parle de:

- guide (BPA de l'IRTAC - ITCF)
- socle commun (FARRE)
- référentiel (Agri-confiance, Qualiterre)
- charte
- contrat (CTE)
- cahier des charges ( AB, OILB, Tyflo...)

## DEUX APPROCHES DE LA QUALITÉ

L'approche « produit »

- ✓ l'AOC <sup>(1919)</sup>  
mention liée à une origine (un terroir)  
*gérée par l'INAO*
- ✓ le label Rouge <sup>(1973)</sup>  
garanti une qualité gustative supérieure  
*géré par la CNLC*
- ✓ la certification de conformité de produit <sup>(1990)</sup>  
atteste des caractéristiques spécifiques distinctes du produit courant  
*gérée par la CNLC*
- ✓ la mention AB <sup>(1992)</sup>  
atteste le mode de production biologique du produit  
*gérée par la CNLC*

## UNE APPROCHE COMPLÉMENTAIRE

La marque

C'est un signe, une représentation graphique, qui permet de différencier un mode de production ou un produit. Il a une vocation commerciale.

Il ne s'oppose pas aux garanties officielles.

Dans le cas de la certification :

Comment mesurer la pertinence des cahiers des charges pour l'environnement ?

## Méthode

1. Démarche en 3 étapes :

- approche qualitative
- approche semi-quantitative
- approche quantitative

2. Outil de comparaison : matrice à double entrée

3. Matériel: 8 cahiers des charges grandes cultures

### Matrice d'évaluation

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX	PRATIQUES CULTURALES																	
	PROTECTION PHYTOSANITAIRE			FERTILISATION				MACHINISME			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU				
	herbicides	insecticides	fungicides	azote	phosphore	potasse	engrais verts	travail du sol	MO	éléments nutritifs	travail du sol	assolement	assolement	assolement	assolement	assolement	assolement	assolement
eau																		
sol																		
air																		
paysage																		
biodiversité																		
RNR																		



## Approche qualitative

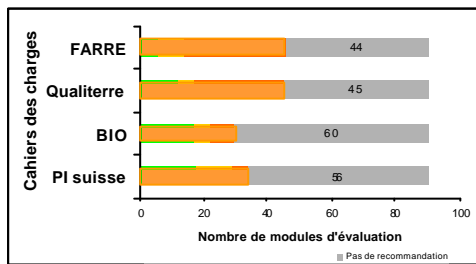
COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX	PRATIQUES CULTURALES																			
	PROTECTION PHYTOSANITAIRE					FERTILISATION					MACHINISME					ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU	
	insecticides	herbicides	fungicides	autres produits phytosanitaires	autres produits phytosanitaires	azote	phosphore	potassium	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais
eau																				
sol																				
air																				
terre																				
diversité																				
RNR																				

## Pratiques(\*) non prises en compte

- Fertilisation N
  - dose, date, fractionnement, type de matériel, interculture
- Gestion de l'eau
  - prélèvement, pilotage
- Oligo-éléments • Eléments traces
- Machinisme
  - entretien, choix des outils, pratiques anti-érosives
- Assolement
- Couverture du sol
- Eléments non productifs
- Pesticides
  - stockage, manipulation, rinçage-élimination, réglage pulvé.

(\*) Au delà des règles de bonnes pratiques

Niveaux de satisfaction de la protection de l'environnement par 4 cahiers des charges (approche qualitative)



## Limites de l'approche qualitative

- On ne mesure pas la pertinence des recommandations :

un cahier des charges peut contenir beaucoup de recommandations concernant les pratiques culturales, mais, ces recommandations peuvent être vagues.  
Exemple : « définir des tailles d'unités culturales favorables au paysage et la biodiversité »

## Echelle semi-quantitative

- ☒ aucune recommandation, ou, ne va pas au delà de la réglementation
- ☹ effet très limité
- ☹ insatisfaisant
- ☺ satisfaisant

## Exemple de règles de décision

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX	PRATIQUES CULTURALES																			
	PROTECTION PHYTOSANITAIRE					FERTILISATION					MACHINISME					ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU	
	insecticides	herbicides	fungicides	autres produits phytosanitaires	autres produits phytosanitaires	azote	phosphore	potassium	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais	autres engrais
eau																				
sol																				
air																				
terre																				
diversité																				
RNR																				



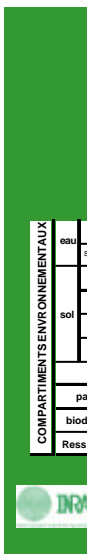
## Exemple de règles de décision

### MACHINISME

Entretien du matériel et stockage	☹️	😐	😊
Emplacement de lavage du matériel		X	X X X
Stockage des huiles usagées et recyclage	X	X	X X
Stockage sécurisé des hydrocarbures	X	X	X X



## Quelques résultats...



### BIO

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX	PRATIQUES CULTURALES																																
	PROTECTION PHYTOSANITAIRE				FERTILISATION				MACHINISME			ASSOLEMENT		GESTION DE L'EAU																			
	stockage	manipulation	utilisation	empilage/élimination	paillage/résidu	choix des produits	alternance	calendrier	dose d'azote	fractionnement	azote	structure	stockage	traces	autres amendements minéraux	P & K	autres amendements minéraux	MO	éléments traces	émission d'humidité	choix du matériel	pratiques agricoles	succession	succession culturale	taille et unités	substrats	couverts	couverture végétale	éléments non produits	prélèvement	stockage		
eau	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
sol	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
air	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
paysage	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
biodiversité	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
RessNonRen.	X	X	X	X	X	😊	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



## Qualiterre

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX		PRATIQUES CULTURALES																							
		PROTECTION					FERTILISATION					MACHINISME			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
		PHYTOSANITAIRE					azote					Succession culturale			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
eau	surface	stockage	manipulation/ utilisation	irrigation/drainage	produit phytosanitaire	stockage	dosage	fractionnement	intraculture	stockage	Mode d'épandage	nature	P & K	Autres amendements minéraux	MO	Eléments traces	entretien du matériel	choix du matériel agricole	Pratiques anti-érosives	Succession culturale	Taille d'unités cultivées	Couverture végétale	Eléments non productifs	prélevement	stockage
	souterraine																								
sol	quantité																								
	structure																								
	qualité chimique																								
air	qualité chimique																								
	qualité biologique																								
paysage	air																								
	biodiversité																								
ResNonRen.																									



## P I suisse

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX		PRATIQUES CULTURALES																							
		PROTECTION					FERTILISATION					MACHINISME			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
		PHYTOSANITAIRE					azote					Succession culturale			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
eau	surface	stockage	manipulation/ utilisation	irrigation/drainage	produit phytosanitaire	stockage	dosage	fractionnement	intraculture	stockage	Mode d'épandage	nature	P & K	Autres amendements minéraux	MO	Eléments traces	entretien du matériel	choix du matériel agricole	Pratiques anti-érosives	Succession culturale	Taille d'unités cultivées	Couverture végétale	Eléments non productifs	prélevement	stockage
	souterraine																								
sol	quantité																								
	structure																								
	qualité chimique																								
air	qualité chimique																								
	qualité biologique																								
paysage	air																								
	biodiversité																								
ResNonRen.																									



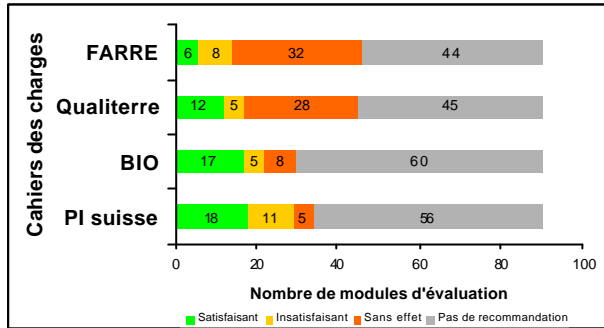
## FARRE

COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX		PRATIQUES CULTURALES																							
		PROTECTION					FERTILISATION					MACHINISME			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
		PHYTOSANITAIRE					azote					Succession culturale			ASSOLEMENT			GESTION DE L'EAU							
eau	surface	stockage	manipulation/ utilisation	irrigation/drainage	produit phytosanitaire	stockage	dosage	fractionnement	intraculture	stockage	Mode d'épandage	nature	P & K	Autres amendements minéraux	MO	Eléments traces	entretien du matériel	choix du matériel agricole	Pratiques anti-érosives	Succession culturale	Taille d'unités cultivées	Couverture végétale	Eléments non productifs	prélevement	stockage
	souterraine																								
sol	quantité																								
	structure																								
	qualité chimique																								
air	qualité chimique																								
	qualité biologique																								
paysage	air																								
	biodiversité																								
ResNonRen.																									





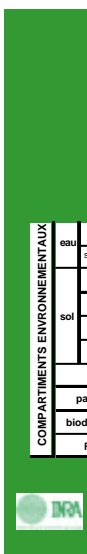
### Niveaux de satisfaction de la protection de l'environnement par 4 cahiers des charges (approche semi-quantitative)



### Limites de l'approche semi-quantitative

- les règles de décision ne distinguent pas les compartiments environnementaux

### Cahier des charges « idéal »




COMPARTIMENTS ENVIRONNEMENTAUX	PRATIQUES CULTURALES																			
	PROTECTION PHYTOSANITAIRE					FERTILISATION					MACHINISME					ASSOLEMENT				
eau	surface	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	souterraine	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
sol	quantité	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	structure	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
air	qualité chimique	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	qualité biologique	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
paysage	air	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	biodiversité	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RNR		☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	QualiT-AGK	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	IRTAC	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	CCI-FARRE	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	Agropolis	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	AB-PI suisse	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	AB	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	CEDAPA	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	CEDAPA	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	FARRE	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	QualiT	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	A B	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	FARRE	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	A B	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	IRTAC	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	IRTAC	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	QualiT	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	P I suisse	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	P I suisse	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	P I suisse	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	P I suisse	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	IRTAC	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	IRTAC	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺



## Limites de l'approche semi-quantitative

- on donne le même poids aux pratiques culturales

*Le stockage des produits phytosanitaires comporte-t-il les mêmes risques pour l'environnement que leur pulvérisation au champ?*



## Approche quantitative

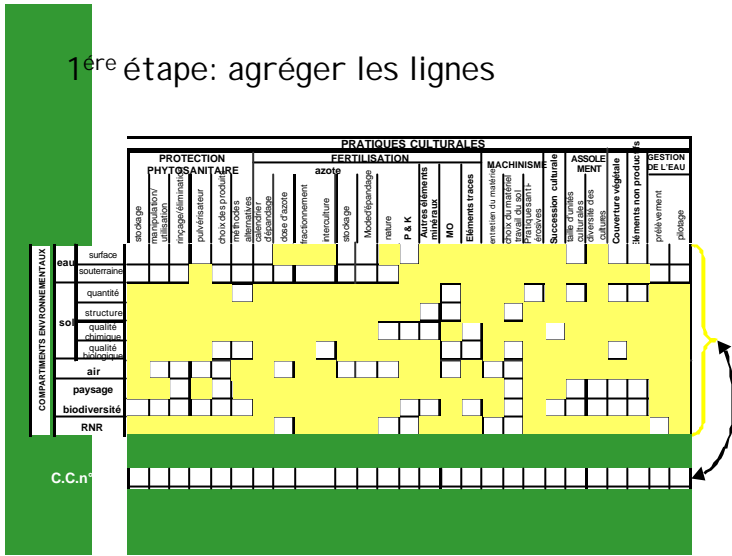
- Objectif 1 :  
Qualifier chaque cahier des charges
- Objectif 2 :  
Classer les cahiers des charges



## Objectif 1 : qualifier les cahiers des charges

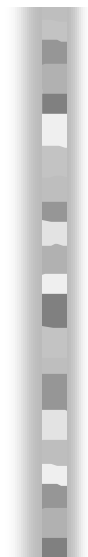
- Méthode : Simplifier la matrice en diminuant le nombre de colonnes et en ne conservant qu'une seule ligne pour l'ensemble des compartiments environnementaux.

# 1<sup>ère</sup> étape: agréger les lignes



	Protection phytos.				Fertilisation										Machinisme			Assolement			Gestion de l'eau								
	Stock	Maint	Engrais	Praticé	azote	Chaux	Méta. Alim.	Donc. P.N.	calcaire	Phosphore	Stock	Autres	Pot. K	MO	Autres	MO	Entretien	Entretien	Entretien	Succession	Diversité	Couverts végétaux	Hermines	Hermines	Hermines	Hermines	Hermines	Hermines	
CC-AR	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
EX-CTE	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
CHDAPA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
CC-AB	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
FARRE	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TRTAC	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
OLB	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Quali'terre	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
PI Suisse	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

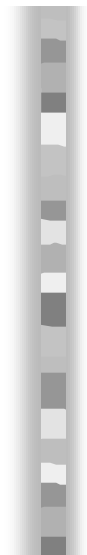
# 2<sup>ème</sup> étape: agréger les colonnes







	Protection Phyto.	Fertilisation	Eléments non productifs	Assolement	Succession culturale	Gestion de l'eau	Couverture végétale	Machinisme
CC.AR	☹	☹	☹	○	○	○	○	☹
CTE 67	☹	○	☹	○	○	○	☹	☹
CEDAPA	☹	☹	☹	○	☹	○	☹	○
CC.AB	☺	☹	○	☹	☹	○	○	○
FARRE	☹	☹	☹	○	○	☹	○	○
IRTAC	☹	☹	○	☹	☹	☺	○	○
OILB	☹	☹	☺	☹	☺	☺	☹	☺
Quali'terre	☹	☹	☹	☹	☹	☹	○	☹
PI Suisse	☺	○	☺	☹	☺	○	☺	○



Critiques:

- ✓ Il y a nécessité d'un consensus sur les règles de décision et les pondérations entre critères.
- ✓ Toute nouvelle recommandation oblige à réactualiser
  - les règles de décision (pictogramme)
  - la pondération entre critères (méthode Simos)
  - le calcul



Objectif 1 :  
Qualifier les cahiers des charges

Objectif 2 :  
Classer les cahiers des charges



## Classement des cahiers des charges en fonction de l'impact sur l'eau

Méthode d'agrégation		"Cahiers des charges"							
		A B	PI suisse	O. I. L. B.	IRTAC	CTE 67	FARRE	ARAI S	QUALI 'T
ELECTRE III	III	1	2	2	4	5	5	7	7

## Classement des cahiers des charges en fonction de l'impact sur toutes les composantes de l'environnement

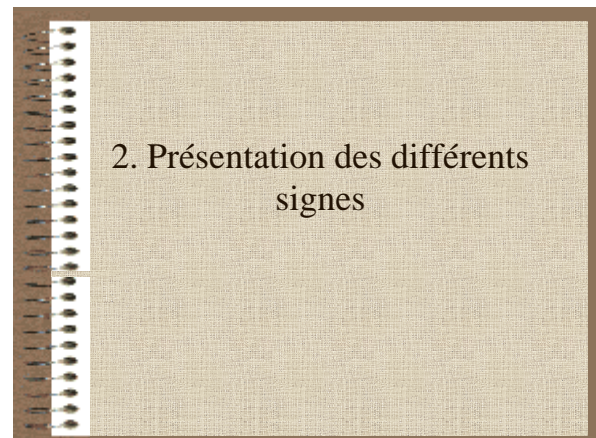
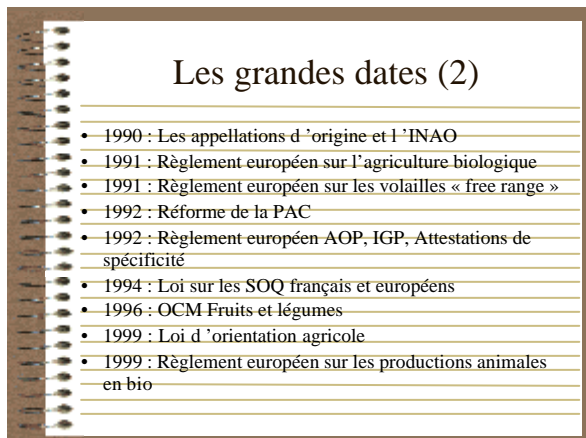
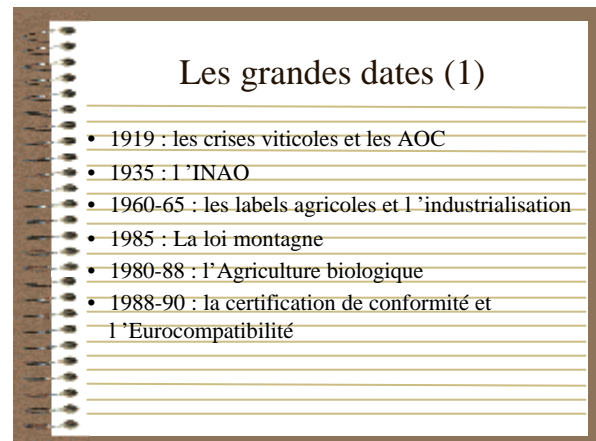
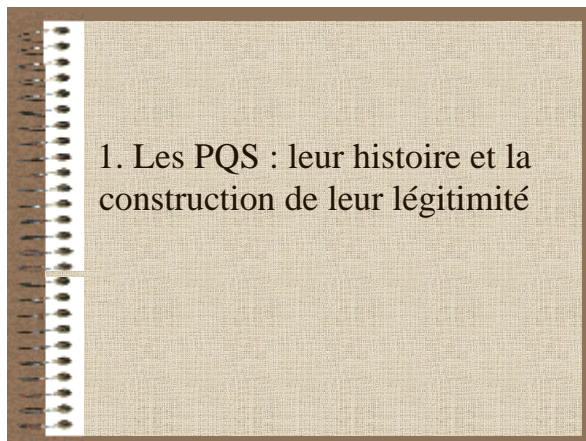
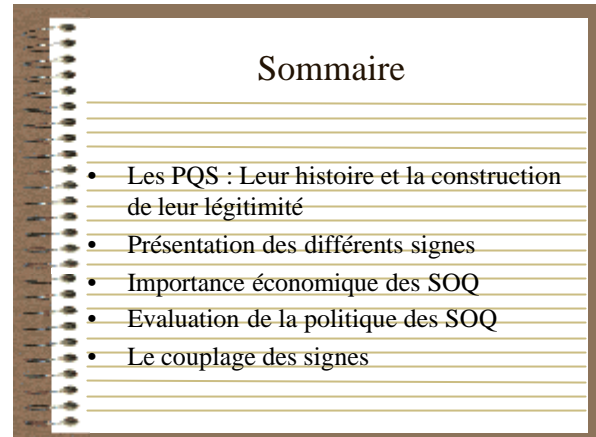
Méthodes d'agrégation		"Cahiers des charges"							
		P. I suisse	A. B.	O. I. L. B.	IRTAC	CTE 67	FARRE	ARAI S	QUALI 'T
Moyenne pondérée		1	2	3	4	5	6	7	7
"Dictature"		2	1	3	4	6	5	7	7
"Hiérarchie"		1	4	2	3	6	4	7	7
"Démocratie"		1	3	2	3	3	3	3	3
ELECTRE III	III	1	3	2	4	4	6	7	7

Cette 1<sup>ère</sup> approche permet :

- de qualifier des cahiers des charges par rapport à l'environnement,
- de faire évoluer les prescriptions des cahiers des charges existants,
- d'aider à la rédaction de nouveaux cahiers des charges,
- de clarifier la lecture des cahiers des charges pour le consommateur-citoyen

# La politique des signes officiels de qualité

Bertil SYLVANDER (INRA Le Mans)





## Label Rouge

- Qualité dite « supérieure » : objectif, significatif, mesurable
- Positionnement par rapport au standard
- Faisabilité économique
- Référentiel négocié GQ – CNLC
- Démarche de filière
- Plan qualité
- Obligation de résultat (intrinsèque, sensoriel : profil et hédonique)



## CCP



- Règles de fabrication ou deux caractéristiques du produit, objectif, significatif, mesurable
- Positionnement (différent du courant)
- Test sensoriels
- Etiquetage : deux mentions valorisantes
- Plan qualité
- Milieu de gamme ?



## Agriculture biologique

- Mode de production : règlement produits végétaux et produits animaux
  - Positif : n'utilisant que les intrants annexe 1
  - Négatif : n'utilisant pas de pesticides ni engrais de synthèse
  - Large : pratiques de l'AB
- Question de la maîtrise des résultats

## Appellation d'Origine Contrôlée



- Conditions de production (usages locaux, loyaux et constants)
- Délimitation
- Typicité : terroir = milieu physique + savoir faire humains

## Les étapes de la certification

- Dépôt du dossier à la DPEI
- Mise en consultation
- Section examen des référentiels (comité 4 de l'INAO pour les IGP)
- Agrément de l'O.C. (accréditation préalable de l'OC par le COFRAC)



## Protections Européennes

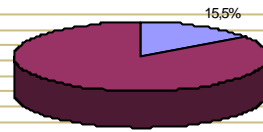


- AOP : Qualité essentiellement dues à une région (proche AOC) + matière première originaire de la région
- IGP : Caractéristiques et/ou réputation attribuables à une région + matière première et/ou transformation
- AS : Recette traditionnelle

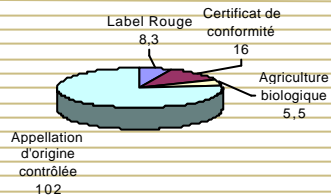


### 3. Importance économique des SOQ

Part des SOQ dans les dépenses alimentaires en FRANCE en 1999  
(en %)



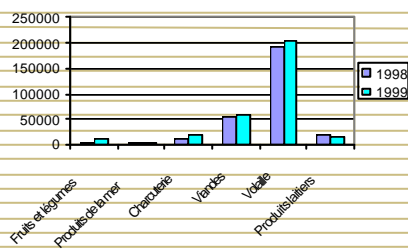
Part de marché des différents SOQ en France (1999)  
(milliards de Francs)



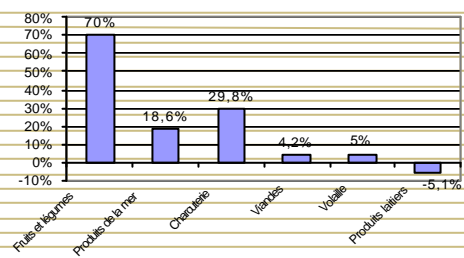
### Les Labels Rouges

Produits	1998	1999	Evolution 98/99
Fruits et légumes	3494	11651	70%
Produits de la mer	3306	4061	18,60%
Charcuterie	12496	17800	29,80%
Viandes	53628	58067	4,20%
Volaille	193255	203426	5%
Produits laitiers	18100	17222	-5,10%

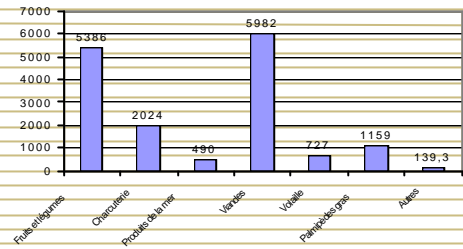
Les Labels Rouges en volume  
(en tonnes)



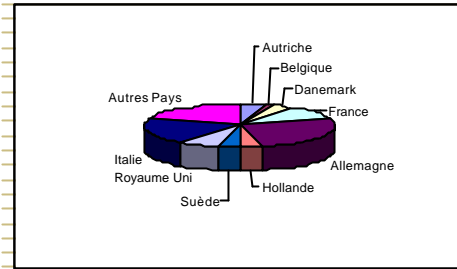
Evolution 98/99 des Labels Rouges  
(en %)



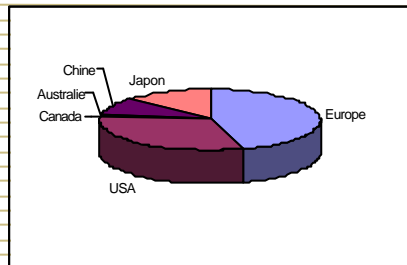
### Chiffre d'affaires des produits certifiés en 1999 (en milliards de francs)



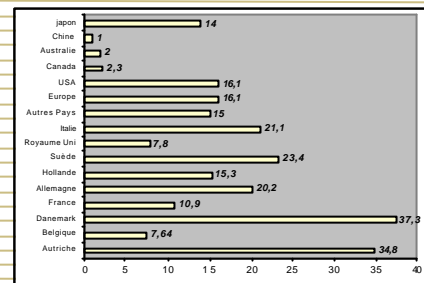
### Le marché des produits biologiques en Europe



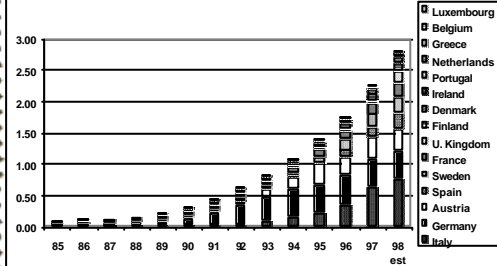
### Le marché des produits biologiques dans le monde



### Consommation par tête des produits biologiques (Euros / capita)



Certified and policy-supported organic and in-conversion land area (Mha) in the European Union, 1985-1998



Source : Foster ; Lampkin, 1999

## 4. Evaluation de la politique des SOQ

### Forces et faiblesses des SOQ

	Forces	Faiblesses
Label Rouge	Ancienneté Référentiel Collectif Filière Contrôle sociétal Résultat objectif	Objectivité de la qualité supérieure : Rapport / standard ?
AOC	Contrôle social : culture Typicité / lien au terroir Aménagement du territoire	Définition typicité / terroir ? Contrôle social : transparence / indépendance ?
Agriculture biologique	Image de marque Innovation Croissance Environnement ?	Rigidité ? Rigorisme ? Individuel / collectif Maîtrise résultat ?
CCP	Eurocompatible Assimilable	Définitions inégales Rapport standard ? Milieu de gamme ?

### Forces et faiblesses du système

Forces	Faiblesses
Succès économique	Politique publique : Poids de l'histoire et rationalisation
Ancienneté	Manque de clarté consommateur
Fonction locomotive	Qualité et origine / hiérarchie SOQ
Confiance consommateur	Confusion chez les opérateurs sur traçabilité / qualification / certification
Garantie des pouvoirs publics	Absence de certification par lot
Accréditation et suivi (nouveau décret)	Manque d'implication de l'aval des filières et problème des GMS
Segmentation du marché	Manque d'accompagnement des acteurs
Libre circulation des marchandises	Lourdeur administrative ; OC : impartialité ?

- ### L'articulation des SOQ une nécessité
- **Cohérence** : les SOQ ne garantissant pas les mêmes qualités aux consommateurs, l'articulation peut se justifier dans certains cas
  - **Simplification** : nombre d'identifiants élevé, perception hétérogène, attente de lisibilité

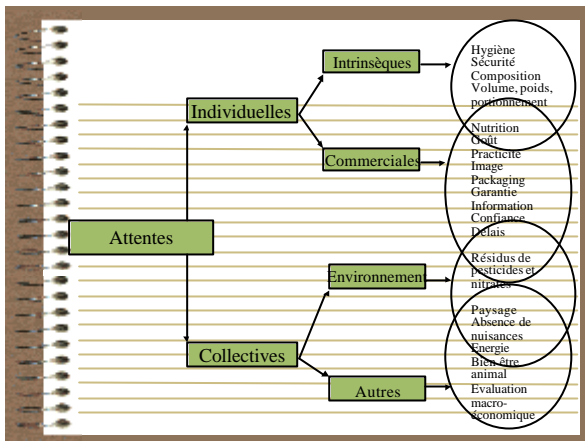
- ### L'articulation des SOQ des difficultés
- Les SOQ : des univers et des histoires disjointes : rapprochements difficiles
  - Distorsion de concurrence / segmentation ?
  - Identifiant unique :
    - Attention : un signe de plus ?
    - Une « garantie ombrelle » de l'Etat ?
 Sémiologiquement possible !

### L'articulation des SOQ un couplage deux à deux ?

Bio + AOC	Pas impossible, si l'étiquetage est conforme. Problème vin.
Bio + Label ou CCP	Pas impossible sous réserve que les CDC soient compatibles
AOC + Label	Interdit par l'article L 643-8
AOC + CCP	
Mention d'origine + Label ou CCP	Oui si le produit est en IGP (art. L 643-2 et 3)
Bio + IGP	Impossible. Raisons ?

- ### L'évaluation d'un mode de production
- **La qualité finale**
    - Nutrition, hygiène, goût, praticité, régularité, homogénéité ?
    - Valeur commerciale
  - **Valeur environnementale**
    - pesticides, nitrates, énergie, odeur, recyclage
  - **Autres** : bien être animal, développement régional, éthique, emploi, etc.





### Evaluations comparées

	Bio+	Bio-	Label	AOC	Agri durable
Qualités intrinsèques					
Environnement					
Autres					

- ### Information du consommateur ou éducation du citoyen ?
- Les crises : ESB, Listéria, dioxine, OGM, etc..
  - Les représentations de l'agriculture
  - Le modèle de l'information et le marketing
  - Le modèle de l'éducation du citoyen et le marketing d'apprentissage

## Conclusion

Vers l'évaluation sociétale des agricultures

### Discussion :

M. SCHNEIDER se sent blessé par les propos tenus «les agriculteurs portent atteinte à l'environnement et à la santé des consommateurs » car après 30 ou 35 ans d'application des pratiques préconisées par la recherche et le conseil agricole il considère que les responsabilités sont partagées.

M.GIRARDIN explique que ces propos sont formulés de manière générale. Une constatation incontestable est la dégradation de la qualité des eaux. Si l'on regarde la carte de la qualité de l'eau en Bretagne par exemple ; il y a eu quelques échos qui s'appuient sur des recherches qui ne sont pas les nôtres (INRA), et conduisent à l'interdiction de produits qui étaient tolérés hier, car on s'est rendu compte qu'il y avait des problèmes pour la santé et qu'il valait mieux les éviter. La faute revient aussi aux instituts techniques, la recherche, et aux politiques qui ne se sont pas assez impliqués assez tôt. L'état des lieux est qu'on peut mieux faire : santé, environnement, éthique.. . Il faut faire des progrès et se donner des outils, évaluer la durabilité de l'agriculture sous ses différents aspects (sociaux, territoriaux..).

M Sylvander indique que souvent on fait le lien entre qualité nutritionnelle ou hygiénique d'un produit et la santé parce qu'on a trop l'habitude de mélanger les produits et les modes alimentaires, or, aujourd'hui, on a démontré que ce qui détermine la santé, c'est le régime alimentaire et non pas la qualité de tel ou tel produit. Actuellement, on n'a aucun problème de santé sur les OGM ni sur la plupart des produits et même avec l'ESB quand on compare

les effets du lait tuberculeux en 1910 qui tuait 4000 enfants en France par an, et les effets qu'on a aujourd'hui sur la santé. C'est complètement d'un autre ordre. Je pense que pour clarifier le débat, il faut reprendre aujourd'hui les causes de mauvaise santé et ces causes, tous les médecins le savent, sont dues au régime alimentaire (trop de matières grasses, obésité), ce sont de vrais problèmes sociaux, mais la qualité hygiénique ou nutritionnelle des produits n'est pas un vrai problème. C'est plutôt psychologique qu'objectif.

M Lasserre pense que dans la comparaison de cahier des charges présentée par M Girardin, il y a un abus de langage car ce ne sont pas tous des cahiers des charges qui sont comparés mais plutôt des démarches. De plus quel est le but de ces travaux, qu'est-ce qu'on peut faire de cela, quelle est la finalité ?

M. Girardin indique qu'ils ont été poussés à faire cela, quand ils ont commencé à analyser le cahier des charges bio dans un autre domaine où l'on s'est aperçu que contrairement à ce que l'on imaginait sur le bio. et contrairement à l'image que pouvait en avoir le public, il y avait des trous dans le cahier des charges bio. Il fallait au moins se donner une grille d'analyse du cahier des charges bio et l'appliquer à tel ou tel autre cahiers des charges. La conclusion a été de présenter aux organisations professionnelles de l'AB, les manques, les progrès possibles du cahier des charges, s'il fallait l'améliorer et s'approcher le mieux possible de ce qu'en attend le consommateur. Par ailleurs, on se rend compte que l'agriculteur est perdu devant la forêt de ce qu'on lui propose : un socle, un référentiel, un guide, un cahier des charges... et qu'il est important qu'il ait une grille d'analyse et de lecture pour lui-même afin que quand il signe quelque chose il en connaisse bien le sens : « s'il a adhéré à une démarche qualité, cela ne signifie pas pour autant qu'il est bon en environnement », cela signifie qu'il est mieux qu'auparavant, mais il y a encore une marge de progrès considérable. Cette analyse est aussi un élément important valable pour le consommateur quand il voit qualité, démarche qualitative, produit de pays, produit fermier, paysan, produit durable... Quand vous achetez une voiture, vous regardez la vitesse, le freinage, la durabilité, ce sont des critères qui permettent de comparer les cahiers des charges, après chacun fait « son marché ».

L'agriculteur doit savoir où sont les forces et les faiblesses du produit qu'il a à vendre. Pour positionner son produit, chacun saura qu'il est bon ou moins bon dans tel ou tel critère. Chaque cahier des charges a ses forces et ses faiblesses.

L'agriculture raisonnée, ce sont les premiers bons pas qui tirent les agriculteurs dans le bon sens. Mais ce n'est pas parce que je fais du bio ou du raisonné que je n'ai plus rien à me reprocher.. il y a des marges de progrès encore ouvertes. La science doit indiquer où réside les déficits et quelquefois faire mal avant qu'il ne soit trop tard, pour ne pas se voir entendre dire, « pourquoi n'avons nous pas été informés plus tôt ».

Mme Dufour, tient à préciser qu'après les éclairages qui ont été présentés au sujet de l'agriculture raisonnée, que la production intégrée en Suisse reste d'un niveau d'exigence plus élevé et que l'on ne peut pas les assimiler.



## Table ronde

### La qualité, la sécurité et l'environnement, peut-on vraiment tout intégrer ?

*Dirigé par :* Bernard REUMAUX , Revue « Les Saisons d'Alsace »

*Participants:* M. BUSSET, Ets Armbruster Frères, Colmar  
Anne-Julie GRIMM, Chambre de Consommation d'Alsace, Strasbourg  
Martin MERSCH, Taifun-Life Food GmbH, D -79 Freiburg  
M. SCHALK, Auchan- centrale d'achat Scofeld  
Jean-François VIERLING : agriculteur, F- 67 Schnersheim

*Il y a –t-il trop ou pas assez d'information pour les consommateurs ?*

Mme Grimm : cela manque de clarté et de transparence au niveau des intérêts et des préoccupations des consommateurs qui ne connaissent pas la signification de ces signes. Les signes officiels sont mélangés à d'autres signes sur les paquets, alors quels signes regarder quand on achète et de quelle qualité (gustative, sanitaire...) parle t'on ? Les consommateurs ne savent pas.

A quand une communication qui atteigne vraiment le consommateur ? Il faut réussir à toucher le consommateur de façon simple. Toute la difficulté est là. Le consommateur veut plus de sécurité alimentaire (même si le risque passe souvent par l'entrepôt à domicile), et 7 sur 10 pensent que les aliments présentent un risque pour la santé. La qualité par rapport aux modes de productions et l' environnement, et donc la santé, a une conséquence sur le coût des produits. Quand on dit pesticide, on dit environnement et santé (cela a une conséquence sur l'eau), mais en fait, il faut raisonner sur le coût global et réel et non pas sur le coût limité au produit. Il y a besoin d'une démarche globale, intégrée, qui nécessite une information claire et efficace du consommateur, une information simple qui reste encore à développer. Dans ce sens, les travaux de l'INRA présentés par M Girardin sont intéressants.

*Qu'est-ce qui a changé durant les dernières années dans les méthodes de production ?*

M. VIERLING : l'agriculteur travaille dans la nature et vit de la terre dont il a hérité, qu'il veut transmettre à ses enfants. Les signes de développement ces dernières années : la spécialisation, dans mon cas l'ail et les oignons en agriculture raisonnée (encore à décliner par région, type d'exploitation...). La commercialisation se fait maintenant via le commerce de gros qui fixe les objectifs et on en revient de nouveau aux consommateurs. La communication aussi a beaucoup changé : avec Alsace Qualité via des cahiers des charges pour montrer les méthodes de travail et valoriser l'origine (proximité, régionalité). Côté techniques de production, depuis 1987 déjà l'irrigation en goutte à goutte, l'utilisation d'engrais moins polluants, moins lessivables et graduellement mis à disposition des plantes. Sur tous les domaines, il faut une forte capacité d' adaptation aux nouvelles conditions : l'agriculteur n'est plus là uniquement pour produire.

*La production de produits à base de soja bio est-elle une niche ou le début d'un grand développement ?*

M. MERSCH : La société Life-Food a été créée il y a 15 ans comme „cave à tofu et emploie aujourd'hui 70 personnes à Freiburg. Les augmentations de chiffres d'affaires sont de 20 à 40 % par an. Les débouchés dans 8 pays (D, GB, I, B, NL, L, F, CH). Le Tofu est depuis 2000 ans connu comme un produit issu du soja. La matière première travaillée est exclusivement en qualité bio. Pas d'OGM. En raison des discussions sur les organismes génétiquement modifiés, depuis 1997, remplacement des importations de matières premières du Canada par des cultures européennes et avant tout régionales : 1997 = 40 ha, 1998 80 ha, ... 2001 > 200 ha entre Constance et le Rhin. Pour la première fois, en 2001, nous avons deux producteurs en Alsace. Le problème est la surface limitée en bio dans la région du Rhin Supérieur, et nous avons donc également un approvisionnement à partir de

cultures de Hongrie, d'Autriche et du Sud de la France. Au total, environ 500 ha de cultures pour 1000 t de soja. La réalisation de contrats directs permet de bien connaître tous les stades de production et cela est un argument commercial envers le consommateur. La marque Taïfun est bien établie dans le bio. Le commerce comprend des composantes sociales et la communication (aussi par Internet) est importante !

*Comment réagit le commerce par rapport aux exigences croissantes de qualité et cela se retrouve-t-il au niveau du prix ?*

M. BUSSET : Au niveau de la demande, on en veut toujours de plus en plus, mais les prix ne suivent pas. Il faut donc trouver une contrepartie intéressante pour nous (les organismes collecteurs et vendeurs) et les producteurs et, il est évident que toute la filière pour exister, doit rester économiquement intéressante pour chaque membre ! Pour la filière ALSEPI, le producteur de blé, le collecteur, le meunier, le boulanger et le consommateur doivent donc s'y retrouver financièrement. Par rapport aux exigences de nos clients, une exigence forte est la traçabilité (OGM, provenance). Ils sont très exigeants sur la provenance de la matière première (quelles parcelles, quelles pratiques, quels traitements phytosanitaires, quels engrais, quelles doses ?). Il faut apporter les preuves aux transformateurs. Les industriels ont aussi depuis deux ans une forte exigence par rapport à l'environnement. Il faut répercuter les exigences auprès du monde agricole (participation à des réunions professionnelles, travail avec des techniciens, conseil) et on réalise un audit pour voir si l'objectif est atteint (ex. : récupérations des bidons de pesticides).

*Combien y a-t-il de consommateurs prêts à payer pour des produits régionaux et de qualité ?*

M. SCHALK : la première valeur chez Auchan, c'est le client. Il attend des produits sains, une satisfaction en matière de sécurité alimentaire, de qualité, de goût, de connaissance de la provenance et des produits des terroirs (et non pas génériques). La difficulté réside souvent dans le fait que les produits arrivent tous en même temps et qu'il y a une difficulté pour écouler une grande quantité de produits ; parfois, au contraire, nous manquons de produits et alors le prix augmente. L'agriculture ne sait pas de combien de tonnes de tomates elle va disposer (il n'est pas possible de le savoir). En ce qui concerne le prix, le consommateur est prêt à payer un peu plus cher pour un produit de qualité, mais pas nécessairement de la région. Une étude sur Strasbourg, Illkirch, Haute-pierre montre que le consommateur est prêt à payer 10 à 15 % plus cher sur le bio.

*En Alsace, il n'y a-t-il pas suffisamment de quetsches, mais du maïs à perte de vue ?*

M. VERLING : L'importance de concentration en habitants dans la région du Rhin Supérieur en fait un grand bassin de consommation et constitue un débouché idéal. La création de valeur ajoutée pour les fruits et légumes est aussi importante que pour le maïs. Il reste à faire des efforts auprès des centrales et des distributeurs car on est capable de faire aussi bien que les autres régions : respect de cahiers des charges, qualité et fraîcheur et aussi flexibilité. Des efforts sont encore à faire pour, dans quelques années, ne pas regretter d'avoir seulement cultivé du maïs et laissé le marché des légumes à ceux qui s'y intéressent.

*Quelle perspective pour un commerce éthique voire un commerce équitable ?*

MME. GRIMM : les consommateurs sont prêts à payer plus pour un commerce équitable. Cette éthique se développe en Alsace, c'est par exemple le cas pour le café Max Havelaar, (qui n'est pas plus cher). Le consommateur est prêt à investir aussi pour la santé et l'environnemental. L'origine compte, mais aussi la sécurité, l'équité et les modes de productions. L'équitable est également associé à la pratique agricole.

*La qualité et le visuel ?*

M. VERLING : l'impression visuelle est importante pour le consommateur, bien qu'il attache de l'importance à la santé. Sur ce point, il y aurait bien des choses à raconter.

MME. GRIMM : cela demande ici plus d'explications envers le consommateur !

M. SCHALK : la valeur intrinsèque du produit doit être qualifiée et par exemple pour une pomme, on ne doit pas simplement savoir que c'est une belle et bonne pomme, mais on doit savoir comment elle est produite. Auchan s'est lancé dans les fruits mûrs avec période de conservation plus limitée : la conséquence est que les clients reviennent de plus en plus pour un produit qui a du goût, pour un produit mûr. En ce qui concerne l'agriculture raisonnée, nous n'avons plus le droit d'utiliser ce terme avant que le gouvernement ne publie un texte officiel.

*Porte t'on plus d'attention à l'utilisation des produits phytosanitaires et au lien avec la santé ?*

M Pusset : des céréales sont saines par rapport à des normes (sans résidus de pesticides, sans mycotoxines, sans métaux lourds...). En France nous sommes très forts en matière de normes. Un traitement fongicide de fin de cycle est un traitement pesticide fait pour éviter des problèmes au niveau de la qualité des récoltes : par ex. pour les mycotoxines des céréales. Il peut être considéré comme « bénéfique pour le consommateur » qui risquerait plus si les lots sont fortement contaminés.

M Vierling : Sur notre exploitation, on respecte les délais, on évite les produits curatifs, on applique l'agriculture raisonnée par économie et par philosophie (Sans traitement, on réduit les coûts). En ce qui concerne l'information, nous avons mis une étiquette « les arômes d'Alsace » : mes échalotes racontent ma terre » C'est le producteur qui parle et sur le dos de l'étiquette nous avons indiqué la façon de produire, mais nous ne savons pas réellement combien de consommateurs la lisent.

*Question de G. Meinrad : dans beaucoup de cahiers des charges, l'utilisation de boues de stations d'épuration est mis à l'écart. Pourquoi ?*

M. Pusset : en ce qui concerne les boues, pour ALSEPI nous avons accepté les boues industrielles et non pas les boues de stations de collectivités locales car les boues industrielles sont régulières au niveau de la garantie globale, du contrôle à la régularité de sa constitution qui est beaucoup plus grande que pour les autres boues.

## **CONCLUSION**

M. MERLING considère que cette journée était très formatrice en ce qui concerne les différents aspects de la qualité et remercie Mme SIEFERT pour l'invitation. On n'aura cependant pas tout dit sur ce vaste thème. Chaque jour, il y a de nouveaux défis à affronter. L'important est que l'on lutte tous pour la même chose.

M. CLINKSPOOR remercie également tous les participants et les invite enfin à la visite de l'Ecomusée, sous la conduite de M. KIESSLER.

## REVUE DE PRESSE

Disponible uniquement sur le support papier

### Adresses des intervenants du forum du 23.10.2001 à l'Ecomusée d'Alsace

Nom	Organisme et fonction	Adresse	Tel / fax / Email
Bertil SYLVANDER	INRA Le Mans	INRA Le Mans 8, avenue Laennec 72000 LE MANS	02 43 39 94 00 02 43 39 94 09 sylvander@lemans.inra.fr
Bernard SCHAAL	ALSACE QUALITE Directeur	2, rue de Rome 67 309 SCHILTIGHEIM Cedex	03 88 19 16 78 03 88 18 90 42 alsace-qualité@wanadoo.fr
Philippe GIRARDIN	Directeur de recherche Responsable équipe agriculture durable	INRA 28 rue de Herrlisheim F 68 000 COLMAR	0033 (0)3 89 22 49 20 0033 (0)3 89 22 49 33 girardin@colmar.inra.fr
Frank THIEDIG	Spécialiste des signes de qualité en produits agricoles	MBW Marketing- und Absatzförderungs- gesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus Baden-Württemberg mbH, Breitscheidstraße 69, D-70176 Stuttgart	0049 711 666 70 81 0049 711 666 70 89 frank.Thiedig@mbw-net.de
Martine DUFOUR	Dir. Association Suisse pour la promotion des AOC- IGP	AOC-IGP CH 1936 Verbier Village	00 41 878 878 998 infos@aoc-igp.ch
Mariette SIEFERT	Vice-Présidente Conseil Régional Alsace	35 av de la paix BP 1006 67070 STRASBOURG	Contact : G. Zaercher Dir. Agriculture 03 88 15 69 12 03 88 15 69 19
Gérard CATTIN	Chambre d'Agriculture de la Marne	Centre de Rech Agro. 2 esplanade Roland Garros BP 325 51686 REIMS Cedex 2	03 26 77 36 36 03 26 77 36 20
Bernard REUMAUX	Rédacteur en Chef des Saisons d'Alsace	Saisons d'Alsace 3, rue St Pierre le Jeune 67000 STRASBOURG	b.reumaux@dna.fr
Marc GRODWOHL	Président Ecomusée d'Alsace	Ecomusée d'Alsace BP 71 68190 UNGERSHEIM	
VIERLING J. François	Pdt Alsace Qualité Producteur d'ail et oignon	67370 SCHNERSHEIM	03 88 69 72 21 03 88 69 68 98 mob 06 07 35 08 77
BUSSET Jean Claude	Ets Armbruster Négoce de céréales Filière Alsépi	68 rue de Logelbach Colmar	03 89 22 95 22 03 89 22 95 20 @armbruster.fr
MIERSCH Martin	LIFE-FOOD Transformateur de soja bio en tofu	Freiburg	0049 761 1521031 0049 761 1521016 m.miersch@taifun-tofu.de
GRIMM Anne Julie	Chambre de con- sommation d'Alsace		03 88 15 42 42 / 24 96 12 03 88 15 42 41

**LISTE DE PRESENCE  
FORUM ITADA- 23.10.2001  
UNGERSHEIM**

NAME	Vorname	Institution
Auger	Marie-Pierre	IUP Colmar
Auzet	Anne-Véron.	CEREG Strasbourg
Blatz	Aimé	INRA
Boegler	J. Christophe	Etudiant
Boisseau	Aurélie	IUP
Boissel	Corinne	Interprète
Boll	Estelle	IUP
Bouduban	Carole	IUP
Breyier	Stéphane	Est Agricole et Viticole
Burtin	Marie-Line	ARAA Schiltigheim
Busset	M.	Ets Armbruster
Carlier	Jean Claude	Technicien THOMSEL
Cassard	Bernard	CA 70
Cattin	Gérard	CA Marne
Ceroi	Steeve	IUP
Clairret	Florence	ITADA-ARAA
Clinkspoor	Hervé	ITADA-ARAA
D'Agostini	Milène	IUP
Dandoy	Guillaume	IUP
Delorme	Fabrice	IUP
Delphin	Dominique	CA 68
Desarmenien	Bénédicte	SUAD 68
Dufour	Martine	AOC -IGP
Duval	Muriel	IUP - Enseignant
Farine	Hervé	IUP
Fenato	Sabine	IUP
Ferry	Anne	APRONA
Finck	Margarete	IfuL Müllheim
Flamant	Jérôme	IUP
Galbourdin	Laëtitia	IUP
Gauchet	Grégoire	DNA
Gerig	Kathy	Revue PHR
Girardin	Philippe	INRA Colmar
Glöckler	Bernhard	LEL Schwäbisch Gmünd
Grimm	A. Julie	Ch. de Consom. Alsace
Grodwohl	Marc	Ecomusée
Grosshaus	Robert	CAC
Hergott	Matthieu	INRA / IUP - Etudiant
Hirschfell	Gilles	IUP
Horix	Gisela	LFLWG Neustadt/W.
Huber	Pierre	IUP
Janus	Stéphane	IUP
Hugger	Hubert	RP Freiburg
Jauss	Yves	CA 68
Juncker-Schwing	Françoise	AGPM Colmar
Kansy	Franz-Josef	IfuL
Keller	Céline	Stagiaire INRA
Kieffer	Flore	IUP - Enseignant
Kiesler	François	Ecomusée d'Alsace
Kirscher	Valérie	IUP
Koller	Rémi	ARAA
Kriesemer	Simone	OPABA Schiltigheim

NAME	Vorname	Institution
Lamborot	Claudine	IUP
Lammert	Benjamin	OPABA Colmar
Lang	André	Sucreries de Erstein
Lasserre	Didier	ITCF Colmar
Latger	Nathalie	IUP
Layemar	Delphine	IUP
Lebeau	Thierry	IUT - Enseignant
Leclerc	Sandrine	CA 68
Maier	Jürgen	IfuL
Maréchaud	Elodie	IUP
Mark	Steffen	LEL Schwäbisch Gmünd
Maurath	Raphael	ALLB Freiburg
Meinrad	Guy	ARAA Colmar
Miersch	Martin	Life Food Freiburg
Mong	Karine	IUP
Mulder	Martina	IfuL
Nawrath	Martin	IfuL
Oesterlé	Noémie	IUP
Paybien	Audrey	IUP
Peigné	Joséphine	INRA / ECOCERT
Pelle	Laurent	IUP
Penning-Reef	Benoit	IUT
Perdrieux	Ghislain	IUP
Perrin	Janice	IUP
Pfeiffer	Frédéric	IUP
Pohle	Henning	ALLB Offenburg
Recknagel	Jürgen	ITADA-IfuL
Reinsch	Martina	IfuL
Reumaux	Bernard	Saisons d'Alsace
Rossi	Carole	IUP
Schaal	Bernard	Alsace Qualité
Schalk		SCOFELD
Schmitt	Matthieu	APRONA
Schneider	Jean Paul	agriculteur
Siefert	Mariette	ITADA
Spahn	Frédéric	IUP
Sylvander	Bertil	INRA Le Mans
Thiedig	Frank	Marketinggesellsch. B-W
Toussaint	Stéphanie	IUP
Van Dick		CEREG
Vetter	Reinhold	IfuL Müllheim
Vierling	J. François	Pdt Alsace Qualité
Von Roode	Anne	BLHV Freiburg
Walter	Bernard	IU - Enseignant
Walter	Adrien	Agriculteur Rumersheim
Wentz	Bernard	SRFD / DRAF
Wintringham	Christine	Interprète
Würfel	Thomas	MLR Stuttgart

