

Agriculture l'Observatoire



Bayer CropScience

AGRICULTURE ET ÉCONOMIE

« Un aliment, une boisson acquièrent une valeur culturelle et une puissance de suggestion accrues dès lors qu'ils évoquent un lieu, un paysage, un environnement, un climat, un millésime, la personnalité de leurs auteurs, eux-mêmes héritiers d'une histoire et d'un patrimoine vivant qu'ils renouvellent par leur inventivité. »

Jean-Robert Pitte, géographe.

Labels et terroirs, des traditions pleines d'avenir

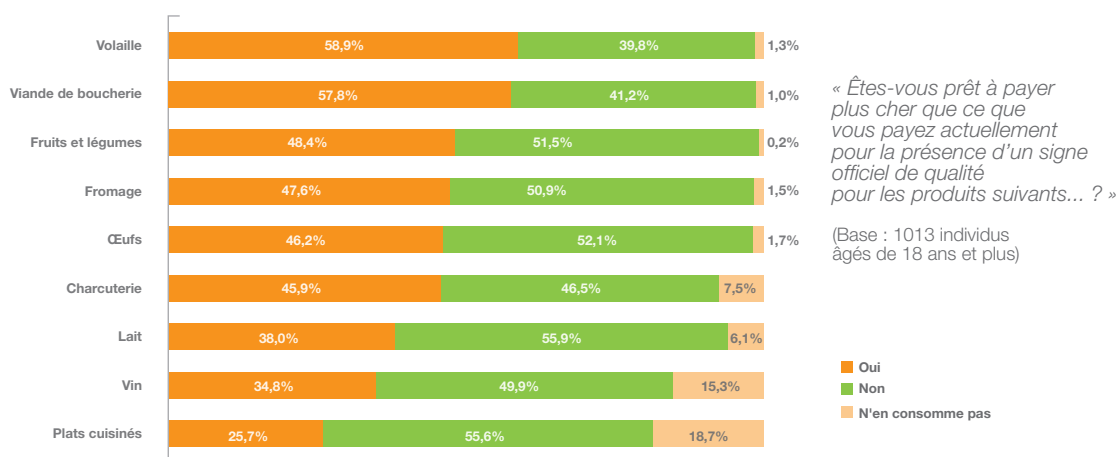
Parmi les succès populaires de l'agriculture, les labels et terroirs tiennent une place prépondérante depuis plusieurs décennies. En guidant le choix du consommateur, en donnant du sens à ses achats, ils font de l'alimentation un acte culturel. La tradition qu'ils perpétuent est quant à elle riche d'enseignements et de pistes pour l'avenir de l'agriculture.



Au-delà des logo et étiquettes

Parmi la foule de produits proposés aux consommateurs, certains présentent, en plus des marques, des logos et étiquettes aux dénominations diverses. Ces signes d'identification peuvent être classés en quatre catégories, selon ce à quoi ils renvoient.

Appétence à payer plus cher différents produits alimentaires portant signe officiel de qualité



Les Français sont-ils prêts à payer plus cher les produits avec un signe officiel de qualité ?

[Source]
CREDOC

Quelques définitions

- *La qualité* : les signes de qualité comme *Label Rouge* attestent qu'un produit fini possède un ensemble de caractéristiques spécifiques établissant un niveau de qualité supérieur à celle d'un produit courant similaire. Aussi la qualité gustative du produit est-elle déterminée par des tests organoleptiques (dégustation).
- *L'origine* : l'origine géographique d'un produit combine souvent un terroir, une tradition et le savoir-faire de producteurs locaux. *L'Appellation d'Origine Contrôlée* est le plus connu des signes d'identification de l'origine, même si l'Europe a notamment instauré *l'Appellation d'Origine Protégée* et *l'Identification Géographique Protégée*.
- *Le mode de production* : l'agriculture biologique est un

mode de production qui a fait le choix de se passer d'intrants de synthèse (sauf dérogations) et d'autres auxiliaires de production comme les variétés transgéniques. Soumis à un cahier des charges, les produits identifiés par le sigle « AB » certifient la conformité à ce mode de production.

- *La source* : alors que tous les exemples précédents sont des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, des distributeurs et grandes surfaces ont mis en place leurs propres labels attestant d'un soin particulier apporté au produit : « Reflets de France » et « Engagement Qualité Carrefour » chez *Carrefour*, « Terre et Saveur » chez *Casino*... Ils s'appuient généralement sur un partenariat avec des producteurs et un cahier des charges imposé par le commerçant.

Plus que des sigles, un patrimoine et des traditions

Considérons l'exemple du poulet de Bresse, produit d'une longue tradition : on trouvait déjà sa trace dans les registres municipaux de la ville de Bourg-en-Bresse en 1591. Ce produit répond à des exigences strictes, des conditions

d'élevage (race, mode de vie et alimentation) à l'abattage et au conditionnement lors de la vente. 330 éleveurs, localisés dans une zone de 100 km sur 40 km, maintiennent cette AOC de tradition.

[Source]

(1) Agreste, « Enquête 2004 sur les signes officiels de la qualité et de l'origine », Agreste Primeur, n° 182, juillet 2006, disponible en ligne sur <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/primeur182.pdf>.

Le poids des signes officiels dépend des filières. En 2004, 2 % des œufs produits l'étaient sous label, contre 10 % des volailles. 30 % des fromages affinés et 45 % des vins étaient quant à eux produits sous AOC.⁽¹⁾

Au-delà des évidences, des questions

Toutefois, si l'existence des produits labellisés ou de terroir semble aller de soi, il se peut aussi que leur sens se perde avec la recrudescence de signes en tous genres. D'où les interpellations suivantes :

- *Dans quelle mesure consommer des produits issus de terroir ou labellisés est-il meilleur pour la santé ?*
- *L'agriculture biologique connaît aujourd'hui un fort engouement, notamment dans les médias : les labels et terroirs ne sont-ils pas aujourd'hui archaïques, dépassés ?*

• *L'image traditionnelle de ces produits n'est-elle pas mensongère à l'heure où de nouveaux labels naissent tous les mois et où les cahiers des charges se modernisent ?*

• *Ce type de produits est généralement plus coûteux que les produits équivalents : à qui s'adressent-ils, ne sont-ils pas réservés à une élite ?*

• *Ce surcoût est-il le prix à payer pour de la qualité ?*

Ces questions légitimes doivent trouver des réponses, ou se résoudre à perdre le consommateur ; et, par là, l'agriculture elle-même.

Pour une agriculture porteuse de valeur(s)

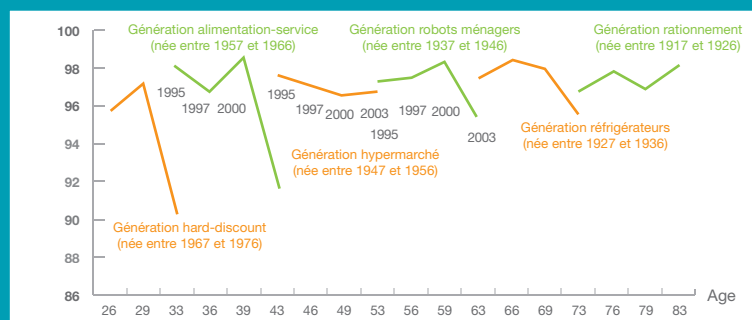
Un gage de qualité pour les consommateurs

Concernant la santé, il n'est pas certain que les exigences du cahier des charges dépassent les prescriptions légales standards, déjà conçues pour protéger le consommateur, ce que l'évolution de la perception des Français depuis 2000 montre bien. Mais parce qu'ils suivent un cahier des charges, les produits sous labels sont souvent mieux contrôlés et mieux connus que les

autres produits agro-alimentaires. Certains cahiers des charges peuvent être moins stricts que d'autres, et des abus peuvent parfois être rapportés mais, en moyenne, la chance d'acheter un produit de qualité est supérieure sous label. Qui plus est, la signalétique clairement affichée sur les étiquettes et reconnue par les consommateurs offre un repère facile dans les rayons.

Évolution de l'importance de la sécurité comme critère incitatif d'achat entre 1995 et 2003, par tranche d'âge. Elle diminue depuis 2000, chaque génération favorisant légèrement moins l'hygiène et la sécurité que la précédente.

[Source]
CREDOC



Il n'est pas dit que le surcoût que présentent ces produits soit simplement la marque de leur qualité supérieure ; preuve en est qu'on trouve souvent moins cher des produits de qualité équivalente hors labels. En effet, le fait de faire appel à un organisme

certificateur et de restreindre ses choix de production a un coût. La différence est plutôt le prix à payer pour acheter de l'information et un ancrage culturel, ce qui fait généralement défaut aux autres produits comme le montre ce qui suit.

Redonner une identité culturelle aux produits

L'industrialisation de la production des denrées alimentaires a engendré une certaine uniformisation et une aseptisation des produits. Dans ce contexte, les produits sous label apparaissent comme garants du goût et d'une tradition gastronomique

véritable. Leur identité culturelle tient à l'image qu'ils envoient et à celle qu'ils nous renvoient de nous, aussi bien par rapport à notre histoire qu'à notre « tribu » d'appartenance - comme autant de madeleines (de Commercy) de Proust.

L'agriculture doit aussi nourrir l'esprit

Avalée sans être goûtée et appréciée, la nourriture a tendance à devenir un consommable comme les autres, alors qu'elle est si cruciale pour notre santé. Retrouver le goût des produits et les déguster en quantité raisonnable sont autant de moyens pour prévenir des risques liés à une mauvaise alimentation (obésité, diabète...). Et même si les recettes ou les cahiers des charges évoluent, il reste cette charge symbolique, cette valeur qui donne son sens à l'alimentation.



S'alimenter doit redevenir un processus apprécié et conscient.

Une banalisation des labels ?

Les Français ne mettent pas toujours derrière chaque label ce qui lui correspond vraiment et, malgré une image généralement positive, les perceptions en sont parfois floues. On pourrait aussi craindre une confusion avec l'agriculture biologique, voire redouter que les labels ne se banalisent ou peinent à évoluer avec leur temps.⁽¹⁾

En réalité, les Français considèrent à 47 % qu'il existe suffisamment de labels (30 % estimant qu'il y en a trop et 20 % pas assez), la lisibilité de l'offre n'étant pas vécue par tous de la même façon. On peut ainsi distinguer 6 profils de consommateurs, dont certains groupes (comme les « défiants », qui représentent 19 % de la population) s'interrogent en fait sur la pertinence du « plus qualité », et seraient probablement indifférents à leur multiplication. Les « engagés bio et écolo » ainsi que les consommateurs « confiants » (44 % à eux deux), qui sont la cible actuelle des labels de qualité, seraient au contraire ravis de cette évolution.⁽²⁾

Dans ce paysage, l'agriculture biologique est plutôt bien identifiée mais pas vécue en rupture avec les autres signes officiels. D'autant que l'évolution du cahier des charges des labels a su reprendre à son compte certaines prescriptions

du « bio » sur les conditions d'élevage, les traitements vétérinaires ou phytosanitaires... Ils se nourrissent ainsi les uns et les autres et participent à la richesse du patrimoine gastronomique français.

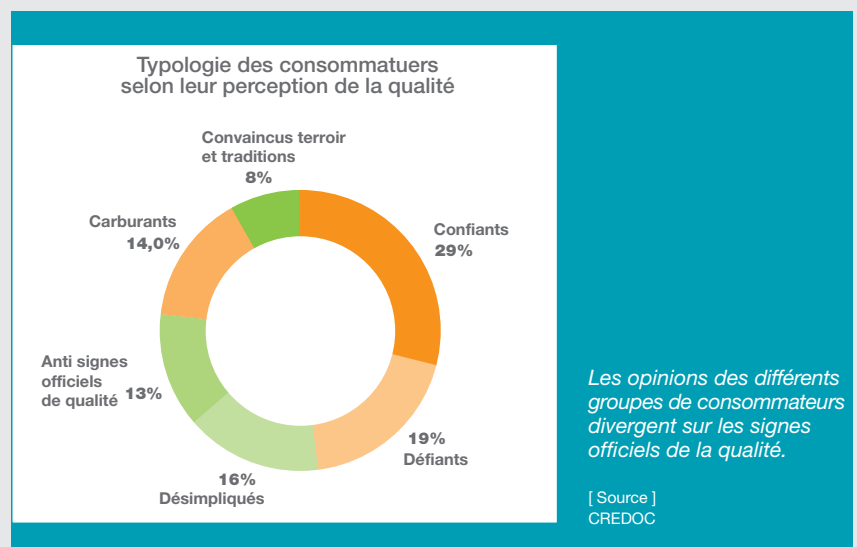
[Sources]
(1) Christian Laborde et coll., « Analyse de la perception des labels alimentaires », mai 2006, disponible en ligne sur http://www.creop.unilim.fr/cahier_det.php?cid=6.

(2) Gabriel Tavoularis et coll., Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, novembre 2007, disponible en ligne sur <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C236.pdf>.

Quel avenir pour les labels et terroirs ?

La préservation de territoires

Derrière la notion de terroir, qui est au cœur de la notion de label, on trouve aussi bien des hommes (producteurs ou commerçants) qu'un territoire. Consommer des produits de tradition, c'est permettre de vivre à des agriculteurs soucieux de la qualité de leurs produits, mais aussi à des pratiques et variétés anciennes de perdurer. Mettre en avant cette richesse et promouvoir l'agriculture de terroir ne signifie pas nécessairement défendre une conception érigée et conservatrice du monde. La diversité des terroirs est une chance pour notre pays et une chance pour les régions peu favorisées par les conditions du sol ou du climat, mais riches de leurs hommes et femmes.



La valeur économique d'une culture gastronomique

Face aux importations et aux agricultures du monde, la dimension culturelle des produits de terroir vendus sous labels tranche avec l'uniformisation des produits alimentaires. Ce signe distinctif permet soit une plus-value

économique soit une segmentation du marché, qui vient indéniablement soulager la balance commerciale de la France (ainsi, les vins sous AOC - champagnes compris - rapportent près de 50 % en valeur à l'étranger).



De nouvelles voies pour les labels

Les jeunes étant de plus en plus tournés vers la sphère de la satisfaction immédiate, recherchant l'expression de soi, ils sont les moins sensibles aux labels et aux valeurs collectives qu'ils transportent : il faudra donc envisager de communiquer sur d'autres valeurs plus porteuses de sens. Pour ne pas banaliser les labels, il faut également s'assurer qu'ils servent à quelque chose et que celui qui paye (un

cahier des charges, un audit...) n'est pas toujours celui qui a raison. Dans le système de vérification tripartite actuellement en place (ministère, associations de producteurs et cabinets d'audit), il faut s'assurer que la société civile a son mot à dire... Bref, les pistes ne manquent pas pour faire entrer les labels de plain-pied dans le XXI^e siècle !

Les Français doivent être à la fois fiers de leur héritage et désireux de le faire évoluer, également de le partager avec la terre entière. Il ne saurait être question d'affirmer qu'ils auraient une quelconque supériorité ou antériorité sur d'autres pays. (...) La légitimité des Français tient au souci qu'ils ont eu d'en faire un élément de la culture savante, autant que populaire (...), Jean-Robert Pitte, géographe.

[Imprimé sur papier à base de bois issu de forêts gérées durablement.]

Également disponibles...

AGRICULTURE ET SOCIÉTÉ

- Agriculture française ancrée dans la société
- Agriculture, source et garante de notre santé
- Agriculture face aux enjeux de demain
- Agriculture française et biotechnologies
- Produits phytosanitaires et protection des plantes

AGRICULTURE ET ENVIRONNEMENT

- Agriculture et nature : une relation ambivalente
- Agriculture française et biodiversité
- Agriculture française et eau
- Agriculture face au réchauffement climatique

AGRICULTURE ET ÉCONOMIE

- Agriculture moderne et ses pratiques
- Agriculture française et mondialisation
- Agriculture, pilier de la nouvelle économie mondiale
- Agriculture française et énergies
- **Labels et terroirs, des traditions pleines d'avenir**



Bayer CropScience

Bayer S.A.S.

Bayer CropScience
16 rue Jean-Marie Leclair
CP 90106
F- 69266 Lyon Cedex 09

www.bayercropscience.fr



Novembre 2010