

A.D.E.P.R.I.N.A.

**Association pour le Développement de l'Enseignement du Perfectionnement de la Recherche
à l'Institut National Agronomique Paris-Grignon**

Etat des lieux quantitatif et qualitatif de la Certification de Conformité de Produit

Sandrine Blanchemanche, Marion Bonnet
avec la collaboration d'Isabelle Barcelord

Septembre 2003

*Rapport d'une étude financée par le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des
Affaires Rurales - Direction des Politiques Economique et Internationale (Référence Evaluation
MAAPAR 01 D2 02 01).*

Le contenu du présent document n'engage que la responsabilité de ses auteurs.

Préambule

La Direction des Politiques Economiques et Internationales (DPEI) du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales a confié à Egizio Valceschini (économiste, directeur de l'Unité INRA-SADAPT) une évaluation de la politique publique des signes d'identification de la qualité et de l'origine et tout particulièrement du positionnement de la Certification de conformité de produit dans ce système.

Afin de réaliser cette évaluation, les connaissances et données disponibles sur les réglementations et les stratégies des opérateurs en matière d'utilisation de la certification de conformité sont apparues insuffisantes. Une étude a donc été confiée à Sandrine Blanchemanche (sociologue) et Marion Bonnet (ingénieur agronome) ainsi qu'à Isabelle Barcelord (élève à l'INA P-G). Ce document présente les résultats de cette étude.

Nous tenons à remercier Egizio Valceschini, les membres du comité de pilotage ainsi que les experts pour leur implication et leurs remarques qui nous ont été particulièrement utiles. Nous remercions Philippe Pauwels et Pierre Girard (SCEES) pour leur précieuse collaboration.

Nous remercions également les « personnes ressources » qui nous ont informées ou donné leur avis sur la CCP ainsi que les opérateurs économiques qui ont accepté de participer à notre enquête par entretien téléphonique.

Sommaire

Objectifs et méthode.....	7
Dispositif de suivi de l'étude.....	10

Volet 1. La CCP face au marché

Introduction.....	14
1 Une grille de lecture : le dispositif sociocognitif.....	14
1.1 Le dispositif sociocognitif au cœur du marché.....	14
1.2 La certification : un outil pour différencier des produits normalisés.....	16
2 Objectifs initiaux et ajustements successifs de la CCP.....	18
2.1 Les « bases » de la CCP : la « modernisation du droit de l'alimentation »	18
2.1.1 Objectifs des propositions de la commission	19
2.1.2 Analyse du positionnement des labels agricoles et des appellations d'origine.....	20
2.1.3 Créer un système complémentaire au label : la certification de conformité.....	20
2.1.4 Les contrôles : contrôle public et autocontrôle.....	21
2.2 Le couple « normalisation/certification » au cœur des réflexions.....	21
2.2.1 « La normalisation dans l'agro-alimentaire » (rapport Creyssel, 1991).....	22
2.2.2 « La certification clé d'un nouvel essor économique » (rapport Brune, 1993).....	24
2.2.3 Au total : le triptyque normation/certification/communication comme base de la CCP.....	29
2.3 Ajustements de la CCP (1994) : insertion dans une politique de la qualité.....	30
2.3.1 Couplage entre la Certification de conformité de produit et l'Indication Géographique Protégée.....	30
2.3.2 Organisation de la CNLC en deux sections « fonctionnelles »	31
2.4 Renforcement du dispositif des signes d'identification de la qualité et de l'origine (1999).....	32
2.4.1 Les objectifs de la loi d'orientation agricole de 1999.....	32
2.4.2 Une nouveauté de dénomination : des signes « d'identification » de la qualité et de l'origine.....	33
2.5 Propositions du Conseil Economique et Social (2000)	34
2.5.1 « Clarifier les notions de qualité et d'origine »	34
2.5.2 « Améliorer les signes de qualité et d'origine eux-mêmes »	35
2.5.3 « Rendre plus accessible le dispositif des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine ».....	36
2.6 Réajustements au sein de la CNLC (2000).....	36
2.6.1 Les « exigences-recommandations » par produit.....	36
2.6.2 Modalité de validation des étiquetages.....	37
3 Les dispositifs des quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine. 38	38
3.1 Les structures en charge des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine	38
3.1.1 L'Institut national des appellations d'origine	38
3.1.2 La Commission nationale des labels et des certifications.....	40
3.1.3 Le Comité français d'accréditation (COFRAC).....	42
3.2 Définition des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine en France et protections de vocabulaire communautaires	43
3.2.1 Appellation d'Origine Contrôlée.....	44
3.2.2 Label : certification de produit de « qualité supérieure »	44
3.2.3 CCP : Certification d'un produit « conforme à des caractéristiques spécifiques ».....	45
3.2.4 Certification du mode de production biologique.....	45
3.2.5 Appellation d'origine protégée.....	46
3.2.6 Indication géographique protégée.....	47
3.2.7 L'attestation de spécificité.....	48
3.3 Comparaison des dispositifs propres aux quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.....	49
3.3.1 Les procédures d'obtention d'un signe officiel	49
3.3.2 Rôle des rapporteurs et des experts dans l'attribution des labels et des CCP.....	54
3.3.3 Les demandeurs d'un signe officiel	56
3.3.4 La « représentation » : organisation de promotion et de défense	56
3.3.5 La construction de la « preuve » : objectivation de la qualité	57

3.3.6	<i>Etiquetage</i>	60
3.3.7	<i>Les contrôles : le « tiers » qui certifie</i>	64
4	La compréhension de la CCP sur le marché	64
4.1	Les études réalisées auprès des consommateurs.....	64
4.2	Identification commune : la garantie de l'État.....	70
4.3	Distinction des produits certifiés.....	71
	Conclusion	71

Volet 2. Les utilisations stratégiques de la CCP et ses fonctions économiques sur le marché : analyse quantitative

	Introduction	75
1	Sources d'information et méthodologie	76
1.1	Sources d'information existantes et matériau à exploiter.....	76
1.1.1	<i>Les sources d'information statistiques existantes</i>	76
1.1.2	<i>Les dossiers de demandes de CCP : un matériau documentaire à exploiter</i>	76
1.2	Méthodologie de traitement des données.....	80
1.2.1	<i>Les données issues des dossiers de demande de CCP</i>	80
1.2.2	<i>Les données de l'enquête du SCEES sur les signes officiels de qualité</i>	83
2	La population des demandes de CCP	85
2.1	Identification de la population des CCP : 547 dossiers déposés entre 1990 et 2003.....	85
2.1.1	<i>Des évolutions différentes pour les demandes de CCP</i>	86
2.1.2	<i>Comparaison avec les demandes de label</i>	87
2.2	La population des CCP inactives : 95 dossiers refusés ou abandonnés.....	88
2.3	La population des CCP activables : 138 dossiers en cours de procédure en 2003.....	88
2.4	Le cas particulier des 21 demandes de mise en conformité.....	89
2.5	La population des CCP actives : 293 dossiers validées.....	90
2.5.1	<i>Vue d'ensemble des 293 demandes validées</i>	90
2.5.2	<i>Analyse par secteur de production</i>	98
	Conclusion.....	102
3	Les intentions stratégiques des utilisateurs de CCP	103
3.1	Les intentions stratégiques : méthode d'identification.....	103
3.1.1	<i>3 critères discriminants</i>	103
3.1.2	<i>Les 4 groupes d'intentions stratégiques identifiés</i>	104
3.2	Caractérisation des 4 groupes d'intentions stratégiques.....	105
3.2.1	<i>Intention stratégique 1 : Appropriation d'une notoriété géographique</i>	105
3.2.2	<i>Intention stratégique 2 : Réassurance du consommateur</i>	111
3.2.3	<i>Intention stratégique 3 : Positionnement intermédiaire</i>	116
3.2.4	<i>Intention stratégique 4 : Différenciation par un niveau de qualité supérieure</i>	120
	Conclusion	126
	Annexes	127

Volet 3. Les utilisations stratégiques de la CCP et ses fonctions économiques sur le marché : étude de cas

Introduction	175
1. Dispositif d'étude : des enquêtes auprès d'utilisateurs de CCP	175
1.1. Recueil des données par enquête	175
1.1.1. Un questionnaire structuré en six thèmes	175
1.1.2. Déroulement et conduite des entretiens	176
1.2. Critères de sélection des études de cas.....	177
1.2.1. Des cas répartis selon les 4 intentions stratégiques	177
1.2.2. Des cas sélectionnés selon trois critères.....	177
2. Analyse des cas	179
2.1. Les demandeurs de CCP : une population qui utilise inégalement la CCP.....	179
2.1.1. Un nombre de demandeurs important	181
2.1.2. Les demandeurs de CCP dont le dossier n'est pas validé.....	181
2.1.3. Les détenteurs de CCP ne produisant pas sous le référentiel de la CCP.....	181
2.1.4. Les détenteurs de CCP qui ne commercialisent pas sous CCP.....	183
2.1.5. Des coûts de négociation et d'élaboration élevés : un facteur d'explication ?	185
2.2. La manière dont les opérateurs comprennent la CCP.....	187
2.2.1. Un signe qui représente un niveau de qualité dans la hiérarchie des signes de qualités.....	187
2.2.2. Un signe qui doit servir à communiquer.....	187
2.2.3. La raison pour laquelle les GMS sont intéressées par la CCP	188
2.2.4. Un signe qui a un autre sens lorsqu'il est associé à une IGP	188
2.3. Utilisation effective de la CCP par les opérateurs.....	189
2.3.1. Utilisations effectives de la CCP.....	189
2.3.2. Correspondances avec les 4 intentions stratégiques	194
2.3.3. Conséquences de la CCP, transversales aux deux utilisations effectives.....	195
Conclusion	198
Annexes	199
Les limites de l'étude	119
Bibliographie	220
Annexes	226

Objectifs et méthode

La certification de conformité a été créée par la loi du 30 décembre 1988. Elle est définie comme suit : « La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées dans un cahier des charges portant, selon le cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement et, le cas échéant, l'origine géographique de la denrée ou du produit lorsque cette origine est enregistrée comme indication géographique protégée ».¹

Elle contribue aujourd'hui à la politique de qualité française, au même titre que les trois autres signes officiels de qualité que sont l'appellation d'origine contrôlée, le label et la certification du mode de production biologique.

Cette étude doit permettre d'apporter les éléments nécessaires à l'évaluation de la CCP dont les objectifs sont les suivants :

- analyser la cohérence de ce signe de qualité par rapport aux politiques de qualité française et européenne et notamment sa position par rapport aux autres signes de qualité ;
- vérifier dans quelle mesure la Certification de conformité de produit permet d'atteindre les objectifs de la politique de la qualité ;
- analyser l'utilisation des Certification de conformité de produit par les opérateurs ;
- éclairer la compréhension de ce signe de qualité par les consommateurs.

L'étude a été organisée en étroite collaboration entre les chargées d'étude. Elle est structurée en trois volets (cf. figure 1). Chacun de ses volets s'est appuyé sur une méthodologie spécifique et sous la responsabilité d'une chargée d'étude, ce qui explique les différences de « ton » entre eux.

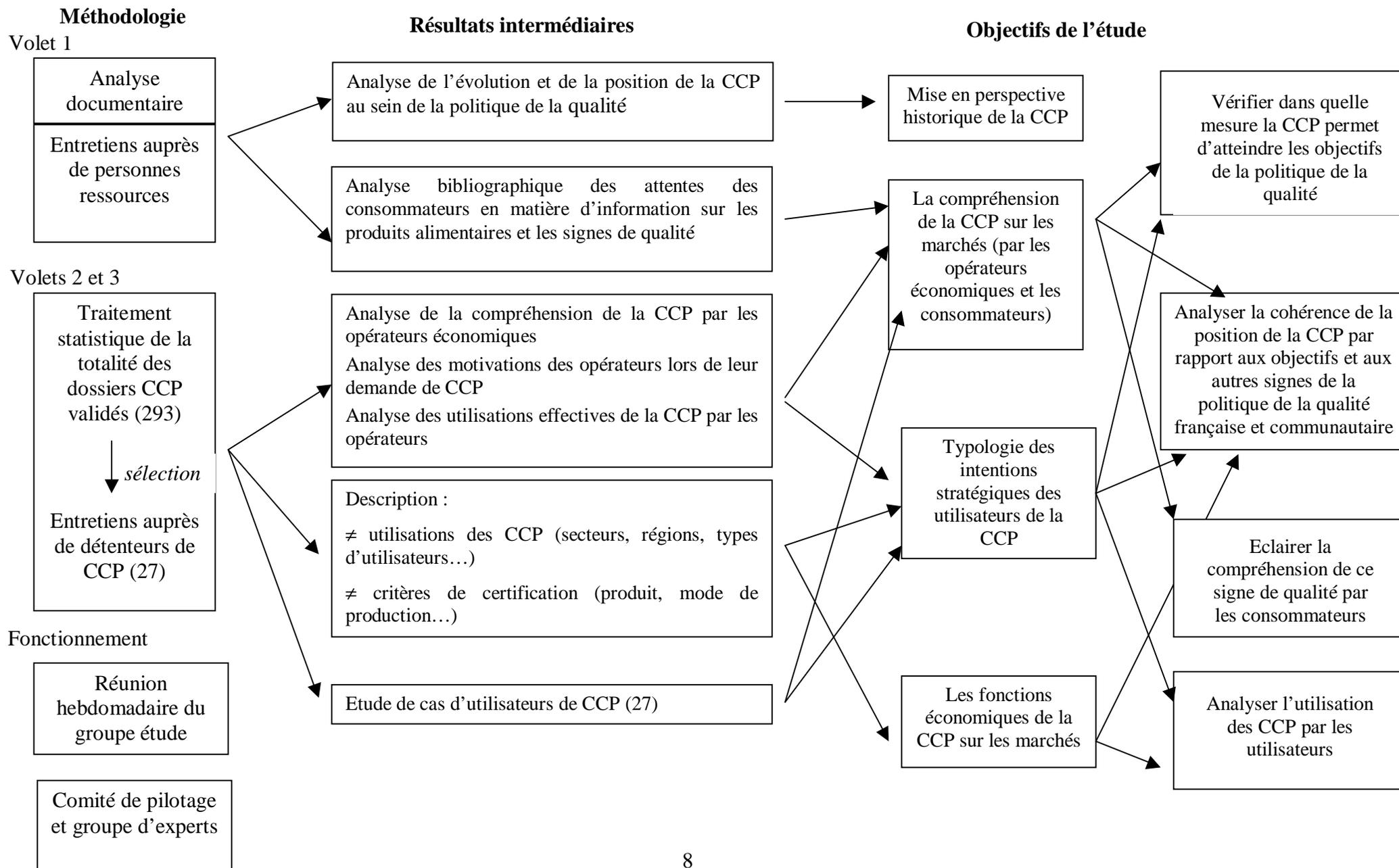
Volet 1. La CCP face au marché

L'objectif de cette partie est d'analyser la compréhension de la CCP au sein des relations de marché. Pour en rendre compte, la politique de la qualité est analysée comme la mise en œuvre de dispositifs socio-cognitifs correspondant aux quatre certifications officielles des produits agroalimentaires (appellation d'origine contrôlée, label, certification de conformité de produit, la certification du mode de production biologique). La méthodologie utilisée est basée sur :

- une analyse des rapports officiels qui ont alimenté la réflexion sur le rôle et les fonctions de la certification de conformité de produit depuis une quinzaine d'années ; une analyse d'enquêtes réalisées auprès de consommateurs par des instituts d'étude ;
- des entretiens auprès de « personnes-ressources » ayant participé à la mise en œuvre de la CCP.

¹ Article L115-23 du Code de la consommation et article L643-3 du Code rural.

Figure 1. Protocole méthodologique



Volet 2. Les utilisations stratégiques de la CCP et ses fonctions économiques sur le marché : analyse quantitative

Cette partie a pour objectif de mettre en évidence les différentes intentions stratégiques des opérateurs économiques lorsqu'ils ont demandé une CCP. Elle permet d'obtenir une description des secteurs de production concernés, des types de demandeurs, des formes de commercialisation mises en œuvre.

Elle permet d'établir une description des organisations qui ont obtenu une Certification de conformité de produit, en fonction de leur motivations, des produits qu'elles ont inclus dans la procédure de certification et leur position dans la filière agro-alimentaire.

Cette description pose les bases d'une analyse des stratégies concurrentielles et organisationnelles en matière de qualité des organisations ayant obtenu une Certification de conformité de produit.

La méthodologie repose sur :

- un dépouillement de la totalité des cahiers des charges validés depuis la création de la CCP et un traitement statistique des données recueillies permettant notamment de dégager quatre intentions stratégiques d'utilisation de la CCP par les opérateurs économiques ;
- un appariement des données issues de ce dépouillement avec les données issues de l'enquête réalisée par le SCEES sur « les produits agroalimentaires sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine » (2001)
- l'utilisation d'information supplémentaires (données économiques du Ceperal, etc.).

Volet 3. Les utilisations stratégiques de la CCP et ses fonctions économiques sur le marché : analyse qualitative

Cette partie, complémentaire de la partie précédente, permet de mettre en relation les intentions stratégiques des opérateurs lors de leur demande de CCP et les stratégies effectives mises en œuvre depuis la demande. Elle est réalisée grâce à une méthodologie qualitative basée sur des entretiens auprès de détenteurs de CCP et une analyse des documents économiques et commerciaux disponibles. Les détenteurs ont été choisis parmi une sous population de l'étude (les quatre intentions stratégiques) et ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la population.

Les études de cas sont basées sur des entretiens semi-directifs auprès des responsables de l'organisation (groupement de producteur, entreprise, etc.) ayant demandé, et obtenu, une Certification de conformité de produit ainsi que sur une analyse documentaire (documents internes, presse, mémoires et études déjà réalisées etc.).

Ces entretiens permettent de compléter les informations non disponibles dans les dossiers et de tester les hypothèses de travail quant aux stratégies concurrentielles et organisationnelles que ces organisations développent en matière de qualité.

Dispositif de suivi de l'étude

Cette étude a été réalisée pour être mise au service de l'évaluation de la CCP. Pour cela, le dispositif de l'étude s'est appuyé sur l'intervention de plusieurs « comités de suivi » coordonnés par Sandrine Blanchemanche :

- Un suivi régulier de l'avancée des travaux par Egizio Valceschini
- Un suivi par un comité de pilotage constitué par : Véronique Borzeix (MAAPAR, DPEI), Florence Clermont-Brouillet (MAAPAR, DPEI), Marie-Lise Molinier (MAAPAR, DPEI), Joël Priolon (économiste, INA P-G), Jean-François Ruas (MAAPAR, DAF), Egizio Valceschini (économiste, INRA) et Claude Wisner Bourgeois (sociologue, INA-PG)
- Une discussion des résultats en groupe d'experts :

* le 1^{er} groupe d'experts réunis sur le thème « Positionnement de la CCP dans l'ensemble de la politique de la qualité : utilité et spécificité » était composé (outre les membres du comité de pilotage) par : Joseph Ballé (INAO, comité IV), Christophe Charlier, (Université de Nice-Sophia Antipolis), Pierre Creyssel, François Falconnet (CNLC), Françoise Focqué (Cerqua), Bernard Lassaut (INRA), Josy Mazodier (CGGREF), Christine Monticelli (Isara), Daniel Nairaud (DGAL).

* le 2^{ème} groupe d'experts réunis sur le thème « La CCP et les consommateurs : information, différenciation et distribution » était composé (outre les membres du comité de pilotage) par : Sylvie Celi (DGCCRF), Franck Cochoy (Sociologie, Université de Toulouse), Patricia Gurviez (Marketing, ENSIA), Pierre Halliez (SNIV), Hélène Moraut (UFC Que Choisir), Daniel Nairaud (DGAL), Louis-Georges Soler (Economiste, INRA).

- Par ailleurs, un groupe de travail composé des experts des Bureaux produits du MAAPAR a discuté des résultats secteur par secteur. Il était composé (outre les membres du comité de pilotage) par : M. Bruland (MAAPAR, DPEI, Bureau du lait), E. Dumoulin (MAAPAR, DPEI, Bureau hors sol), G. Legendre (MAAPAR, DPEI, Bureau des céréales).

Les compte rendus de ces réunions en groupe d'experts sont en annexe.

L'étude a été menée du 25 février au 25 août 2003. Chacun des volets a donné lieu à une version provisoire discutée en comité de pilotage.

Volet 1

La CCP face au marché

Sandrine Blanchemanche

Avec la collaboration de
Marion Bonnet et d'Isabelle Barcelord

Sommaire du volet 1

Introduction	14
1 Une grille de lecture : le dispositif sociocognitif	14
1.1 Le dispositif sociocognitif au cœur du marché.....	14
1.2 La certification : un outil pour différencier des produits normalisés.....	16
2 Objectifs initiaux et ajustements successifs de la CCP	18
2.1 Les « bases » de la CCP : la « modernisation du droit de l'alimentation »	18
2.1.1 <i>Objectifs des propositions de la commission</i>	19
2.1.2 <i>Analyse du positionnement des labels agricoles et des appellations d'origine</i>	20
2.1.3 <i>Créer un système complémentaire au label : la certification de conformité</i>	20
2.1.4 <i>Les contrôles : contrôle public et autocontrôle</i>	21
2.2 Le couple « normalisation/certification » au cœur des réflexions.....	21
2.2.1 <i>« La normalisation dans l'agro-alimentaire » (rapport Creyssel, 1991)</i>	22
2.2.2 <i>« La certification clé d'un nouvel essor économique » (rapport Brune, 1993)</i>	24
2.2.3 <i>Au total : le triptyque normation/certification/communication comme base de la CCP</i>	29
2.3 Ajustements de la CCP (1994) : insertion dans une politique de la qualité	30
2.3.1 <i>Couplage entre la Certification de conformité de produit et l'Indication Géographique Protégée</i>	30
2.3.2 <i>Organisation de la CNLC en deux sections « fonctionnelles »</i>	31
2.4 Renforcement du dispositif des signes d'identification de la qualité et de l'origine (1999)	32
2.4.1 <i>Les objectifs de la loi d'orientation agricole de 1999</i>	32
2.4.2 <i>Une nouveauté de dénomination : des signes « d'identification » de la qualité et de l'origine</i>	33
2.5 Propositions du Conseil Economique et Social (2000)	34
2.5.1 <i>« Clarifier les notions de qualité et d'origine »</i>	34
2.5.2 <i>« Améliorer les signes de qualité et d'origine eux-mêmes »</i>	35
2.5.3 <i>« Rendre plus accessible le dispositif des SOIQQ »</i>	36
2.6 Réajustements au sein de la CNLC (2000).....	36
2.6.1 <i>Les « exigences-recommandations » par produit</i>	36
2.6.2 <i>Modalité de validation des étiquetages</i>	37
3 Les dispositifs des quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine	38
3.1 Les structures en charge des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine	38
3.1.1 <i>L'Institut national des appellations d'origine</i>	38
3.1.2 <i>La Commission nationale des labels et des certifications</i>	40
3.1.3 <i>Le Comité français d'accréditation (COFRAC)</i>	42
3.2 Définition des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine en France et protections de vocabulaire communautaires	43
3.2.1 <i>Appellation d'Origine Contrôlée</i>	44
3.2.2 <i>Label : certification de produit de « qualité supérieure »</i>	44
3.2.3 <i>CCP : Certification d'un produit « conforme à des caractéristiques spécifiques »</i>	45
3.2.4 <i>Certification du mode de production biologique</i>	45
3.2.5 <i>Appellation d'origine protégée</i>	46
3.2.6 <i>Indication géographique protégée</i>	47
3.2.7 <i>L'attestation de spécificité</i>	48
3.3 Comparaison des dispositifs propres aux quatre SOIQQ.....	49
3.3.1 <i>Les procédures d'obtention d'un signe officiel</i>	49
3.3.2 <i>Rôle des rapporteurs et des experts dans l'attribution des labels et des CCP</i>	54
3.3.3 <i>Les demandeurs d'un signe officiel</i>	56
3.3.4 <i>La « représentation » : organisation de promotion et de défense</i>	56
3.3.5 <i>La construction de la « preuve » : objectivation de la qualité</i>	57
3.3.6 <i>Etiquetage</i>	60
3.3.7 <i>Les contrôles : le « tiers » qui certifie</i>	64
4 La compréhension de la CCP sur le marché	64
4.1 Les études réalisées auprès des consommateurs.....	64
4.2 Identification commune : la garantie de l'État.....	70
4.3 Distinction des produits certifiés	71
Conclusion	71

Introduction

Le lien entre la qualification des produits et l'appréciation (classement, évaluation, jugement) des consommateurs peut-être analysé en termes de dispositifs de confiance² ou de conventions de qualité³. Pour notre part, nous faisons l'hypothèse que la relation de confiance à la base de l'acte de consommation passe par la mise en œuvre de dispositifs institutionnels, contractuels et techniques qui conduisent à un équipement sociocognitif⁴ de la relation de marché. Il ne s'agit pas seulement des dispositifs « marchands » encadrant la décision du consommateur⁵ mais de l'ensemble des dispositifs qui visent à réduire la distance entre producteurs et consommateurs.

L'objectif de ce document est d'analyser la compréhension de la CCP au sein des relations de marché. Comment peut-elle être appréciée par les acteurs économiques (consommateurs, producteurs, etc.) ?

Pour en rendre compte, nous analysons la politique de la qualité comme la mise en œuvre de dispositifs sociocognitifs correspondant aux quatre certifications officielles des produits agro-alimentaires : appellation d'origine contrôlée, label, certification de conformité de produit, certification du mode de production biologique. Ce document est focalisé sur l'étude de la certification de conformité de produit. Cependant, dans une perspective de comparaison, il est nécessaire d'élargir l'analyse des dispositifs sociocognitifs aux autres signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.

Nous faisons l'hypothèse suivante :

- les CCP ont un dispositif moins complet que celui des autres signes ;
- les opérateurs auraient utilisé la marge de manœuvre laissée par « l'incomplétude du système » en le complétant de manière différente afin de répondre à leurs propres stratégies.

1 Une grille de lecture : le dispositif sociocognitif

1.1 Le dispositif sociocognitif au cœur du marché

Depuis une dizaine d'années, de nombreuses recherches en sciences sociales (économie et sociologie) et en sciences techniques ont été réalisées sur le thème de la « qualité » des produits agroalimentaires, notamment à l'INRA. A titre d'exemple, citons l'AIP « *construction sociale de la qualité* »⁶, le programme Européen (Fair 6) impliquant 7 pays de l'Union européenne « *Quality strategies and Producers' Organisation in the European Agro-food sector : consumer information and competition* »⁷.

² Karpik L., 1996. Dispositifs de confiance et engagements crédibles, *Sociologie du travail*, 38, 4, 527-550.

³ Eymard-Duvernay F., 1995. La négociation de la qualité, In : Nicolas F., Valceschini E., (eds), *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, Inra-Economica, 39-48.

⁴ Mallard A., 1996. Les instruments dans la coordination de l'action, Thèse, Ecole des Mines de Paris.

⁵ Cochoy F., 1999. De l'embaras du choix au conditionnement du marché. Vers une socio-économie de la décision, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. CVI, 145-173.

⁶ Casabianca F., Valceschini E., 1996. La qualité dans l'agro-alimentaire. Emergence d'un champ de recherches, rapport final de l'AIP *La construction sociale de la qualité*, INRA, 344 pages.

⁷ Programme coordonné par E. Valceschini (Inra Sad-Apt)

Si ces recherches ont été particulièrement fructueuses c'est qu'elles ont convergé vers des objets d'analyse communs tels que la spécificité du rôle des institutions et les processus de qualification. En même temps, l'ancrage disciplinaire et les cadres théoriques mobilisés étaient différents, ce qui a été à l'origine du développement de deux approches distinctes. La première⁸ est centrée au niveau local sur la coordination des producteurs pour la recherche d'un accord sur la définition des produits et des pratiques. Dans cette approche, le marché reste largement une toile de fond et n'acquiert pas le statut d'objet de recherche. La seconde⁹ est centrée sur les transactions sur les marchés et les organisations. La qualification est analysée par le biais des coordinations économiques qui soutiennent les stratégies de qualité des producteurs, en particulier une fois l'accord acquis. Ce sont les modalités de respect ou de remise en cause des accords et leurs conséquences sur l'évolution du produit qui retiennent l'attention de ces recherches.

Ces recherches, du fait de leur cadre théorique et donc de leur objet de recherche, se focalisent soit sur la sphère de la production, soit sur la sphère de la consommation. Or, un produit, et en particulier un produit agro-alimentaire, se construit au cours de sa circulation entre des espaces (la campagne et la ville) et des acteurs (les producteurs et les consommateurs) distincts¹⁰. Peu de travaux s'intéressent à la manière dont se construisent les relations entre producteurs et consommateurs¹¹, ces derniers étant souvent rapportés à des approches en termes de représentations ou de descriptions des comportements et des préférences.

L'objectif ici est de faire tenir ensemble ces deux approches en analysant le résultat de la qualification des produits comme l'élaboration d'un dispositif sociocognitif. Le focus sur la qualification et non la « qualité » permet de ne pas analyser la qualité comme le seul résultat de déterminants sociaux mais comme le résultat d'un processus, d'une activité qui fait émerger de la différence.

Cette différence, pour être appréciée par l'ensemble des acteurs économiques, et notamment les consommateurs, nécessite un « équipement cognitif ». Fanck Cochoy (1999)¹² illustre ce point lors du choix qu'effectue le consommateur face à deux produits identiques. Qu'est-ce qui va l'emmener à choisir telle marque de pâtes ou telle autre ? Son choix pour être effectué est guidé par un ensemble de dispositifs : prescription d'autrui, conseils des vendeurs, listes d'achats, argumentaires des packages, savoir-faire des spécialistes de la vente, mise en scène du distributeur, essais comparatifs des organisations consoméristes, etc. (*ibid.*, p. 160). Cet équipement cognitif joue le rôle de médiation entre le consommateur, qui pourra ainsi effectuer son choix et le producteur qui, par le choix de dispositif qu'il construit, se positionne vis-à-vis de ses concurrents. L'auteur se focalise tout particulièrement sur le rôle du package. « Le package est un miroir qui met un âne de Buridan (le consommateur) face à son image (le producteur). D'un côté du miroir, le premier cherche à saisir la différence comme propriété inscrite *dans* les choses, de l'autre côté, le second cherche à construire la différence comme ensemble de propriétés inscrites *sur* les choses » (*ibid.*, p.161).

⁸ De Sainte Marie C., Agostini D., Du signe à l'inscription géographique de l'origine : la requalification de la clémentine de Corse, In : Dubuisson S., Neuville J.P. (eds), Juger et échanger. La construction sociale de l'accord dans une économie des jugements individuels (en demande d'édition INRA-MSH)

⁹ Valceschini E., 2000. La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3, 489-500.

¹⁰ Callon M., 1998. Introduction : the embeddedness of economic markets in economics, In : Callon M. (ed.), *The laws of the markets*, Blackwell, Oxford, 2-57.

¹¹ Bianchi M., 1998 (Ed.). *The active consumer : novelty and surprise in consumer choice*, Routledge.

¹² Cochoy F., 1999. De l'embaras du choix au conditionnement du marché. Vers une socio-économie de la décision, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. CVI, 145-173.

Pour notre part, il ne s'agit pas, comme le fait Franck Cochoy, d'analyser les modalités des choix des consommateurs mais **d'analyser et de comparer les dispositifs sociocognitifs mis en place dans le cadre de la politique de la qualité autour des 4 signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine**. Nous considérons ces signes comme des dispositifs sociocognitifs à part entière (qui pourront être complétés par d'autres dispositifs tels qu'une marque, des guides d'achat, etc.) et dont l'analyse de leur construction permettra une meilleure compréhension de ces signes sur le marché.

1.2 La certification : un outil pour différencier des produits normalisés

C'est pour se positionner sur le marché que la normalisation (encadré 1) s'est associée très rapidement à la certification afin de « signaler » aux clients, la conformité d'un produit, aux normes techniques (et ainsi de différencier les produits). Comme le rappelle Franck Cochoy¹³, si les premières mesures sont prises dans les années Quarante (création de la « marque nationale de conformité aux normes » par un décret-loi du 12 novembre 1938, confirmée dans le décret du 24 mai 1941), ce n'est que dans l'après-guerre, que la normalisation s'accompagne véritablement de la certification et l'utilise ainsi comme un « signal » sur le marché. « Avec la certification, la normalisation changeait de nature, elle devenait un moyen d'afficher certaines *qualités* » des produits et donc de se différencier par rapport à la concurrence. Avec le « NF », la norme fondait une marque, la marque de conformité aux normes, dont l'intérêt consistait à compléter la marque commerciale par l'apposition d'un certificat qui garantissait, par l'engagement d'une tierce partie, le respect de spécifications déterminées » (*ibid.*, p.364).

Cette marque de conformité aux normes sera le premier pilier pour l'information du consommateur. Cependant, progressivement, les représentants des consommateurs, de mieux en mieux informés car parties prenantes du système, s'aperçoivent que si elle apporte bien une information sur la qualité d'un produit, elle ne disait pas grand chose quant à la nature de la qualité. D'autre part, ils se demandèrent si les exigences inscrites dans les normes étaient suffisantes. Sont alors mis en place, les deux autres piliers « de la doctrine normative du client » : l'étiquetage informationnel (création en 1970 de l'Association française pour l'étiquetage d'information) et les essais comparatifs. Ainsi, comme le montre l'auteur, si les dispositifs consuméristes (étiquetage informationnel et essais comparatifs) et la normalisation étaient solidaires et complémentaires, ils étaient en même temps concurrents, car, implicitement, la conduite des premiers permettait l'examen critique de la seconde.

Ainsi, ce qui donnerait sens au Nf, la marque associée à la normalisation, pour le consommateur, est le dispositif sous-jacent, en particulier les tests et les contrôles¹⁴. Le Nf apporte la garantie que les produits ont répondu avec succès aux exigences des normes techniques qui fixent les règles de fabrication (contrôle) et d'évaluation (test) des produits.

Ainsi, pour Franck Cochoy, les tests et les contrôles « marquent » la différence qu'il y a entre certitude et incertitude sur la qualité des produits. Tests et contrôles reproduisent les gestes de perception ordinaire : tester des produits et contrôler leur conformité à des attentes préalables

¹³ Cochoy F., 2002. Une petite histoire du client, ou la progressive normalisation du marché et de l'organisation, *Sociologie du travail*, 44, 357-380.

¹⁴ Mallard A., 1996. Les instruments dans la coordination de l'action, *Pratique technique, métrologie, instrument scientifique*, Thèse pour le doctorat de socio-économie, CSI, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris.

sont les opérations de base de tout acte de consommation. **C'est la reproduction des gestes de la consommation courante qui fait toute l'efficacité de la procédure normative.**

Encadré 1. La normalisation

La norme est un document écrit accessible au public établissant une règle du jeu évolutive qui porte sur des spécifications techniques ou des lignes directrices et dont l'observation n'est pas obligatoire. Les normes constituent une référence technique portant sur les caractéristiques essentielles des produits ou de procédés (conception, sécurité, qualité...).

Les normes sont élaborées par les professions concernées : producteurs, distributeurs, consommateurs et administrations, sous l'égide de l'AFNOR (Association Française de Normalisation) au niveau français, le CEN (Comité Européen de Normalisation) au niveau communautaire et l'ISO (International Standardisation Organisation) au niveau international.

Dans le **domaine agro-alimentaire**, on reconnaît quatre types de normes :

- les normes de spécifications de produits qui définissent la composition d'un produit
- les normes d'environnement d'un produit qui définissent des éléments tels que des emballages, des techniques de stockage ou encore certains ingrédients
- les normes de lignes directrices qui énoncent des recommandations, par exemple en matière de bonnes pratiques de sécurité alimentaire
- les normes de méthodes d'analyse et d'échantillonnage.

La normalisation est à la base des deux démarches qualité couramment développées dans l'agro-alimentaire : la certification de produit (via la certification de conformité de produit) et la certification d'entreprise (ou de système d'assurance qualité) via le certificat ISO.

L'astuce de la normalisation consisterait donc à déléguer l'exercice ordinaire du jugement sur les biens et les services aux bons soins d'une instance appropriée, susceptible d'évaluer les produits comme le consommateur mais de façon plus systématique, plus fiable, plus rapide et surtout ex-ante. Cette procédure est donc susceptible d'équiper les choix des consommateurs « au préalable » avant même qu'ils ne rencontrent le produit.

Une fois le « sens » donné au Nf, encore faut-il que le consommateur lui fasse confiance. Ce qui peut le différencier d'une marque commerciale, par exemple, est **l'impartialité**, alors que la marque et juge et partie.

L'impartialité du système est établie par la multiplication des parties prenantes¹⁵ : experts en normalisation, mandataires des industriels, représentants de l'Etat et des consommateurs. En **mutualisant l'ensemble des intérêts en présence**, en rapportant la construction de la norme à l'établissement d'un accord général, la norme offre une garantie d'impartialité.

Nous transposons cette approche à l'analyse du sens que peut recouvrir la certification de conformité de produit sur le marché, par comparaison notamment avec celui des autres signes d'identification de la qualité et de l'origine. Cet objectif nous amène à d'une part étudier l'évolution des dispositifs proprement dits en fonction des objectifs qui leurs ont été assignés et d'autre part, à les comparer afin de voir comment ils se situent sur le marché.

¹⁵ Ewald F., 1996. Normes, pouvoir, démocratie, Séminaire du Centre de recherche en histoire des sciences et des techniques, Cité des sciences et de l'industrie, La Villette, Paris, 15 octobre.

2 Objectifs initiaux et ajustements successifs de la CCP

En France, c'est dans le domaine agro-alimentaire qu'a été construit le premier système de certification de produit par les labels en 1960. La loi du 11 janvier 1978 (dite loi Scrivener) définit ensuite une certification de qualification des produits industriels mais elle ne s'applique pas aux produits alimentaires. A la suite des recommandations de la commission de modernisation du droit de l'alimentation (Creysse, 1987), la loi du 30 décembre 1988 modifiant la loi de 1960, maintient les labels et introduit une « certification des denrées alimentaires et des produits agricoles non alimentaires et non transformés » (article 28.1.2).

Ce rapport (Creysse, 1987) propose en effet la mise en œuvre de « cahier des charges normalisés » afin de maintenir la spécificité des produits français. « Il est important, en complément du système des labels, de pouvoir certifier la conformité à ces normes puisque cette conformité ne sera plus impérative afin de faire connaître et de garantir la spécificité de nos produits notamment dans les échanges internationaux et auprès des consommateurs. A cette fin, il importe de faire bénéficier les produits alimentaires d'un système de certification des caractéristiques techniques proches de celui existant pour les produits industriels avec d'éventuelles adaptations » (*ibid.*, p. 13).

La certification de conformité est donc mise en place par la loi du 30 décembre 1988 (mise en application par le décret 90-859 du 25 septembre 1990) et elle « atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non-alimentaire et non-transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées portant, selon les cas, sur la fabrication, la transformation ou le conditionnement. La certification est délivrée par des organismes agréés et indépendants du producteur, du fabricant, du vendeur et de l'importateur. Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions dans lesquelles les organismes certificateurs sont agréés et selon lesquelles l'impartialité de ces organismes et l'efficacité de leur contrôle sont assurées. Il précise également la nature et le mode d'élaboration des documents de référence dont la certification atteste le respect»¹⁶.

Nous reprenons dans cette partie, les éléments de réflexion, notamment les rapports d'experts qui ont servi de base à la mise en place de la certification de conformité de produit tels que celui de Pierre Creysse (1987). Nous reprendrons ensuite les éléments de réflexion qui ont proposé certains ajustements tels que les rapports de Pierre Creysse (1991) et d'Alain Brune (1993), ajustements que l'on retrouve au niveau de la politique de la qualité (lois de 1994 et 1999) et au niveau des propositions faites par la structure même qui encadre la CCP, la Commission nationale des labels et des certifications.

2.1 Les « bases » de la CCP : la « modernisation du droit de l'alimentation » (rapport Creysse, 1987)

A partir de 1985 les autorités communautaires ont décidé de limiter le champ d'application de la législation européenne à la protection de la santé publique, aux besoins d'information et de protection des consommateurs, à la loyauté des transactions commerciales, à la protection de l'environnement et à la mise en œuvre des contrôles publics. Ainsi, la composition et la dénomination des produits ne sont plus définis à l'échelon communautaire.

C'est dans ce cadre que différentes commissions de réflexion sont menées, dont celle présidée par Pierre Creysse (conseiller d'Etat) sur la « modernisation du droit de l'alimentation » (1987) qui pose les premières bases pour la création d'un nouveau système de certification des produits alimentaires.

¹⁶ Article L115-23 du code de la consommation, juillet 1993.

Dans sa lettre de mission, le Ministre de l'agriculture donne les raisons suivantes pour la mise en place de ce groupe : « [le droit alimentaire] résulte d'un ensemble de textes dont la portée et l'inspiration sont très diverses. Il en **résulte une complexité et une rigidité peu compatibles avec les attentes nouvelles des consommateurs et avec les exigences d'une économie moderne.** [...] Ce droit ne peut répondre à la rapide modification des habitudes de consommation dans un contexte d'internationalisation croissante. [...] Une confusion est souvent établie entre la dénomination et la composition des produits mis en vente et la protection de la santé des consommateurs. [...] Il importe d'inscrire les préoccupations de la commission dans le contexte de l'achèvement du marché intérieur communautaire ». Au total, les propositions de la commission doivent porter sur trois grands thèmes :

- « la définition et la désignation des produits »
- « la sécurité des produits »
- « l'articulation des moyens scientifiques de contrôle de l'Etat, des professions et des entreprises ».

2.1.1 Objectifs des propositions de la commission

Les propositions de la commission sont resituées pour répondre aux objectifs suivants : tenir compte des échéances communautaires, informer efficacement les consommateurs, protéger la qualité et l'identité des produits français.

2.1.1.1 Tenir compte des échéances communautaires

Ce point rend nécessaire une « harmonisation » au niveau communautaire pour ce qui a trait à la dénomination et aux spécifications de produits ainsi la préservation de la compétitivité de l'industrie alimentaire française. Pour y répondre, la commission développe deux axes d'action :

- assouplir ou modifier certaines réglementations en vigueur afin de les ramener à l'essentiel
- compléter celles des règles obligatoires qui pourraient subsister par des règles du jeu de caractère non obligatoire, que celles-ci prennent la forme de « normes » au sens de l'AFNOR ou de pratiques professionnelles.

2.1.1.2 Informer les consommateurs

Le rapport relève la nécessité « d'assurer une protection suffisante et une information élargie du consommateur ». Il développe trois aspects :

- La publicité des aliments présentés comme favorables à la santé : il est proposé de recourir, dans le cas d'une publicité de nature à induire en erreur, à un contrôle de droit commun, *a posteriori* et non par un contrôle *a priori* en vigueur à ce moment.
- Une politique à l'égard de l'étiquetage nutritionnel. La commission en relève cependant la difficulté car « le public n'a pas, dans sa grande majorité, les connaissances, notamment en biologie, nécessaires à une interprétation correcte de données complexes sur les aliments. Un étiquetage de la valeur nutritionnelle doit donc être conçu de telle sorte qu'il soit aussi bien compris que possible par les consommateurs ».

- « L'information ou l'éducation du public » ; la commission propose la création d'un observatoire de la consommation et de la sécurité alimentaire afin de contribuer à fournir une source d'informations pour la presse par exemple.

La nécessité de « distinguer plus nettement les réglementations visant à garantir la sécurité des consommateurs de celles qui concernent la dénomination, la spécification et la qualité des aliments » est mise en avant.

2.1.1.3 Protéger la qualité et l'identité des produits français

La « protection de la qualité et de l'identité des produits français ». Cet objectif est annoncé comme un « objectif majeur » de la commission. Elle définit la qualité et l'identité d'un produit en ces termes :

- « la qualité d'un produit alimentaire revêt quatre aspects essentiels : sanitaire, nutritionnel, organoleptique, de service (emballage par exemple)
- l'identité d'un produit traduit certaines caractéristiques techniques, par exemple, l'observation de certaines normes ou bonnes pratiques... ».

2.1.2 Analyse du positionnement des labels agricoles et des appellations d'origine

La commission tire un bilan du positionnement et du rôle des labels agricoles et des appellations d'origine dans ce nouveau contexte communautaire.

Concernant les **labels agricoles**, la commission conclut qu'il n'est « pas souhaitable que les pouvoirs publics recherchent la création d'un label européen » ; le risque élevé que cela aboutisse à un système différent qui en perturberait l'équilibre est avancé. Le rapport précise que « les labels agricoles ont montré leur efficacité dans des secteurs dont la production est parcellisée. Ils n'ont pas vocation à s'étendre à tous les produits alimentaires ».

Concernant les **appellations d'origine**, le rapport rappelle qu'elle constituent « notamment dans le domaine des vins, des alcools et des fromages une richesse considérable pour la France et son agriculture ». La commission conclut qu'il est possible et nécessaire d'œuvrer pour aboutir à une protection des appellations des pays de la communauté européenne au sein des institutions.

Afin d'éviter une source de confusion pour les consommateurs entre les **labels régionaux** et les appellations d'origine, la commission propose de limiter les attributions des labels régionaux en « réorientant vers le label national les dossiers des produits qui ne possèdent pas de spécificité locale ».

2.1.3 Créer un système complémentaire au label : la certification de conformité

Pour répondre aux objectifs fixés, notamment de maintenir la reconnaissance de la spécificité des produits français dans les échanges internationaux et compte tenu des signes de qualité existants, la commission conclut qu'il « est important, en complément du système des labels, de pouvoir certifier la conformité à des normes ». Elle propose de s'inspirer, sous réserve d'adaptation, au **certificat de qualification** des produits industriels mis en place par la loi Scrivener (1978) (cf. encadré 2). Le rapport rappelle qu'il « est indispensable que la

certification, qu'elle soit opérée ou non par un organisme agréé ou homologué par l'Etat, soit assurée dans des conditions clairement définies assurant son impartialité et son efficacité ».

Encadre 2. La loi Scrivener (1978)

La loi sur la protection et l'information des consommateurs de produits et de services, dite loi Scrivener de 1978 (10 janvier 1978) a mis en place des « certificats de qualification » pour les produits industriels. Les certifications doivent être autorisées par l'Etat sur avis du Comité Consultatif des Certificats de Qualification (CCCQ). L'Etat doit agréer les organismes certificateurs mais aussi chaque règlement technique de certification. Cette loi, originale en Europe, a contribué à réduire le nombre de certificats de qualification existants et de les regrouper notamment autour de la marque NF. Ce certificat de qualification correspond à une marque collective attestant qu'un produit **répond à certaines caractéristiques sans connotation d'un niveau de qualité.**

Cette loi sera modifiée par la suite par la loi de 1983 et de 1993 (afin de tenir compte de l'évolution de la réglementation communautaire).

2.1.4 Les contrôles : contrôle public et autocontrôle

« La conformité des produits alimentaires aux lois et règlements relève de la responsabilité des acteurs de la chaîne alimentaire » selon deux axes : les contrôles publics et l'autocontrôle.

Le contrôle public se focalise sur la qualité hygiénique des aliments et la prévention des risques pour la santé et les spécifications qualitatives. Les contrôles de ce dernier point doivent être particulièrement « stricts et efficaces pour tout ce qui a trait à la loyauté des transactions et en général, à l'information des consommateurs ». « Cela constitue le corollaire de la plus grande liberté accordée aux différents intervenants de la chaîne agro-alimentaire et de la prise de responsabilité qu'elle implique ».

L'autocontrôle est assuré par l'entreprise, qu'elle fasse ou non appel pour l'organiser, l'effectuer ou le valider à des prestataires de service. Dans le cas où l'entreprise s'assure que « ses produits sont sains, raisonnablement sûrs et loyaux conformément à la réglementation en vigueur », la commission propose que l'autocontrôle fasse l'objet « d'une reconnaissance par les pouvoirs publics ».

➤ *Pour les auteurs du rapport, la mise en place de ce nouveau système de certification pour les produits alimentaires doit s'accompagner d'un assouplissement de la base juridique du système des labels agricoles et de l'affirmation de la place des appellations d'origine.*

2.2 Le couple « normalisation/certification » au cœur des réflexions

Le rapport de Pierre Creyssel (1991) sur la « normalisation dans l'agro-alimentaire » ainsi que celui d'Alain Brune (1993) sur « la certification, clé d'un nouvel essor économique » apportent une réflexion sur le couple « normalisation/certification » qui est à la base des mesures d'ajustements de la CCP qui suivront. Entre-temps, Pierre Creyssel a été l'auteur d'un rapport en 1989, sur « l'assurance-qualité » dont nous ne reprenons pas les éléments ici, car il concerne spécifiquement la certification d'entreprise et non la certification de produit

mais qui est dans une même démarche. Car pour l'auteur, la démarche n'a de sens que si la certification de produit et l'assurance qualité sont associées.

2.2.1 « La normalisation dans l'agro-alimentaire » (rapport Creyssel, 1991)

La commission de modernisation du droit alimentaire (1987) présidée par P. Creyssel, mais aussi M. Mainguy dans son rapport de mission sur « la qualité dans le domaine agro-alimentaire » (1989) avaient recommandé la mise en oeuvre de règles du jeu volontaires, complémentaires des règles à caractère obligatoire telles que des spécifications techniques dont l'observation pourrait être attestée par un organisme tiers indépendant. Dans ce cadre, la faisabilité d'une politique de normalisation dans le domaine agro-alimentaire nécessitait d'être examinée. Un groupe de réflexion stratégique est constitué par les ministères de l'agriculture et de la consommation, les organisations interprofessionnelles (ANIA, CFCA) et l'AFNOR, présidé par Pierre Creyssel, dont nous reprenons ici certains des éléments du rapport.

2.2.1.1 Les objectifs de la normalisation dans l'agro-alimentaire

La commission cherche les solutions à mettre en oeuvre pour transposer certains des éléments de la certification industrielle au secteur agro-alimentaire : « dans la plupart des secteurs industriels, les normes sont considérées comme un élément essentiel de rationalisation économique. [...] Un tel raisonnement vaut-il pour le secteur agro-alimentaire ? Sans aucun doute, même s'il faut bien sûr éviter que les bienfaits de la rationalisation économique ne conduisent à une uniformisation que beaucoup redoutent à juste titre » (1991, p. 55) .

La commission a classé en quatre catégories les objectifs majeurs de la normalisation dans le secteur agro-alimentaire.

Harmonisation européenne

L'objectif d'harmonisation européenne découle des orientations européennes en matière d'harmonisation juridique mais aussi du développement de la certification.

Organisation : optimisation des coûts

Si les normes sont considérées comme un élément essentiel de rationalisation économique, la commission précise que dans le secteur agro-alimentaire, elle ne doit pas entraîner d'uniformisation. Les normes contribuent cependant à l'optimisation des coûts, notamment par la simplification des cahiers des charges .

Différenciation : le rôle de la certification

« Les signes de qualité doivent aider le consommateur à différencier les produits, c'est-à-dire, les identifier et évaluer le niveau de qualité. Aussi la certification apporte au consommateur un outil de différenciation complémentaire de ceux utilisés jusqu'à maintenant ».

Maintien et développement de la qualité

Parce qu'elles fixent des seuils minima de qualité, les normes sont un élément de maîtrise et de développement de la qualité.

➤ Au total, le groupe de réflexion préconise un développement important de la normalisation dans le secteur agro-alimentaire et propose d'exploiter « la synergie avec la certification de conformité ».

2.2.1.2 La spécificité de la certification de conformité des produits alimentaires

Le rapport analyse les différentes certifications notamment des produits industriels, nous ne retiendrons ici que les éléments concernant la certification de conformité de produits alimentaires, sachant que le président de la commission, Pierre Creyssel, est à l'origine de ce signe.

Il positionne d'emblée la certification de conformité de produit comme le moyen « **d'ouvrir le champ de la certification des denrées alimentaires** en créant, à côté du label agricole qui ne vise que des produits de qualité supérieure, une possibilité nouvelle de certification pour des produits conformes à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées » (p.34).

Il relève quelques éléments spécifiques de la CCP par rapport aux autres certifications.

L'agrément des organismes certificateurs et non des référentiels

L'agrément des autorités de tutelle (ministère de l'agriculture et ministère de la consommation) porte sur les organismes certificateurs et non sur les règlements techniques, c'est-à-dire, les référentiels servant de base à la certification.

Les conditions permettant d'apprécier l'aptitude de l'organisme certificateur sont celles définies par la norme européenne EN45011. Le référentiel technique (une norme ou une spécification de type normatif) n'est pas soumis à l'homologation et peut relever d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprise, d'un organisme ou d'un établissement professionnel ou encore d'un organisme certificateur agréé¹⁷.

Des restrictions relatives au contenu du référentiel

L'élaboration du référentiel est soumis à des restrictions relatives au contenu du référentiel afin d'éviter toute confusion avec les labels et la certification d'assurance qualité mais aussi afin d'empêcher que la certification de conformité **ne repose exclusivement sur le respect des bonnes pratiques** de fabrication permettant seulement de satisfaire des exigences sanitaires.

Utilisation facultative d'un logo et étiquetage des caractéristiques certifiées

A la différence des labels et de la certification de qualification industrielle, l'entreprise a la possibilité – et non l'obligation – d'utiliser une marque collective traduite par un logo attestant la certification.

Elle doit, par contre, préciser sur l'étiquetage du produit la nature des caractéristiques certifiées, « ramenée à l'essentiel pour que le consommateur puisse aisément les comprendre et les évaluer ».

¹⁷ Cette dernière possibilité sera par la suite supprimée.

➤ *Le rapport conclut que le système mis en place pour la certification de conformité de produit est « plus souple » que celui mis en place pour les labels ou la certification de qualification industrielle. Les raisons mises en avant sont : i) pas d'homologation obligatoire des référentiels, ii) pas d'obligation de recours aux normes et possibilité d'utiliser des spécifications de type normatif, iii) recours facultatif à un logo de marque collective.*

2.2.1.3 La marque NF : une solution à une meilleure lisibilité pour les consommateurs

Le rapport Creyssel note que « la marque collective, propriété de l'organisme certificateur, est le signe accompagnant et matérialisant le certificat de qualification aux yeux des consommateurs ». Il s'appuie sur l'exemple de la marque NF, propriété de l'AFNOR qui « est la marque de conformité aux normes françaises ».

Pour résoudre la nécessité de clarifier le système de certification vis-à-vis des consommateurs, Pierre Creyssel (*ibid.*, p. 58) évoque un rapprochement avec la marque NF. « Il sera vraisemblablement nécessaire d'envisager dans quelles conditions il sera possible de bénéficier du capital de confiance de la marque NF qui est reconnue spontanément par plus de 40 % des consommateurs en évitant d'une part, certaines connotations trop « industrielles » qui sont associées à cette marque NF et, d'autre part, en tenant compte avec soin des contraintes juridiques relatives au droit des marques ».

2.2.1.4 Le couple normalisation/certification : outil de différenciation

Le rapport note que le couple normalisation/certification peut être un outil efficace de différenciation des produits mais qu'il ne peut être efficace qu'accompagné d'une politique de communication adéquate.

Ainsi, certaines questions sont relevées notamment celles issues des conclusions de l'étude réalisée par le cabinet Insight (p.58) :

- Comment rendre « **clairement accessibles** » et compréhensibles pour les consommateurs les signes de qualité, ce qui, d'après l'auteur, n'est pas facilement réalisable puisque, dans le système de certification de conformité mis en place, chaque organisme certificateur, peut, en principe, déposer son propre logo ?
- Comment assurer le minimum de **cohérence et de signification de l'image** que l'on cherche à faire valoir tout en tenant compte de la mise en valeur nécessaire des particularités de chaque secteur ?
- Comment **rassurer le consommateur** par un rappel précis de l'organisme certificateur et de la garantie qu'il apporte ?
- Comment **accompagner le logo** d'une description suffisamment brève évocatrice de ces caractéristiques pour qu'elle ne se confonde pas avec un étiquetage et pour qu'elle n'apparaisse pas comme une simple allégation ?
- Comment assurer aux yeux des consommateurs, **une distinction claire et évidente** entre les labels qui visent à définir une qualité supérieure et les certifications de conformité ?

2.2.2 « La certification clé d'un nouvel essor économique » (rapport Brune, 1993)

Les ministères de l'industrie, de l'agriculture et de la consommation ont confié en 1992 à monsieur Alain Brune, député du Jura, une évaluation de la compatibilité de la législation et

des pratiques françaises relatives à la certification avec les orientations communautaires. Sa lettre de mission rappelle « la certification est devenue un enjeu stratégique majeur pour les entreprises confrontées à une concurrence de plus en plus vive. Le gouvernement a souhaité lui donner une impulsion nouvelle à la veille de l'ouverture du marché européen ».

Le rapport s'intéresse à l'ensemble du système de certification, nous ferons ici ressortir tout particulièrement l'analyse et les propositions qui sont faites pour le secteur agroalimentaire (encadré 3).

Encadré 3. La certification de produit

On distingue généralement deux types de certification : la certification d'entreprise (certification ISO 9000) et la certification de produit. C'est sur ce dernier type que nous nous arrêtons.

La certification est l'attestation de conformité à un référentiel donné (cahier des charges, norme, spécification technique, etc.) délivré par un organisme tiers indépendant. La certification (de produit ou d'entreprise) atteste l'observation volontaire de règles du jeu **non obligatoires**. C'est une démarche d'identification et de distinction des produits, directement accessible par le consommateur.

Les **certifications de produits agricoles et alimentaires** existent au travers des 4 signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.

Les référentiels sont soit une norme, soit un cahier des charges. La tierce partie est un organisme certificateur agréé ou l'INAO dans le cas des AOC.

2.2.2.1 Objectif de la certification : l'eurocompatibilité

Il s'agit à la fois de s'inspirer des systèmes mis en place dans les autres pays européens tout en préservant certaines spécificités nationales, en particulier l'idée de la « qualité supérieure ». « Le risque s'accroît de voir arriver sur le marché européen des produits peu fiables, du fait de l'ouverture de nos frontières depuis le 1^{er} janvier 1993 » (Brune, 1993, p. 3). En outre, « le contexte européen se caractérise aussi par l'apparition de notions nouvelles susceptibles de « concurrencer » à terme les certificats nationaux : i) le marquage CE, qui atteste des directives communautaires et leur permet de circuler librement en Europe ; ii) l'agriculture biologique ou l'écolabel européen, qui sont de rares exemples de certification de produit gérés directement au niveau communautaire » (*ibid*).

L'objectif est de trouver un cadre commun sur les référentiels et favoriser la reconnaissance des organismes certificateurs au plan international. En effet, le rapport Brune (1993) note certaines des faiblesses du système de certification au sein du contexte européen et en particulier son caractère essentiellement national. Celles-ci seraient susceptibles de constituer des « handicaps pour nos entreprises et organismes certificateurs, soumis à la concurrence du marché unique » (*ibid*., p.4).

Comme premier pas dans cette direction, les organismes certificateurs doivent être reconnus conformes aux référentiels européens grâce aux normes de la série EN 45000. Ces dernières régissent le fonctionnement des organismes certificateurs sur la base notamment de leur compétence, de leur impartialité et de leur indépendance. L'European Accreditation of Certification est créée en 1991 (mémorandum signé à Utrecht, le 22 mai 1991) entre plusieurs organismes nationaux d'accréditation et d'évaluation d'organismes certificateurs. Elle a pour rôle d'harmoniser les pratiques des organismes signataires et renforcer la confiance du

marché. Le système français d'accréditation n'étant pas encore organisé, c'est l'AFAQ qui est alors chargée de représenter les intérêts français à l'EAC.

2.2.2.2 La nécessaire réforme du système français d'identification et de certification de la qualité des produits agroalimentaires

Le rapport note la nécessité de réformer le système français d'identification et de certification de la qualité des produits agroalimentaires principalement pour intégrer la réglementation communautaire du 14 juillet 1992 relatifs à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques et aux attestations de spécificité.

Le rapport relève plusieurs points à mettre en œuvre :

Des signes de qualité identifiables dans un système cohérent

Le rapport propose de limiter le nombre de signes de qualité à quatre : l'AOC, le label rouge, la certification de conformité et l'agriculture biologique.. De plus, « le contenu et le message liés à chaque signe doivent être simplifiés et rendus lisibles pour le consommateur et répondre à ses attentes » (*ibid.*, p.50).

En outre, la recherche d'une meilleure cohérence entre les différents signes est relevée d'autant que le système français est relativement unique en Europe.

Il propose que les règlements relatifs aux IGP et aux attestations de spécificité définissent des outils juridiques de protection de dénomination qui doivent être examinés dans le cadre de procédures label et certification de conformité.

Un système rigoureux

La crédibilité du système est mise en avant dans le rapport. « Le système ne doit souffrir d'aucune critique pour donner confiance aux consommateurs et être crédible au plan européen » (*ibid.*, p.50).

Cette rigueur doit s'appliquer à toutes les étapes : élaboration du référentiel, contrôle du cahier des charges, fonctionnement des instances chargées de l'examen des référentiels et du fonctionnement des organismes certificateurs. En matière de certification, la rigueur repose sur l'utilisation de la norme EN 45011 qui fixe les critères que les organismes certificateurs doivent respecter en terme d'indépendance, d'impartialité, de compétence et d'efficacité.

Une organisation de la commission nationale des labels et de la certification de conformité plus fonctionnelle (CNLCC)

La mise en conformité des organismes certificateurs labels à la norme EN45011, l'attribution des IGP et des attestations de spécificité à travers les procédures labels et certification de conformité de produit conduit à une organisation de la CNLCC non plus basée sur des signes de la qualité mais sur des fonctions :

- examen des référentiels
- examen de l'organisation des organismes certificateurs.

Un allègement du rôle de l'administration pour rendre le système plus souple et plus rapide

Le rapport souligne la « lourdeur administrative du système en particulier dans le cadre des procédures labels ». Il relève que l'homologation des labels se traduit par 150 à 200 arrêtés par an par les ministères chargés de l'agriculture et de la consommation.

La France a une position particulière, puisqu'elle « est le seul pays européen à imposer un agrément par les pouvoirs publics des organismes certificateurs et une approbation des référentiels techniques sur la base desquels ils délivrent leurs certificats» (*ibid.*, p.4). Cette démarche administrative est analysée dans le rapport comme une réelle difficulté pour les PME. L'auteur propose de « simplifier les procédures en substituant au régime d'agrément actuel un simple régime déclaratif s'appuyant sur un système national d'accréditation » (*ibid.*, p.5). L'organisme certificateur ayant alors à apporter la preuve de sa conformité avec les « exigences essentielles » définies comme la « compétence, l'indépendance et l'impartialité ».

Le rapport note que l'État reste garant du système d'identification et de certification des produits agroalimentaires mais son intervention doit être allégée. Il propose, par exemple, que les référentiels labels ne soient plus homologués par arrêté mais aient l'obligation de se conformer à des notices techniques qui fixeraient l'ensemble des critères minimaux à respecter par type de produit. Ces notices techniques seraient homologuées par arrêtés interministériels.

Le rattachement du système de certification des produits agro-alimentaires à un système général

Le rapport Brune propose que le système de certification des produits agro-alimentaires soit rattaché à un système d'accréditation couvrant l'ensemble de l'économie nationale afin de s'assurer une meilleure reconnaissance au niveau international. Ce rattachement pourrait être réalisé une fois la CNLCC réorganisée et concernerait uniquement la section chargée de l'accréditation des organismes certificateurs ; la section chargée de l'examen des référentiel devant rester sous tutelle de l'Etat. Cela supposerait de créer au sein de l'organisme d'accréditation, un comité technique « 45011 agroalimentaire ».

La création d'une structure chargée de la protection, du développement et de la promotion des signes de la qualité

Le rapport note qu'il n'est pas du rôle de l'État d'assurer la protection et la promotion des outils de la qualité. Il serait donc opportun de créer une structure susceptible d'assurer ces missions de protection, de développement et de promotion et dont le fonctionnement devrait être co-financé par les professionnels et les pouvoirs publics.

2.2.2.3 Les « atouts et handicaps » des signes de qualité

Le rapport recense pour les quatre signes de qualité les atouts et handicaps, nous reprenons ici.

Le label : « un signe à forte notoriété mais un développement trop limité au secteur de la volaille »

Le rapport note le faible développement du label dans les secteurs tels que la viande bovine ou les fruits et légumes qui s'expliquerait par une trop faible valorisation auprès des consommateurs au regard des exigences imposées. En outre, est noté que, si le label est connu, pour autant les études auprès des consommateurs montrent que le label « bien qu'il soit garanti par un tiers, pâtit d'un contenu peu clair et d'un mode de preuve mal connu, voire contesté qui n'inspire pas confiance ».

La certification de conformité de produit : « un outil insuffisamment connu du grand public et qui peut être parfois coûteux »

Le rapport rappelle que la création relativement récente de la certification de conformité de produit ne lui a pas encore permis de bénéficier d'une communication auprès du grand public. Son image de rigueur, en raison notamment de l'agrément des organismes certificateurs, est relevée mais des critiques sont évoquées quant aux référentiels certifiés. Ceux-ci pourraient faire l'objet de discussion, en particulier, sur la pertinence des critères certifiés et au niveau de qualité garanti : seules les administrations notifient leur remarques concernant les référentiels.

Le rapport évalue la certification de conformité de produit comme un outil pour « segmenter le marché et donner confiance aux consommateurs ».

Le mode de production biologique : « des procédures harmonisées au niveau européen »

La législation communautaire concernant le mode de production biologique des produits végétaux a permis d'établir des règles de concurrence loyale. L'harmonisation reste encore à faire pour ce qui est des produits animaux et d'origine animale.

L'appellation d'origine contrôlée : « une démarche reconnue et à forte notoriété »

Le règlement communautaire retient une définition très proche et une protection des appellations d'origine très proches de celles fixées par la loi du 6 mai 1919. Il ne remet donc pas en cause la gestion des appellations d'origine françaises par l'INAO. Cependant le rapport relève les questions soulevées lors des auditions quant à son indépendance et au respect de la norme EN 45011. « Le personnel de l'INAO peut-il à la fois faire du conseil et du contrôle ? ».

2.2.2.4 Les outils concurrents de la certification de produit

Le rapport Brune note les outils de « concurrence de la certification de produit » à la disposition des industriels « pour promouvoir leurs produits ou améliorer leur qualité » (p.19).

Les marques commerciales : « l'outil des grandes et moyennes entreprises »

Les industriels qui ont une politique de marque propre ont peu tendance à utiliser des certificats de qualification, note le rapport, si ce n'est pour éviter des contrôles, dans les cas où il existe une réglementation.

Les essais comparatifs : « l'outil des consommateurs »

Le rapport rapproche le positionnement de la certification de produit et des essais comparatifs : « tous deux étudient les caractéristiques du produit, les tests sont réalisés par un laboratoire indépendant du fabricant, les résultats peuvent être utilisés comme moyen de promotion du produit sélectionné ».

Cependant, d'après la commission, la reprise des essais comparatifs intéresseraient surtout les industriels qui ont une politique de marque, car elle peut contribuer à améliorer leur image de qualité, alors que la certification de produit s'adresse essentiellement aux industriels sans marque propre.

Les marques collectives professionnelles : « l'outil des professions »

Le rapport fait remarquer que certaines professions « à des fins d'épuration du marché et de promotion de la qualité, préfèrent créer un label professionnel plutôt que de mettre en place une certification de produit, pour des raisons de coût, de variété des produits fabriqués, ou encore parce qu'elles jugent le niveau de certificat trop élevé ». La limite est que ces labels n'apportent pas la garantie de l'intervention d'un organisme tiers.

2.2.3 Au total : le triptyque normation/certification/communication comme base de la CCP

Dans un entretien qu'il donne à RIA (Revue de l'Industrie Agro-Alimentaire) en 1990, Pierre Creyssel résume bien la philosophie de la CCP. « La normalisation est un moyen de rationaliser le monde économique et j'ajoute que dans l'agro-alimentaire c'est aussi une excellente façon de différencier et d'identifier les produits et leurs qualités. La normalisation associée à la certification (contrôle par un organisme tiers indépendant que la règle du jeu est suivie) est enfin un élément indispensable d'une politique de promotion et de communication efficace. Une certification de conformité sans normalisation serait incomplète et subjective ; une normalisation (ou une ébauche de normalisation telle qu'un cahier des charges normatif) serait également incomplète. [...] Le triptyque normalisation-certification-communication est, je crois, le moyen le plus efficace pour bien marquer notre originalité et notre pool de qualité » (p.18-19).

Pierre Creyssel développe en outre dans cet entretien à RIA le rôle que pourra jouer le secteur de **la distribution** dans la valorisation de la CCP. « Il est clair que dans la politique de communication qui sera à mettre en place pour accompagner la normalisation et la certification dans les industries agro-alimentaires, les distributeurs seront et devront être partie prenante » (p.19). Il met en avant deux atouts de la CCP pour la distribution :

- les distributeurs pourront préférer des produits certifiés à des « produits tout-venant »
- ils auront intérêt à participer à l'effort de valorisation de la qualité des produits généré par la certification (notamment le logo) pour « faire savoir à leur clients qu'ils vendent des produits de qualité.

➤ *L'ensemble des réflexions ponctuées par ces différents rapports converge vers la nécessité de mettre en place, par le biais notamment de la certification de conformité de produit :*

- *un système de garantie eurocompatible*
- *un assouplissement du système de certification*

- une meilleure différenciation des produits alimentaires sur le marché
- des signes de qualité lisibles et identifiables, qui donnent confiance aux consommateurs.

Les ajustements qui suivront seront faits dans l'optique de répondre à ces objectifs. Certaines mesures remplissent ce rôle, d'autres sont encore à mettre en œuvre.

2.3 Ajustements de la CCP (1994) : insertion dans une politique de la qualité

La Certification de conformité de produit est modifiée par la loi de 1994 (article L115-23 du code de la consommation) dont le décret d'application est publié en 1996.

Elle s'intègre alors à la construction d'une politique de la qualité qui débute véritablement par la loi du 3 janvier 1994 sur la reconnaissance de la qualité des produits agricoles et agro-alimentaires, dite « *loi qualité* ». Jusqu'alors, il s'agissait plutôt de mesures dispersées qui avaient données lieu à la mise en place d'un arsenal juridique (création de l'Appellation d'Origine Contrôlée en 1919, de l'INAO¹⁸ en 1935, de l'AFAQ¹⁹ en 1955, du label agricole en 1960, de la CCP en 1988, du règlement communautaire sur le mode de production biologique en 1991, règlement communautaire du 14 juillet 1992, relatif aux AOP, IGP, et AS²⁰, etc.).

Cette loi a pour objectif principal d'aligner les dispositifs institutionnels français et européens. Pour répondre à cet enjeu, deux modifications essentielles concernant la certification de conformité de produit sont apportées : i) le couplage avec l'Indication Géographique Protégée ; ii) l'organisation de la Commission Nationale des Labels et de la Certification en deux sections « fonctionnelles ».

2.3.1 Couplage entre la Certification de conformité de produit et l'Indication Géographique Protégée

La communauté européenne a instauré un régime juridique de protection de dénominations et de mentions valorisantes : les Appellations d'Origine Protégée (AOP), Indication Géographique Protégée (IGP)²¹ et l'Attestation de Spécificité (AS)²² qui entraîne l'adaptation des droits nationaux. La France décide alors de lier l'AOP à l'AOC. Quant à l'IGP et l'Attestation de Spécificité, la France décide de les relier à des signes déjà existants, le Label et la CCP.

Pour ce faire, en 1994, la définition de la certifications de conformité évolue par rapport à la définition de 1988 sous la forme d'un ajout relatif à l'origine : « la certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non-alimentaire et non-transformé est conforme des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées portant, selon les cas, sur la production, le conditionnement *et le cas échéant, l'origine géographique*

¹⁸ Institut national des appellations d'origine

¹⁹ Association française pour l'expansion des produits agricoles de qualité garantie

²⁰ Appellation d'origine protégée, Indication géographique protégée, Attestation de spécificité

²¹ L'appellation d'origine protégée et l'indication géographique protégée ne concernent ni les produits du secteur viti-vinicole, ni les boissons spiritueuses.

²² Nous les décrirons plus précisément dans la partie suivante de ce rapport.

de la denrée du produit lorsque cette origine est enregistrée comme indication géographique protégée » (article L.115-23 du code de la consommation²³).

➤ *C'est une réorientation par rapport aux objectifs initiaux qui n'avaient pas envisagé de relier la garantie apportée par la CCP à la spécificité d'un produit au regard d'un territoire.*

2.3.2 Organisation de la CNLC en deux sections « fonctionnelles »

Lors de l'initiation des Certification de conformité de produit, mais aussi des labels, seuls étaient réalisés l'évaluation du plan de contrôle des organismes certificateurs et l'agrément des organismes certificateurs. Les cahiers des charges de la Certification n'étaient pas examinés ; et il n'y avait donc aucun moyen juridique pour les faire modifier.

La Commission Nationale des Labels et des Certifications était composée par 3 sections correspondant aux signes de qualité :

- une section « Labels rouges » : elle s'occupait à la fois des cahiers des charges labels rouges et des organismes certificateurs
- une section « Certification de Conformité de Produit » : elle ne s'occupait que des organismes certificateurs dont elle évaluait le plan de contrôle interne et le plan de contrôle externe. Elle n'avait donc pas le pouvoir de faire modifier un dossier, même si visiblement la différence entre le produits demandant la certification et le produit courant était jugée insuffisante.
- une section « Agriculture Biologique » : elle avait en charge l'établissement des règles à appliquer pour la certification et le suivi des organismes certificateurs.

La mise en conformité des organismes certificateurs à la norme EN45011 ainsi que l'attribution des IGP et des attestations de spécificité à travers les labels et les Certifications de conformité de produit conduit à une organisation de la Commission Nationale des Labels et de la Certification en deux sections non plus basées sur des signes de qualité mais sur des fonctions. Deux sections sont créées :

- la section « examen des référentiels » qui évalue les règlements techniques des labels et les cahiers des charges des certifications ;
- la section « agrément des organismes certificateurs » qui évalue l'organisation et le fonctionnement des organismes certificateurs.

La section « Agriculture biologique » est maintenue comme une troisième section.

Nous verrons plus en détail dans la partie suivante l'organisation et le rôle de ces sections.

➤ *La réorganisation de la CNLC en sections fonctionnelles remplit assurément les rôles d'eurocompatibilité et d'assouplissement recherchés pour l'ensemble du système des certifications.*

²³ Les articles relatifs aux signes de qualité n'apparaissent dans le code rural qu'en 1998, dans le Livre 6.

2.4 Renforcement du dispositif des signes d'identification de la qualité et de l'origine (1999)

La loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999 conforte le dispositif mis en place par la loi de 1994.

La Loi d'Orientation Agricole de 1999 vise notamment à maintenir l'activité économique en zones rurales par une « valorisation des savoir-faire et des bassins de production ». Elle confirme pour cela le rôle des instruments spécifiques tels que les signes officiels de qualité. Les systèmes de traçabilité et de certification sur lesquels reposent ces signes sont devenus de véritables références pour l'organisation des filières agroalimentaires du fait notamment d'un contexte d'incertitude sur la sécurité sanitaire et de crise de confiance alimentaire. Dans ce cadre, la spécificité française en matière d'appellation d'origine (AOC) reprise à l'échelle européenne dans l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) a montré l'efficacité d'une construction d'un lien entre le territoire et les traditions et savoir-faire locaux²⁴. Plus récemment l'utilisation en Europe de l'Indication Géographique Protégée (IGP) montre que la construction d'un lien entre un territoire et des savoir-faire pour différencier un produit alimentaire se poursuit (exemple, l'IGP foie gras du Sud Ouest). Cette spécificité française de la conception de « l'origine » d'un produit²⁵, devient une problématique européenne et internationale dans le contexte actuel d'une volonté politique du développement durable²⁶. On observe, en particulier, par l'utilisation de certaines IGP (par exemple, l'IGP riz de Camargue) mais aussi des Eco-labels, une valorisation de la spécificité d'un produits basée sur sa contribution à la préservation des équilibres environnementaux, des ressources naturelles, des paysages et des savoir-faire traditionnels²⁷.

2.4.1 Les objectifs de la loi d'orientation agricole de 1999

Quatre objectifs sont affirmés dans la loi d'orientation agricole de 1999 :

- **promouvoir la diversité des produits** et l'identification de leurs caractéristiques, ainsi que leur mode de production ou leur origine, pour **renforcer l'information du consommateur** et satisfaire ses attentes ;
- renforcer le développement des secteurs agricoles et alimentaires **et accroître la qualité des produits par une segmentation claire du marché** ;
- **fixer sur le territoire la production agricole et alimentaire** et assurer le maintien de l'activité économique notamment en zones rurales défavorisées par une valorisation des savoir-faire et des bassins de production ;
- **répartir de façon équitable la valorisation des produits agricoles**, de la mer ou alimentaires entre les agriculteurs et les pêcheurs, les transformateurs et les entreprises de commercialisation.

²⁴ Peri C., Gaeta D., 1999. Designations of origin and industry certifications as means of valorising agricultural products, In : The European agro-food system and the challenge of global competition, ISMEA, Roma, 59-68.

²⁵ Valceschini E., Mazé A., 2000. La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international, Economie rurale, 258, 30-41.

²⁶ Godard O., Hubert B., Le développement durable et la recherche scientifique à l'INRA, Rapport intermédiaire de mission, Collection Bilan et Perspectives, Inra, Décembre 2002.

²⁷ Pecqueur B., 2001. Qualité des biens et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés, Economie rurale, 261, 37-49.

Par rapport aux signes de qualité, cette loi se donne pour ambition d'éclaircir le dispositif afin de le rendre plus lisible mais ne reflète pas de réflexion de fond quant à la certification de conformité de produit.

Elle énumère la liste des quatre signes d'identification de la qualité et de l'origine :

- l'Appellation d'origine contrôlée
- le label qui perd son qualificatif « agricole »
- la certification de conformité de produit
- la certification du mode de production biologique (le terme « agriculture biologique » n'est plus employé dans cet article et remplacé par le vocabulaire européen en vigueur).

Elle ajoute aussi la dénomination « montagne » et pose le principe de l'utilisation du terme « fermier » et « produits pays » (pour les départements d'Outre-mer). Ces démarches n'entrent cependant pas parmi les signes d'identification de la qualité et de l'origine ; il s'agit d'une protection de vocabulaire.

2.4.2 Une nouveauté de dénomination : des signes « d'identification » de la qualité et de l'origine

La loi d'orientation agricole du 9 juillet de 1999 instaure un nouveau concept, celui de « signes **d'identification** de la qualité et de l'origine » qui se substitue au vocable « signe de qualité et d'origine ».

Comme le note le rapport du Conseil Économique et Social (Louis, 2000), ce vocabulaire a un double avantage :

- il signifie que l'État se dote de moyens – délivrance par l'autorité administrative – permettant d'identifier un produit de qualité et d'origine
- il permet d'éviter le débat sur le concept de qualité, car si l'État se donne la possibilité de signaler aux consommateurs de tels produits, il ne prive pas les producteurs et les entreprises de faire de même, sous leur seule responsabilité, au travers des politiques de marques.

La loi 1999 réaffirme le principe de liaison avec les protections communautaires tout en instaurant de nouvelles modalités d'instruction des dossiers d'indication géographique protégée : « seuls les produits ayant obtenu un label ou une certification de conformité de produit peuvent bénéficier d'une IGP ».

Désormais :

- seules les appellations d'origine contrôlées pourront être enregistrées comme appellations d'origine protégées ;
- seuls des produits sous label ou avec certification de conformité de produit pourront demander l'enregistrement d'une indication géographique protégée ;
- seuls les produits bénéficiant d'un label ou d'une certification de conformité de produit pourront demander l'enregistrement d'une attestation de spécificité.

➤ Afin d'éviter toute confusion pour les consommateurs entre une indication de provenance sur un produit sous signes officiels de qualité et une IGP, il a été décidé d'interdire toute allégation géographique sur un produit certifié (ne bénéficiant pas d'une IGP).

On peut se demander si cette décision n'induit pas une distorsion de concurrence à rebours pour les produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine ou encore n'entraîne pas un avantage concurrentiel pour les produits sous marque commerciale à un moment où l'indication de provenance est une forte attente du marché.

2.5 Propositions du Conseil Economique et Social (2000)

Le Conseil économique et social (CES) s'est saisi le 5 octobre 1999 du sujet intitulé « les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires » dans le contexte d'une double actualité rappelée comme suit dans l'avis :

- celle des préoccupations fortes des consommateurs en matière de sécurité sanitaire des aliments, préoccupations à la fois au niveau de leur santé, mais aussi en matière de protection de l'environnement ;

Le rapport ajoute : « **le fait que les rapports entre producteurs et consommateurs soient de moins en moins directs ajoute à la nécessité de disposer de critères indiscutables** pour que l'acheteur n'ait pas de surprise et accorde sa confiance » (p.I-3).

- celle des négociations commerciales dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce pour lesquelles les professionnels de la filière agroalimentaire ont plaidé en faveur d'un modèle alimentaire européen et pour reconnaissance et la protection des démarches de qualité et d'origine dans le cadre de l'Accord sur la propriété intellectuelle (ADPIC).

Dans ce cadre, les propositions formulées par le CES s'engagent dans trois directions : i) clarifier les notions de qualité, ii) améliorer les signes de qualité et d'origine eux-mêmes, iii) rendre plus accessible le dispositif de ces signes.

2.5.1 « Clarifier les notions de qualité et d'origine »

Le rapport propose de clarifier les notions de qualité et d'origine qui recouvrent des définitions diverses.

Outre, cette clarification de vocabulaire, le CES propose de distinguer clairement les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine des autres démarches qualité. Il propose, par exemple, de doter les quatre signes d'un code ou d'une signature commun tout en laissant la spécificité et le logo de chaque signe.

Des actions de communication, avec une information claire, sont demandées aux pouvoirs publics propriétaires des logos ; les opérateurs utilisant ces signes pourraient être associés à ces actions.

Dans un même objectif de clarification, le CES propose de « **distinguer les signes de qualité et d'origine des démarches environnementales** ». Si le CES « se félicite » que les pouvoirs publics aient entrepris de définir et de fiabiliser la démarche « agriculture raisonnée », il rappelle qu'une telle démarche à vocation à devenir le socle de l'agriculture.

Dans ces recommandations, le CES va plus loin, puisqu'il précise « une telle démarche est non seulement compatible avec les signes de qualité et d'origine, mais elle doit aussi être un préalable à leur obtention » (p.I-17).

➤ Ainsi, aujourd'hui la CNLC doit refuser dans les cahiers des charges de demande de certification de conformité de produit, de certifier les caractéristiques communicantes « agriculture raisonnée », ce qui était acceptée auparavant.

2.5.2 « Améliorer les signes de qualité et d'origine eux-mêmes »

Le CES se prononce pour le maintien des signes de qualité au nombre de quatre mais propose d'améliorer la perception de chacun de ces signes.

2.5.2.1 Renforcer la démarche AOC

Le CES préconise que les produits bénéficiant d'une AOC poursuivent les efforts en matière de qualité dans les règlements d'application et de contrôle grâce à un renforcement des moyens de l'INAO, de la DGCCRF et de la DGAL.

2.5.2.2 Renforcer la notion de filière des produits en Label rouge

Le CES propose que la notion de filière soit renforcée avec l'obtention que les produits transformés bénéficiant d'un Label Rouge soient élaborés avec une matière première elle aussi de qualité, Label Rouge ou certifiée.

2.5.2.3 Améliorer la finalité et la lisibilité du logo « Agriculture biologique »

Le CES propose d'améliorer le positionnement du logo « Agriculture biologique » apposé sur les produits bénéficiant « d'un système à la française », c'est-à-dire, renforcé en termes de traçabilité.

2.5.2.4 Clarifier et améliorer le positionnement de la certification de conformité de produit

« La certification de conformité de produit dont l'intérêt est indéniable doit rester un signe officiel de qualité. Il faut donc trouver le moyen d'expliquer, de façon simple et compréhensible par les consommateurs, les garanties qu'elle lui apporte » (p.I-19). Les propositions que le CES fait dans ce cadre s'organise autour de trois points.

Envisager un socle de référentiels commun par secteur de production

Le CES propose afin d'éviter la multiplication des cahiers des charges, d'envisager un socle commun, procurant une véritable amélioration qualitative, dans les grands secteurs de production, socle sur lequel se déclinaient les différents cahiers des charges.

Revoir le statut du logo

D'après le CES, il n'est pas judicieux d'accepter qu'il y ait différents logos, voire pas de logo du tout. Si la certification de conformité de produit est un signe officiel, les logos qui l'illustre ne peuvent s'assimiler aux logos ou marques de filières ou d'opérateurs, notamment les grands distributeurs.

Au total, la logique que soutient le CES est que le logo appartienne à l'État et soit d'usage obligatoire.

Notons, qu'il est aujourd'hui encore privé (mais unique) et facultatif.

S'interroger sur le couple certification de conformité de produit / normalisation

Le CES rappelle qu'il est très favorable au développement de la normalisation dans le secteur des produits agricoles et alimentaires, notamment quant aux normes ayant pour objet l'harmonisation des règles d'élaboration des produits. Cependant il s'interroge sur l'opportunité d'asseoir la certification de conformité de produit sur des normes, notamment parce qu'elle suppose une démarche de qualité. En effet, rappelle le CES, quand une certification de conformité s'appuie sur une norme, elle garantit que le produit est conforme à la norme et qu'il est contrôlé par un organisme indépendant, mais elle ne garantit pas une qualité complémentaire du produit.

Enfin, ajoute, le CES, dans l'esprit du consommateur, la norme induit une idée de qualité sanitaire mais pas une idée de qualité gustative.

➤ *Le CES fait ressortir ici toute la complexité de la certification de conformité de produit puisqu'elle cherche à se positionner avec une « qualité complémentaire » par rapport à une norme, sans pour autant être de « qualité supérieure », position réservée au label et sans se positionner sur un segment intermédiaire entre le produit courant et le produit sous label.*

2.5.3 « Rendre plus accessible le dispositif des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine »

Afin de rendre plus accessible le dispositif des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, le CES propose deux axes : i) améliorer le dispositif pour les opérateurs économiques ; ii) améliorer le fonctionnement des instances en charge de la politique de qualité et d'origine et notamment des rapports entre l'INAO et la CNLC et entre la CNLC et le Cofrac.

2.6 Réajustements au sein de la CNLC (2000)

La CNLC commence à partir de 2000 à procéder à certains ajustements de la certification de conformité de produit dont les plus forts sont la mise en place des exigences-recommandations par produit et la modification de la validation de l'étiquetage.

2.6.1 Les « exigences-recommandations » par produit

La commission permanente de la CNLC a confié une mission à la section examen des référentiel (SER) afin de mieux définir les règles permettant d'obtenir la CCP. La commission note qu'elle est partie de deux constats pour mettre en œuvre cette évolution : la demande des organismes certificateurs d'être plus responsables et le souhait des consommateurs d'avoir des garanties sur le contenu de la CCP.

Pour cela, deux axes sont développés :

- **Mieux définir les règles** permettant d'obtenir la certification de conformité de produit :
 - actualisation du règlement intérieur et des points de doctrine de la SER (positions qui sont transverses aux différents produits certifiés, par exemple l'étiquetage)
 - établissement d'**exigences** (éléments nécessaires à respecter) et **recommandations** (conditions à remplir pour pouvoir utiliser une communication définie) pour la

certification de conformité de produit ; pour le label, ceci est complété par les notices techniques

- **Responsabiliser les organismes certificateurs** en matière d'évaluation des référentiels : la SER, s'assure que les cahiers des charges présentés sont conformes aux règles définies, l'organisme certificateur ayant dû préalablement évaluer cette conformité.

Avec les mêmes objectifs, la commission permanente a, en outre, confié à la SOC, le regroupement d'accréditation des organismes certificateurs.

Les exigences-recommandations constituent un ensemble de règles utilisables pour obtenir une certification de conformité de produit. Les nouveaux projets de cahiers des charges déposés doivent respecter ces recommandations. Concernant les dossiers déjà validés, une nouvelle version du cahier des charges intégrant ces recommandations doit être déposée.

Afin d'élaborer une recommandation, le Président de la SER crée un groupe de travail. Celui-ci est animé par un membre de la section, auxquels sont associés des experts et des représentants des producteurs ou fabricants des produits concernés. Lorsque le groupe de travail a défini les principaux éléments à retenir, le secrétariat de la section rédige un projet. Le président de la section organise alors des concertations avec les principales parties intéressées et en concertation avec le groupe de travail pour la rédaction du projet définitif qui fera l'objet d'une présentation à la section pour décision. Ces recommandations servent ensuite de document de référence à la section pour toute certification (y compris le label rouge).

Les exigences-recommandations sont aujourd'hui établies pour la viande de poulet, la viande d'agneau, la viande de porc et la viande de lapin, les recommandations concernant les autres secteurs de production sont en cours.

2.6.2 Modalité de validation des étiquetages

Lors de la commission plénière de la CNLC (14 novembre 2000), il a été envisagé de modifier les modalités de validation des étiquetages des produits bénéficiant d'un label ou d'une certification de conformité de produit. Il a été notamment proposé que la section « examen des référentiels » établisse un guide d'étiquetage contenant les règles spécifiques à respecter pour les mentions et la communication liées à la certification. En outre, en application de la norme EN45011, la validation de la communication liée à la certification selon les règles inscrites dans le guide est de la responsabilité de l'organisme certificateur.

A partir du 1^{er} décembre 2000, les dispositions suivantes sont prises :

Le modèle d'étiquetage, qui accompagne obligatoirement toute demande d'homologation²⁸ de label ou toute validation de cahier des charges pour les certifications de conformité de produit²⁹, sera validé par la SER au même titre que le cahier des charges.

Toutes les autres étiquettes destinées à la commercialisation de produits feront l'objet d'une validation par l'organisme certificateur et seront transmises au bureau des signes de qualité et

²⁸ Article 19 du décret n°96-193 du 12 mars 1996.

²⁹ Articles 26 et 28 du décret n°96-193 du 12 mars 1996.

de l'agriculture biologique, qui effectuera les vérifications. Ces étiquettes ne donneront plus lieu à une validation par la CNLC.

➤ *Ces ajustements concernant la certification de conformité de produit émanent de la structure même qui régule la certification, la CNLC. Ce ne sont pas des ajustements de même nature que les orientations politiques que nous avons vu précédemment.*

La mise en place des exigences-recommandations répond aux propositions faites par le Conseil économique et social de créer un socle commun de référentiel par produit afin d'éviter la multiplication des cahiers des charges.

*Notons que les ajustements proposés ne prennent pas en compte l'analyse du **positionnement stratégique des produits** sur le marché. Cette dimension n'est pas présente dans l'évaluation des dossiers faite par la CNLC.*

3 Les dispositifs des quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

L'objectif de cette partie est de décrire les différents éléments (acteurs, procédures, etc.) qui participent à la construction des dispositifs des quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine et qui vont leur donner un sens différent.

3.1 Les structures en charge des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

L'ensemble du dispositif des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires pour ce qui concerne l'instruction des demandes est confié, par les pouvoirs publics, à deux instances :

- l'Institut national des appellations d'origine (INAO) : chargé de la reconnaissance des appellations d'origine contrôlées, des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées ;
- la Commission nationale des labels et des certifications (CNLC) : émet des avis sur les demandes de certification (label, certification de conformité de produit, agriculture biologique) et attestation de spécificité.

3.1.1 L'Institut national des appellations d'origine

L'Institut national des appellations d'origine est un établissement public à caractère administratif placé sous la tutelle du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales et du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

La loi du 2 juillet 1990 a confié à l'INAO une compétence globale en matière de reconnaissance des appellations d'origine contrôlées, puisqu'elle a ajouté à son secteur traditionnel d'intervention les vins et eaux-de-vie, le secteur des produits laitiers, ainsi que les autres produits agricoles et alimentaires.

La loi d'orientation du 9 juillet 1999 ajoute à ses compétences traditionnelles celle de la reconnaissance des indication géographique protégée.

3.1.1.1 Les missions de l'INAO

Les missions principales de l'INAO sont :

- La détermination de la politique générale relative aux AOC ;
- La proposition aux pouvoirs publics de reconnaissance des AOC avec délimitation des aires géographiques de production, détermination des conditions de production et des conditions d'agrément
- La proposition aux pouvoirs publics de présentation des dossiers AOP et IGP à la commission européenne
- Un avis sur les dispositions nationales relatives à l'étiquetage et la présentation des produits bénéficiant d'une AOC ou d'une IGP, transmis aux ministères
- La promotion et défense, en France et à l'étranger, des AOC ainsi que des AOP et IGP.

Les ministères de tutelle peuvent accepter ou refuser les projets de décret d'AOC que l'INAO leur transmet mais ils ne peuvent en aucun cas les modifier.

3.1.1.2 Composition de l'INAO

L'INAO se compose de 5 instances : quatre comités nationaux et un conseil permanent.

Quatre comités nationaux

- Comité 1 : comité national des vins et eaux-de-vie
- Comité 2 : comité national des produits laitiers
- Comité 3 ; comité national des produits agricoles et alimentaires (autres)
- Comité 4 : comité national pour les IGP, créé par la loi d'orientation agricole

Ils sont composés de représentants professionnels des secteurs de la production, de la transformation ou du négoce des produits concernés par chaque comité, de représentants des administrations et de personnalités qualifiées parmi lesquelles figurent des représentants de consommateurs.

Un Conseil permanent

Il est composé de membres appartenant aux mêmes catégories que celles prévues pour les comités nationaux et choisis parmi ces comités, le président de chaque comité et des membres des administrations de tutelle.. Il établit le budget et détermine la politique générale de l'INAO.

L'Institut national des appellations d'origine dispose également de comités régionaux constitués de la même façon que les comités nationaux.

3.1.1.3 Moyens financiers

La loi d'orientation agricole de 1999 prévoit de nouveaux moyens financiers pour l'INAO :

- les organismes chargés de l'agrément des produits AOC et agréés par l'INAO à cet effet sont habilités à prélever sur les producteurs des cotisations assises sur les quantités des produits commercialisés en AOC ;
- l'INAO bénéficie d'un droit acquitté par les producteurs en fonction aussi des quantités commercialisées.

Le budget est avant tout un budget de fonctionnement, les charges de personnel représentant les deux tiers des dépenses.

Son financement est assuré pour 75 % par une subvention du MAAPAR et 25 % par des ressources professionnelles sous la forme de redevances perçues sur les produits agréés en AOC ainsi que des frais de dossiers pour autorisation de plantation de vignes destinées à la production d'AOC.

3.1.2 La Commission nationale des labels et des certifications

Elle a été créée en 1964 sous le vocable de « Commission supérieure de la qualité », elle devient en 1965, la « Commission générale des labels », en 1978, la « Commission nationale des labels ». Elle prend son nom actuel « Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires » en 1990³⁰.

La loi d'orientation agricole lui donne un statut législatif et confirme ses attributions en matière de label, de certification de conformité de produit et de certification du mode de production biologique.

3.1.2.1 Composition de la CNLC

La Commission nationale des labels et des certifications est composée par trois sections dont l'organisation actuelle s'est faite en 1994 (décret 1996) et d'une commission permanente.

Les trois sections

La CNLC est réorganisée en 3 sections :

- une « **Section Examen des Référentiels** » (SER) : elle émet un avis sur tous les cahiers des charges et étiquetage de produit bénéficiant d'un label, d'une certification de conformité de produit, de l'attestation de spécificité et sur les notices techniques fixant les conditions minimales d'obtention d'un label.
- une « **Section agrément des Organismes Certificateurs** » (SOC) : elle émet un avis aux demandes d'agrément des Organismes Certificateurs délivrant le label, la certification de conformité de produit ou la certification du mode de production biologique. Ces organismes doivent préalablement être accrédités par le Cofrac, quel que soit le signe utilisé (label, CCP, AB).
- une **section « Agriculture Biologique »** : elle émet un avis sur les cahiers des charges concernant le mode de production biologique des produits n'entrant pas dans le cadre de la réglementation européenne ; elle peut émettre un avis aux pouvoirs publics sur les aspects réglementaires.

³⁰ La CNLC a été créée par l'article L646-1 du Code rural. Sa composition et son fonctionnement sont régis par le décret n°96-193 du 12 mars 1996 modifié par le décret n°2000-951 du 22 septembre 2000.

La loi d'orientation confirme que le rôle des sections de la Commission nationale des labels et des certifications ne se limite pas à formuler des avis aux pouvoirs publics sur les cahiers des charges, sur les plans de contrôle et sur les demandes d'agrément des organismes certificateurs. Elle est également chargée de proposer aux ministères de tutelle toutes mesures susceptibles de concourir au bon fonctionnement, au développement et à la valorisation des certifications.

Elle a ainsi pour mission de faire évoluer les dossiers en fonction de l'évolution du marché.

Composition des sections :

Outre leur président, les trois sections sont composées en proportion équilibrée par différents collèges :

- **Collège des organismes certificateurs agréés** (deux sièges) : organismes certificateurs agréés en certification de conformité de produit (CEPRAL) et organismes certificateurs agréés en labels (CERQUA)
- **Collège des groupements professionnels** de producteurs agricoles, fournisseurs, transformateurs, distributeurs, artisans (10 sièges) : FNSEA, CNJA, Confédération paysanne, Coordination rurale, Comité nation des pêches maritimes et des élevages marins, Alimentation animale (SNIA, SYNCOPAC), ANIA, CFCA, CGAD , FCD
- **Collège de consommateurs**, des utilisateurs et des acheteurs de produits certifiés (5 sièges) : Organisations de consommateurs (3 sièges), Chambre syndicale de la Haute cuisine Française, Industriels acheteurs de produits intermédiaires certifiés
- **Collège des personnalités qualifiées** : 13 sièges dont 3 pour les organisations suivantes : APCA, APCM, ACFCI
- **Collège des représentants des administrations** et des organismes rattachés : DPEI, DGAL, Direction des pêches maritime et de l'aquaculture, DGCCRF, Direction des entreprises artisanales, commerciales ou de service, OFIVAL, INAO

Le secrétariat général de la CNLC, est assuré par le bureau des signes de qualité et de l'agriculture biologique à la Direction des politiques économique et internationale (DPEI) du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales (depuis 1999).

Les secrétariats des sections sont assurés par :

- Pour la SOQ : le bureau de la qualité et de la coordination des contrôles à la Direction générale de l'alimentation (DGAL) du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales ;
- Pour la SER et la SAB : par la DPEI.

Il sont assistés par le bureau loyauté à la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.

La commission permanente de la CNLC

Elle regroupe le président de la CNLC, les trois présidents des sections et des représentants des administrations de tutelle. Elle a pour mission de coordonner le travail des sections, d'orienter la politique de la CNLC et de faire des propositions aux ministres de tutelle.

La commission s'était notamment dotée d'un groupe de travail permanent : **le groupe « étiquetage »**. Il était chargé de valider les étiquetages des produits bénéficiant d'un label ou d'une certification de conformité de produit et de faire respecter les bonnes pratiques adoptées par les professionnels. Ce groupe permanent a duré 6 ans et a été stoppé en 2000 dans un objectif de simplification et afin de raccourcir les procédures : la validation de l'étiquetage s'effectue en même temps que la validation du cahier des charges. Ensuite, c'est l'organisme certificateur qui donne son avis lorsque l'étiquetage évolue. Il peut saisir la CNLC si les modifications sont importantes.

Les autres groupes de travail (sur les notices etc.) sont par contre maintenus.

3.1.2.2 Moyens financiers

La CNLC n'a pas de moyens propres. Elle repose sur le bénévolat de ses membres professionnels pour analyser les dossiers et sur 3 bureaux (DPEI, DQGL et DGCCR) pour le secrétariat.

3.1.3 Le Comité français d'accréditation (COFRAC)

Le Cofrac est créé à l'initiative des pouvoirs publics en 1994 pour doter la France d'un organisme d'accréditation indépendant, reconnu au plan communautaire et international.

Le champ d'investigation du Cofrac est vaste puisqu'il concerne l'accréditation des organismes, laboratoires et personnes intervenant dans les secteurs des produits industriels, des produits agricoles et alimentaires, des services, de la santé et de l'environnement. Il est pour cela, composé de trois sections : « certification des produits agricoles et alimentaires », « certification des produits industriels et des services », « certification des entreprises et personnels ». La fusion entre la section en charge des produits industriels et celle en charge des produits agricoles doit être réalisée prochainement.

Le Cofrac est une association de droit privé composée de membres actifs et de membres associés répartis en 4 collèges :

- collège des organismes, laboratoires ou personnes accrédités ou leur regroupement
- collège des groupements professionnels d'entreprise ou de personnes pouvant recourir aux services des organismes accrédités
- collège des organisations de consommateurs, d'usagers ou d'acheteurs
- collège des pouvoirs publics.

Le Cofrac a signé l'accord multilatéral IAP (International accreditation forum) et l'accord multilatéral EA (European cooperation for accreditation) en vue de la reconnaissance des certifications des systèmes de qualité et de systèmes de management environnemental.

L'accréditation est accordée au regard de la structure de l'organisme certificateur, de son indépendance et de son impartialité.

➤ *La différence de financement entre l'INAO et la CNLC pose question.*

Le travail réalisé en section examen des référentiels de la CNLC repose sur une mobilisation importante de « bénévoles » qui travaillent de deux à quatre jours par mois. Cet investissement en temps est important et invite à se demander s'il s'agit là du meilleur fonctionnement possible. En effet, la régulation des activités est rendue difficile et la suspicion de partialité reste présente. En outre, la mobilisation des administrations pour assurer le secrétariat est lui-aussi problématique.

Les principaux protagonistes proposent la création d'un « institut des signes de qualité et d'origine » (reprise dans les propositions du Conseil économique et social) en s'appuyant sur le fait que les démarches vont au-delà du simple respect de la réglementation (sécurité, loyauté des transactions, etc.) et qu'il n'est peut-être pas du rôle des administrations de gérer certains des aspects, notamment de conseil et de promotion. Cela renvoie effectivement au rôle de l'Etat dans ces deux fonctions : comment peut-il, dans une politique de la qualité réaliser efficacement le rôle de conseil et de promotion et à quels échelons (national ou régional) ?

3.2 Définition des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine en France et protections de vocabulaire communautaires

Le droit national français se caractérise par l'existence d'un code de la consommation, dont le titre I du livre premier est relatif à **l'information des consommateurs** et le titre II est relatif à **la conformité des produits**. Il est ainsi posé une obligation générale d'information du consommateur sur les caractéristiques essentielles du bien ainsi qu'une obligation de conformité aux prescriptions en vigueur relatives à la loyauté de transactions commerciales et à la protection des consommateurs.

Des **mentions volontaires** peuvent être apposées. Elles sont examinées au regard de deux types d'interdiction :

- interdiction de la publicité fausse ou de nature à induire en erreur (L.121-1)
- interdiction des tromperies ou des tentatives de tromperies (L.213-1).

En outre, le code de la consommation prévoit d'interdire un étiquetage de nature à créer une confusion (R-112-7).

Les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine relèvent des **démarches volontaires** de la part des opérateurs économiques. Cependant, ils font l'objet d'un cadre réglementaire très détaillé à la fois pour les conditions d'obtention mais aussi pour les modalités de présentation et d'information des consommateurs.

Nous rappelons ici brièvement la définition des quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine : AOC, label, CCP, certification du mode de production biologique (hors du champ communautaire) ainsi que celle des trois protections de vocabulaire communautaires : AOP, IGP, AS afin de comparer les différents systèmes dans la partie suivante.

3.2.1 Appellation d'Origine Contrôlée

L'appellation d'origine contrôlée (AOC) est la « dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et humains » (loi du 6 juillet 1966). Elle implique un **lien étroit entre le produit, le terroir et les savoir-faire** et, en conséquence, une notion de **non-reproductibilité** dans un autre terroir.

L'AOC impose que l'ensemble du processus de production et d'élaboration se fasse dans une seule et même zone dont il faut démontrer la cohérence et l'influence vis-à-vis des caractéristiques du produit.

Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) correspondent aux plus **anciennes démarches**. La loi du 6 mai 1919 instaure un régime de protection des appellations d'origine, mais il faudra attendre la loi du 6 juillet 1966 pour trouver la définition de l'appellation d'origine.

L'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) est créé en 1935 afin de reconnaître les AOC dans le secteur des vins et boissons spiritueuses.

La loi du 12 décembre 1973 instaure le régime des AOC dans le secteur des produits laitiers, mais ce régime n'est pas placé sous la responsabilité de l'INAO. En outre, différentes lois sectorielles permettent à différents produits d'accéder à l'AOC (Roquefort, volailles de Bresse, noix de Grenoble).

Ce n'est que depuis la loi du 2 juillet 1990 que l'ensemble des AOC passent sous la responsabilité de l'Institut national des appellations d'origine. En conséquence, une même procédure préside à la reconnaissance en appellation d'origine contrôlée. Cependant, dans le secteur des vins, on trouve deux notions :

- appellation d'origine contrôlée
- appellation d'origine « vin délimité de qualité supérieure » (VDQS).

➤ *L'AOC est un outil de protection, puisque le nom géographique reconnu en AOC est réservé aux seuls produits répondant aux conditions ci-dessus.*

3.2.2 Label : certification de produit de « qualité supérieure »

La loi n°60-808 du 5 août 1960 crée le label agricole : « les labels agricoles sont des marques collectives, attestant qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé possède un ensemble distinct de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement visées et établissant un niveau de **qualité supérieure** le distinguant des produits similaires » (art. L643-2 du code rural). Le décret d'application sort en 1965 (premier texte avorté en 1961) ; les premiers labels sont attribués au poulet jaune des Landes, au poulet de Loué, à l'ail rose de Lautrec. Le décret de 1965 précise « les labels agricoles ont pour but dans le cadre d'une **promotion qualitative**, de permettre une meilleure information des consommateurs et de faciliter les échanges entre producteurs, transformateurs et utilisateurs ».

En 1973, le logo **Label Rouge**, propriété du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales, est créé et permet de matérialiser une démarche.

3.2.3 CCP : Certification d'un produit « conforme à des caractéristiques spécifiques »

Créée par la loi du 30 décembre 1988, la certification de conformité de produit atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est **conforme à des caractéristiques spécifiques** ou a des règles préalablement fixées portant, selon le cas, sur la fabrication, la transformation, le conditionnement et, le cas échéant, l'origine géographique de la denrée ou du produit lorsque cette origine est enregistrée comme indication géographique protégée ». Nous ne revenons pas ici sur l'évolution de construction, vue dans la partie précédente.

3.2.4 Certification du mode de production biologique

L'Agriculture Biologique prend sa source en Allemagne au début du siècle avec les théories biodynamiques de Rudolf Steiner. Elle se développe dès les années 20 et émerge en France dans les années 1950-1960.

La France reconnaît par la loi d'orientation agricole de 1980 une agriculture « n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse » mais l'Europe utilisant le vocable « d'Agriculture Biologique », la France l'insère à son tour dans son texte de loi de 1988.

Elle a bénéficié du premier texte horizontal concernant la qualité alimentaire avec le règlement (CE) du 24 juin 1991 (2092/91) relatif aux modes de production biologique des **produits végétaux frais ou transformés**.

Ce règlement est modifié par un règlement (CE) du 19 juillet 1999 relatif aux **produits animaux et d'origine animale** qui est entré en vigueur le 24 août 2000.

Ce texte permet désormais une **approche cohérente** du mode de production biologique pour toutes les catégories de produits agricoles et alimentaires pour l'ensemble de l'Europe. Cette réglementation européenne protège les qualificatifs « biologique », « écologique » ou « organique » ou toute autre formule équivalente et fixe les règles de production et d'élaboration des produits biologiques et leurs modalités de contrôle.

L'agriculture biologique concerne :

Les produits végétaux transformés ou non

Deux catégories de produits sont concernés :

- les produits végétaux non transformés (céréales, légumes, fruits, légumineuses, etc.)
- les produits destinés à l'alimentation contenant un ou plusieurs ingrédients d'origine végétale comme le pain, les biscuits, les jus de fruits, etc.)

Un produit « bio » est un produit agricole ou une denrée alimentaire :

- résultant d'un mode de production exempt de produits chimiques de synthèse
- appliquant des méthodes de travail fondées sur le recyclage des matières organiques naturelles et sur la rotation des cultures
- respectant un plan de conversion défini (délai nécessaire pour passer d'une agriculture dite conventionnelle à l'agriculture biologique)
- utilisant des moyens de lutte biologique (coccinelles)

- privilégiant l'emploi d'intrants naturels (additifs, conservateurs, désinfectants, nettoyants, etc.).

Les produits animaux et d'origine animale

L'élevage et la production de viandes en agriculture biologique répondent à quelques principes fondamentaux :

- l'élevage est conduit selon un modèle extensif
- le choix des races est fait en fonction de leur capacité à s'adapter aux conditions du milieu tout en veillant à maintenir la plus grande diversité biologique possible

l'alimentation est assurée essentiellement par des fourrages et des aliments bio, etc.

La réglementation communautaire (de 1991 modifiée en 1999) autorise le maintien de dispositions nationales plus strictes.

La France a, dans ce cadre, décidé de se doter de dispositions plus strictes consignées dans un cahier des charges, concernant :

- l'étiquetage, le contrôle et les mesures de précaution concernant les aliments des animaux
- la traçabilité, les mesures de précaution et le contrôle de la production des animaux et des produits animaux, de la transformation et de la préparation des produits issus de l'agriculture biologique
- la préparation des denrées alimentaires concernant un ou plusieurs produits animaux
- les productions de lapins, poulettes et poissons d'élevage.

Gilbert Louis (2001) avance trois **enjeux à l'introduction de ces dispositions nationales** :

- affirmer la vision française de l'agriculture biologique et peser dans le débat, au niveau européen ;
- conserver la confiance du consommateur français de produits issus de l'agriculture biologique habitué à une agriculture biologique à la française ;
- différencier clairement l'agriculture biologique d'autres démarches, comme l'agriculture raisonnée, qui visent également à une meilleure prise en compte de l'environnement.

Ce dernier point est nuancé dans le rapport de M. Saddier³¹ sur l'agriculture biologique qui propose une articulation entre ces deux démarches.

3.2.5 Appellation d'origine protégée

L'appellation d'origine protégée est « le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire :

- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays **et**

³¹ Saddier M., 2003. L'agriculture biologique en France : vers la reconquête d'une première place européenne, Rapport au Premier Ministre (141 pages + annexes)

- dont la qualité ou **les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement** au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains **et**
- dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique déterminée » (CE 2081/92, Conseil du 14 juillet 1992).

Les produits de secteur viti-vinicoles et les boissons spiritueuses ne sont pas concernés.

3.2.6 Indication géographique protégée

L'indication géographique protégée est « le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire :

- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays **et**
- dont **une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée** à cette origine géographique ;
- dont la production **et/ou** la transformation **et/ou** l'élaboration ont lieu dans une aire géographique délimitée » (CE 2081/92, Conseil du 14 juillet 1992).

Elle permet de garantir l'authenticité de l'origine et donc l'influence caractéristique de la région sur la qualité du produit. Bérard et Marchenay (1998)³² développent trois logiques d'action dans la mise en place d'une IGP :

- le développement économique des entreprises agro-alimentaires, notamment de l'aval. C'est souvent le cas autour des produits transformés (par exemple, le cas du foie gras)
- l'aménagement du territoire par le développement économique de l'ensemble des entreprises et tout particulièrement des exploitations agricoles (cas des produits bruts)
- la valorisation de l'image d'un territoire à travers la spécificité d'un produit.

Ce dernier point apparaît aussi très clairement dans notre étude.

L'indication géographique protégée s'appuie en outre sur deux niveaux qualitatifs en fonction de son **couplage soit avec une certification de conformité de produit, soit avec un label, soit avec les deux**. Cette décision relève d'une préoccupation des autorités publiques françaises : apporter des garanties sur le niveau qualitatif des produits bénéficiant de ces protections.

➤ *L'appellation d'origine protégée exige donc que toutes les opérations de production, de transformation, voire de conditionnement s'effectuent dans une zone identique dont les facteurs pédoclimatiques, combinés aux usages locaux. L'AOC confère aux produits un caractère spécifique et non reproductible ailleurs.*

³² Bérard L., Marchenay P., 1998. Les produits de terroir en Europe du Sud : caractérisation ethnologique, sensorielle et socio-économique de leur typicité ; stratégies de valorisation, Bruxelles, Commission européenne, Direction générale de l'agriculture, 372 p. (rapport final)

*La démarche d'indication géographique protégée, au regard de la réglementation européenne, n'impose pas que toutes les opérations aient lieu dans une zone unique. La France est plus exigeante et attend que l'approvisionnement en matière première soit dans la même zone que l'élaboration du produit. **L'IGP confère aux produits une spécificité due à leur qualité et à leur réputation.***

La demande de validation d'une **reconnaissance de l'IGP** est réalisée par une compétence partagée de l'INAO et de la CNLC.

L'Institut national des appellations d'origine propose aux pouvoirs publics de transmettre la demande de reconnaissance des IGP (délimitation de l'aire géographique de production et détermination des conditions de production du produit), après avis de la Commission nationale des labels et des certifications sur la demande de CCP. Il aura en outre la charge de la protection juridique des IGP (ainsi que des AOP).

Consultation publique

Les pouvoirs publics organisent la mise en consultation publique au JORF, BOPI et BORF de la délimitation de l'aire. Les pouvoirs publics ont la possibilité de saisir l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI) lorsqu'une opposition à l'IGP repose sur un droit antérieur conféré par l'enregistrement d'une marque.

Deux cas de figure existent :

- les demandes de CCP et d'IGP sont concomitantes : il y a deux mises en consultation (celle de la CCP et celle de l'IGP) ;
- la demande d'IGP est sur une CCP ancienne : seule l'IGP est mise en consultation.

Examen des dossiers et homologation

L'INAO examine le dossier d'IGP et la CNLC examine le dossier de CCP.

La CNLC commence son examen lorsqu'elle reçoit de l'INAO les dossiers « IGPisables » ; les deux examens avancent ensuite en parallèle. Le groupe examen de l'INAO adjoint un expert de la CNLC invité pour la commission d'enquête en « groupe d'étude mixte ».

L'INAO attend que la CCP soit validée et propose aux pouvoirs publics d'établir un arrêté d'homologation et de transmettre la demande d'enregistrement de l'IGP à l'Union européenne

➤ Dans ce cadre (CCP-IGP), la CCP repose sur une homologation et non une simple validation. Ce qui n'est plus dans la logique dans laquelle elle a été créée. Elle nécessite ici une caution supplémentaire de l'Etat.

3.2.7 L'attestation de spécificité

L'Attestation de spécificité permet de protéger les dénominations de produits à caractère traditionnel qui ne présentent pas (ou plus) de lien avec leur origine géographique.

(Le produit doit :

- être obtenu à partir de matières premières traditionnelles (emmental au lait cru, fleur de sel) **ou**

- présenter une composition traditionnelle (confiture à l'ancienne) **ou** un mode de production (porc fermier) et/ou de transformation traditionnelle **ou** un mode de production et/ou de transformation qui relève du type de production et/ou de transformation traditionnel » (CE 2082/92 du Conseil du 14 juillet 1992).

L'obtention d'une attestation de spécificité impose aux opérateurs de respecter le cahier des charges et d'être contrôlés, elle protège donc une recette, mais le produit peut être élaboré dans toute l'Union européenne. Elle n'a aucune notion d'appartenance à une aire géographique précise.

En France, elle ne peut être acquise qu'après **l'obtention d'un label ou d'une certification de conformité de produit**. Il faut noter qu'il n'en existe aucune actuellement en France.

Le demande repose sur la rédaction d'un cahier des charges décrivant les caractéristiques du produit et les méthodes de production et de contrôle. Ce cahier des charges doit être contrôlé par un organisme certificateur agréé et homologué.

Après acceptation au niveau national, le dossier est transmis à la Commission de l'Union européenne qui instruit la demande. Si elle est acceptée et qu'aucune opposition n'a été présentée au bout de cinq mois, l'inscription dans le registre communautaire peut se faire.

Cet enregistrement signifie que le nom spécifique ou exprimant la spécificité est protégée et que le cahier des charges est ouvert à tous les opérateurs de la Communauté.

L'AS peut présenter deux niveaux de protection :

- maximal : protection du nom qui implique le respect du cahier des charges
- moindre : ne nécessite pas de respecter le cahier des charges.

Au niveau communautaire, l'Attestation de spécificité peut être cumulée avec une Appellation d'origine protégée ou une Indication géographique protégée (pas en France, le cumul ne peut exister qu'avec une IGP).

3.3 Comparaison des dispositifs propres aux quatre signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

Dans le cadre des définitions nationales et des couplages avec les protections communautaires que nous venons de voir, les dispositifs propres à chacun des signes se construisent de façon spécifique (tableau 1).

3.3.1 Les procédures d'obtention d'un signe officiel

3.3.1.1 Procédure de reconnaissance des AOC

Le syndicat de défense dépose un dossier de demande à l'Institut national des appellations d'origine (INAO). Le dossier est soumis au Comité Régional de l'INAO, lorsqu'il y en a un, puis il est présenté au Comité National compétent (il en existe quatre).

Le Comité National nomme une commission d'enquête qui se déplace et rencontre les demandeurs. Un rapport est ensuite rédigé.

Ce rapport est présenté au Comité National qui prend une décision sur le principe et la reconnaissance en AOC. Une commission d'experts est nommée pour la délimitation. Après

Tableau 1. Les dispositifs propres à chacune des certifications

	AOC	LABEL (sans IGP)	CCP (sans IGP)	AB (hors du champ de la réglementation communautaire)
Date de création	1919 (loi du 6 mai 1919)	1964 (loi du 31 décembre 1964)	1988 (loi du 30 déc. 1981)	1981 (décret n°81-227)
Positionnement	Qualité liée à un terroir	Qualité supérieure	Qualité spécifique	Mode de production respectueux de l'environnement
Procédure	Reconnaissance par décret simple ou en conseil d'Etat	Homologation du cahier des charges par arrêté interministériel Accréditation des organismes de contrôle et agrément par arrêté interministériel	Validation du cahier des charges par la CNLC Accréditation des organismes de contrôle et agrément par arrêté interministériel	Homologation du cahier des charges par arrêté interministériel Accréditation des organismes de contrôle et agrément par arrêté interministériel
Contrôle	INAO	Organisme certificateur accrédité et agréé	Organisme certificateur accrédité et agréé	Organisme certificateur accrédité et agréé
Demandeur	Organisation collective : « syndicat de défense »	Organisation collective : « groupement qualité »	Organisation collective ou opérateur individuel ¹	Exploitant agricole ²
Objectivation de la qualité des produits : la « preuve »	Apporter la preuve du lien produit/terroir : notoriété et typicité ; savoir-faire	Apporter la preuve de la qualité supérieure du produit : analyse sensorielle et test hédonique	Apporter la preuve qu'au moins deux caractéristiques du produit vont au-delà des normes techniques en vigueur	Apporter la preuve d'un mode de production respectueux de l'environnement
Organisme chargé d'une mission de défense et de promotion	INAO	CERQUA	(CEPRAL)	Agence Bio
Etiquetage des logos	- Logo AOC (INAO) obligatoire pour les fromages - Mention « <i>appellation d'origine contrôlée</i> » - Logo AOP non obligatoire	- Logo <i>Label Rouge</i> obligatoire (propriété du MAAPAR) - Caractéristiques certifiées communicantes obligatoires	- Logo « <i>CQ</i> » facultatif, privé (propriété Interbev et Ceval) - Caractéristiques certifiées communicantes obligatoires	- Logo « <i>AB</i> » facultatif (propriété du MAAPAR) - Logo européen facultatif - Mention « <i>produit issu de l'agriculture biologique</i> » obligatoire

¹Le demandeur est aussi le détenteur du signe ² Il s'agit d'un cahier des charges national

l'enquête de délimitation, le Comité National propose la délimitation de l'aire de l'AOC et le projet de décret de l'AOC. Il transmet le dossier au MAAPAR qui approuve les décrets AOC.

3.3.1.2 Procédure d'homologation des labels

La procédure repose sur l'homologation du cahier des charges, la validation de l'étiquetage, l'accréditation et l'agrément de l'organisme certificateur.

Examen des cahiers des charges et validation de l'étiquetage par la SER

La demande est déposée au secrétariat de la CNLC (DPEI). Il est mis en consultation publique pendant deux mois pour observations ou oppositions éventuelles. Les cahiers des charges sont examinés par des experts et rapporteurs de la SER qui émet un avis favorable, défavorable ou demandes complémentaires. Elle valide en outre l'étiquetage.

Accréditation et agrément des organismes de contrôle

La SOC vérifie que l'organisme certificateur a obtenu l'accréditation du Comité français d'accréditation (Cofrac), c'est-à-dire qu'il est conforme aux dispositions de la norme EN 45011 en matière d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Cette accréditation permet une reconnaissance internationale des organismes certificateurs.

De plus, l'agrément de l'organisme certificateur est accordé, au regard de sa compétence, par arrêté interministériel pour une période de trois ans, le plus souvent après une période probatoire d'un an et ce **par produit** (encadré 3).

Encadré 3. Accréditation et agrément des organismes certificateurs

Depuis la loi de 1994, les organismes certificateurs doivent être agréés par les pouvoirs publics au regard des critères définis dans la norme européenne EN45011 portant sur l'indépendance, l'impartialité, l'efficacité et la compétence de ces organismes.

La loi d'orientation agricole de 1999 rend l'accréditation de ces organismes obligatoire et préalable à l'agrément.

L'accréditation se fait par le COFRAC, reconnu au plan international comme un organisme d'accréditation. Le COFRAC avait été créé dès 1992 par les pouvoirs publics français et la loi d'orientation agricole de 1999 consolide une situation de fait. Le Cofrac est composé de plusieurs sections, dont la section « certification des produits agricoles et alimentaires », qui décide de l'accréditation des organismes certificateurs, mais aussi de l'extension de cette accréditation, de son maintien, de sa suspension ou de son retrait. Il existe aujourd'hui 28 organismes certificateurs en France, dont 4 exercent leurs activités au plan international, 3 au plan national, tandis que les 21 autres ont un champ d'action régional ou interrégional.

L'agrément des organismes certificateurs se fait par arrêté des ministres chargés de l'agriculture et de la consommation. Il est également requis au niveau communautaire pour la vérification du cahier des charges des AOP, IGP, AS ainsi que pour l'agriculture biologique.

Homologation des cahiers des charges

Après l'avis favorable de la SER, le cahier des charges fait l'objet d'une homologation par arrêté interministériel (agriculture et consommation) éventuellement assortie d'une période probatoire.

3.3.1.3 Procédure d'homologation du mode de production biologique (hors du champ de la réglementation communautaire)

Examen des cahiers des charges par la SAB

La demande est déposée au secrétariat de la CNLC (DPEI). Il est mis en consultation publique pendant deux mois pour observations ou oppositions éventuelles. Les cahiers des charges pour l'obtention du mode de production biologique sont examinés par la Section « Agriculture Biologique » qui émet un avis favorable, défavorable ou demandes complémentaires.

Accréditation et agrément des organismes de contrôle

La SOC vérifie que l'organisme certificateur a obtenu l'accréditation du Comité français d'accréditation (Cofrac), c'est-à-dire qu'il est conforme aux dispositions de la norme EN 45011 en matière d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Cette accréditation permet une reconnaissance internationale des organismes certificateurs.

De plus, l'agrément de l'organisme certificateur est accordé, au regard de sa compétence, par arrêté interministériel pour une période de trois ans, le plus souvent après une période probatoire d'un an et ce **par produit**.

Homologation des cahiers des charges

Après l'avis favorable de la section Agriculture Biologique, le cahier des charges fait l'objet d'une homologation par arrêté interministériel (agriculture et consommation) éventuellement assortie d'une période probatoire.

3.3.1.4 Procédure de validation des certifications de conformité de produit

La procédure repose sur la validation du cahier des charges et de l'étiquetage par la « Section Examen des Référentiels », l'agrément et l'accréditation de l'organisme certificateur.

Examen des cahiers des charges et validation de l'étiquetage par la SER

La demande est déposée au secrétariat de la CNLC (DPEI). Il est mis en consultation publique pendant deux mois pour observations ou oppositions éventuelles. Le cahier des charges est examiné par des rapporteurs (le cas échéant, désignation d'experts). La SER émet un avis favorable, défavorable ou demandes complémentaires. Elle valide en outre l'étiquetage.

Accréditation et agrément des organismes de contrôle

La SOC vérifie que l'organisme certificateur a obtenu l'accréditation du Comité français d'accréditation (Cofrac), c'est-à-dire qu'il est conforme aux dispositions de la norme EN 45011 en matière d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Cette accréditation permet une reconnaissance internationale des organismes certificateurs.

L'agrément est accordé par arrêté interministériel.

Comme dans le cas des labels, l'agrément est donné pour une certification donnée (label, CCP, etc.) et un produit donné (viande de porc, etc.).

Validation des cahiers des charges et de l'étiquetage

Le cahier des charges et l'étiquetage sont validés par la CNLC.

Accréditation et agrément des organismes de contrôle

La SOC vérifie que l'organisme certificateur a obtenu l'accréditation du Comité français d'accréditation (Cofrac), c'est-à-dire qu'il est conforme aux dispositions de la norme EN 45011 en matière d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Cette accréditation permet une reconnaissance internationale des organismes certificateurs.

De plus, l'agrément de l'organisme certificateur est accordé, au regard de sa compétence, par arrêté interministériel pour une période de trois ans, le plus souvent après une période probatoire d'un an et ce **par produit**.

Homologation des cahiers des charges

Après l'avis favorable de la SER, le cahier des charges fait l'objet d'une homologation par arrêté interministériel (agriculture et consommation) éventuellement assortie d'une période probatoire.

➤ *A la différence des autres signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, la procédure de la CCP repose sur une validation du cahier des charges par la CNLC et non sur une homologation interministérielle. Cela correspond à une des volontés des protagonistes : assouplir la procédure. Exception faite, pour les cas de CCP couplées avec une IGP.*

Une question plus générale de procédure se pose concernant les organismes certificateurs : l'agrément par les pouvoirs publics est-il nécessaire, la seule accréditation n'est-elle pas suffisante ?

3.3.2 Rôle des rapporteurs et des experts dans l'attribution des labels et des CCP

L'examen des dossiers adressés à la CNLC est réalisé par des rapporteurs et/ou des experts en fonction du type de certifications demandées dont les rôles diffèrent. Nous reprenons ici les éléments du règlement intérieur de la CNLC qui les définit.

3.3.2.1 Les rapporteurs

Selon le règlement intérieur de la Section Examen des référentiels de la CNLC, lorsqu'un dossier est mis en consultation publique, la section nomme deux rapporteurs chargés d'étudier un dossier déterminé avec un échéancier prévisionnel. Les rapporteurs ne peuvent pas appartenir au même collège. Un membre de la section qui se verrait proposer un dossier dans lequel il est impliqué directement ou à la rédaction duquel il a participé, doit refuser d'être rapporteur. Les rapporteurs ont pour mission, au vu de l'ensemble du dossier de faire une proposition d'avis à la section sur la conformité du référentiel aux exigences requises.

Dans les cas de demandes de **labels** et dons soumises à l'homologation, ils ne contactent pas le demandeur ou l'organisme certificateur concerné. Ils peuvent par contre prendre contact avec le responsable de l'expertise lors de l'examen du dossier. Si, exceptionnellement et pour des raisons motivées, les rapporteurs estiment nécessaire d'avoir un contact avec le demandeur, ils en réfèrent préalablement et pour avis au Président de la SER.

Dans le cas d'un examen de dossier de demande de **certification de conformité de produit**, aucun expert n'est désigné, les rapporteurs prennent contact avec le demandeur s'ils le jugent utile.

3.3.2.2 Les experts

Selon le règlement intérieur de la SER, le Président de la section nomme un ou deux experts chargés d'étudier un dossier déterminé avec un échéancier prévisionnel.

En cas de nomination de deux experts, les experts doivent se concerter pour la réalisation de l'expertise, notamment pour :

- organiser le contact avec le demandeur
- la rédaction d'un rapport d'expertise et sa transmission au secrétariat de la section.

Les experts ont pour mission d'examiner l'ensemble du dossier transmis par le demandeur, à l'exception des éléments relatifs à l'étiquetage. Ils établissent un rapport commun qui examine :

- Dans tous les cas :
 - Le respect des usages professionnels
 - Le fait que des caractéristiques certifiées communiquées son significatives, objectives et mesurables
 - L'efficacité du plan de qualité décrit par rapport aux objectifs du demandeur : les mesures décrites doivent permettre d'obtenir le produit tel qu'il a été défini.

Il examine en outre :

- Dans le cas du label :
 - La réalité de la qualité supérieure du produit
 - Le dossier relatif à l'analyse sensorielle
 - L'étude de la faisabilité technique et économique
 - La conformité avec la notice technique, lorsqu'elle existe.
- Dans le cas d'une certification de conformité de produit :
 - La différence du produit certifié avec un produit courant
 - Le cas échéant, le dossier relatif à l'analyse sensorielle.

Pour ce faire, ils rencontrent les demandeurs mais ne rencontrent pas l'organisme certificateur concerné. Les réponses données par le demandeur, suite à l'envoi du rapport des experts, sont examinées de la même manière par les experts, dans un délai de 15 jours.

Les experts ne formulent pas de conseils aux demandeurs.

➤ *Il existe des différences notables entre les rôles joués par les rapporteurs et les experts dans les demandes d'AOC (via l'INAO) ou dans les demandes de CCP et de label (via la CNLC).*

Les rapporteurs d'un dossier de l'INAO sont trois ou quatre, le plus souvent des professionnels, tandis que ceux de la CNLC sont deux rapporteurs avec parfois un expert. L'interaction avec les demandeurs est en conséquence très différente dans les deux cas. Les rapporteurs de l'INAO semblent travailler selon une plus grande proximité (liée notamment à

leur profession). Ces échanges s'appuient sur une responsabilisation de la discipline des professionnels.

Dans le cas d'une demande de CCP, l'intervention d'un expert n'est pas nécessaire ; les contacts entre le demandeur et les pouvoirs publics peuvent être très limités. Dans ce cas, l'organisme certificateur joue un rôle important dans l'élaboration du cahier des charges. Or, ce dernier n'a pas forcément de compétence en termes de conseil.

Le conseil est actuellement assuré de façon ponctuelle par la CNLC ou certains bureaux de la DPEI, parfois par les chambres d'agriculture ou les collectivités territoriales mais sans être organisé en tant que tel (les demandeurs de label peuvent aussi s'appuyer sur le Cerqua).

Ne manque-t-il pas dans le dispositif un « maillon conseil », assuré par exemple, par un service déconcentré de l'État qui pourrait accompagner les demandeurs de certifications ?

3.3.3 Les demandeurs d'un signe officiel

Les demandes d'AOC ou de label sont obligatoirement déposées par des organisations collectives, tandis que les CCP peuvent être aussi demandées par un opérateur individuel.

- Toute demande d'AOC est initiée par un « **syndicat de défense** » composé de producteurs agricoles mais ayant souvent une forme interprofessionnelle. Ces syndicats sont chargés outre l'élaboration des pré-dossiers de demande d'AOC, de son suivi, de son développement et de sa promotion.
- Le label est obligatoirement détenu par une structure collective ou de filière, appelée « **groupement de qualité** ». Il s'agit d'une structure, quelle que soit sa forme juridique, à laquelle collabore l'ensemble des opérateurs de la filière concernée par la démarche label (producteurs, transformateurs, fournisseur).
- La CCP peut être demandée par une organisation collective ou un opérateur individuel. Il peut s'agir d'un groupement ou d'une association de producteurs, d'acteurs d'une filière, d'une entreprise agroalimentaire, d'un fournisseur, d'un distributeur, etc.

➤ *La certification de conformité de produit fait donc figure d'exception puisqu'elle peut être portée par une organisation collective mais aussi par un opérateur individuel. En outre, à la différence des autres signes, les demandeurs sont propriétaires du signe et peuvent donc en « fermer » l'entrée à d'autres opérateurs économiques (sauf lorsque la CCP est couplée à une IGP).*

Le fait que la CCP puisse reposer sur un opérateur individuel renvoie à la question du conseil et de la possibilité d'adapter le produit à la situation économique globale. Certaines CCP peuvent manquer du soutien que pourrait apporter une organisation collective professionnelle ou interprofessionnelle en matière de gestion, de suivi de la démarche et pour assurer sa promotion.

En outre, dans le cas où le demandeur est un distributeur et qu'il dépose des cahiers des charges pour des producteurs, ne va-t-il pas au-delà de ses compétences ?

3.3.4 La « représentation » : organisation de promotion et de défense

L'existence d'une structure ou d'un organisme de promotion introduit une différence importante dans la communication et l'ajustement des signes.

L'INAO joue ce rôle pour les promotions et la défense des AOC, mais peut-être ne communique pas assez..

Le CERQUA (Centre de Développement des Certifications des Qualités Agricoles et Alimentaires) est une organisation professionnelle qui rassemble l'ensemble des groupements détenteurs de labels. Ses moyens et ses actions ne sont cependant pas comparables à ceux de l'INAO pour les AOC.

Quant à la CCP, les demandeurs n'étant pas nécessairement constitués autour d'une organisation collective, il n'existe pas de réel regroupement de promotion. Le CEPRAL, Association pour la promotion de systèmes de certification de produits du secteur agro-alimentaire, joue pour une part ce rôle mais de façon tout à fait mineure. Cette organisation professionnelle regroupe certains des organismes certificateurs.

➤ *La CCP semble là-aussi manquer d'une structure qui permettrait d'assurer sa promotion en aval et participerait ainsi à sa lisibilité sur le marché.*

Notons que lors de la crise bovine, l'intervention ponctuelle du CIV qui a travaillé en relais et avec la presse, a permis une certaine reconnaissance des garanties apportées sur la viande certifiée.

Une organisation représentant les produits certifiés pourrait participer à une meilleure gestion de la communication, de l'information et de la promotion de ces produits, ainsi qu'un ajustement des productions (quantités, évaluations technico-économiques etc.).

3.3.5 La construction de la « preuve » : objectivation de la qualité

Afin de constituer les dossiers d'obtention d'un signe officiel d'identification de la qualité et de l'origine, les demandeurs doivent apporter un certain nombre de preuves qui s'appuient sur des registres et des procédures différents selon les signes. Les éléments constitutifs de ces « preuves » de la qualité ou de la spécificité d'un produit participent fortement à l'équipement de la perception du produit. Ils font partie intégrante du dispositif sociocognitif mis en place.

3.3.5.1 AOC : notoriété et typicité du produit

Les syndicats de défense doivent apporter dans leur dossier de demande d'AOC deux types de preuves caractérisant le lien entre le produit et le terroir :

- l'ancienneté de la **notoriété** du produit dans la zone géographique concernée mais aussi au-delà ; cet argumentaire est basé sur des données historiques, littéraires (extrait d'ouvrage d'auteur réputé mentionnant le produit, etc.)
- la **typicité** du produit, par la présentation des facteurs naturels (climat, etc.), techniques et humains (mode de production, savoir-faire, etc.).

Ces points doivent en effet répondre à la définition de l'AOC qui précise que les caractéristiques du produit sont dus « exclusivement ou essentiellement » au milieu géographique. Outre, les données précisées précédemment, le syndicat doit constituer un dossier contenant un étude économique (marchés, prix, circuits, valeur-ajoutée par rapport aux produits similaires, etc.).

Pour ce faire, les syndicats ont parfois recours à des experts pour apporter un appui distancié et argumenté, à l'établissement de la preuve. « Le recours à des tiers remplit une double fonction : permettre le détachement nécessaire à l'objectivation et assurer la médiation entre le groupe local et les institutions » (Letablier, 2000). Les conditions « naturelles », les savoir-faire, la dimension culturelle, l'ancienneté sont évoqués.

Différents experts sont interpellés pour porter l'argumentaire :

- ethnologue/historien : construction du lien entre un produit et des traditions et savoir-faire locaux (Bérard, Marchenay, 1998) ;
- agronome/géographe : construction du lien entre un produit et les caractéristiques naturelles locales (potentialité du sol, climat, hydrologie etc.) (Salette, 1996, 1997).

Le processus de qualification du produit doit donc aboutir à la construction d'un lien entre le produit et le terroir qui fasse sens pour des consommateurs situés dans d'autres zones géographiques et sur un marché parfois international.

Parfois, le lien « implicite » entre le produit et le territoire est faible et l'AOC n'est pas envisageable (par exemple, le foie gras). Dans ce cas, une IGP, basée sur un label ou une certification de conformité de produit, peut être demandée.

C'est le cas, par exemple, de « l'huile d'olive de Toscane » qui a obtenu une IGP en 1998 (cf Belletti, 2000) : les demandeurs ont voulu protéger l'utilisation de la dénomination « Toscane ». En 1994, à l'initiative d'un grand nombre d'oléiculteurs et avec l'appui de l'administration de la région, une AOP est demandée. Celle-ci est refusée par la commission européenne pour la faiblesse du lien entre le produit et l'environnement géographique et l'absence d'homogénéité des huiles provenant de plusieurs aires de production de la Toscane. Le groupement a alors demandé une IGP, dont le lien entre le produit et le territoire est plus distendu, et qui apparaît plus adapté car la zone géographique est très grande.

Cependant, Tanguy (2002) montre que l'IGP semble avoir réglé les désaccords sur la dénomination et la délimitation de l'aire géographique mais n'a pas réussi à mettre en place une véritable stratégie de valorisation.

➤ *A la différence de l'IGP qui s'appuie sur la réputation d'un produit, l'AOC s'appuie sur sa notoriété dont l'ancienneté dans le temps doit être prouvée.*

La construction de la « preuve » repose dans le cas de l'AOC sur une forte coordination des acteurs locaux et du syndicat de défense. Elle repose sur une forme de médiation tout à fait spécifique entre les producteurs et les institutions basée notamment sur des expertises et des documentations historiques. C'est une construction de l'offre appuyée sur une notoriété qui ne fait pas intervenir d'analyse de la « demande ».

3.3.5.2 Label : analyse sensorielle et test hédonique

L'appréciation de la qualité supérieure porte sur :

- des critères objectifs et significatifs portant sur tout le schéma de vie du produit, mais aussi sur l'image du produit
- des profils sensoriels et des tests hédoniques, confiés à des « jury de consommateurs »
- des notices techniques fixant les critères minimaux.

L'analyse sensorielle est complémentaire à la mesure physique. Elle permet d'approcher la perception humaine liée aux différents sens que sont la vue, l'odorat, l'ouïe, le goût et le toucher et de modéliser l'effet qu'aura un produit sur l'individu consommateur.

La **qualité sensorielle** peut être définie comme l'ensemble des propriétés d'un produit, perçues par les sens, liées à la fois au produit et à la perception sensorielle qu'en ont les sujets. Par ailleurs, la **qualité hédonique** est l'appréciation affective que portent les consommateurs sur un produit, sur la base de ses propriétés sensorielles. La qualité sensorielle est « mesurée » par l'individu identifiant la nature des stimuli et indiquant leur intensité. La qualité hédonique est caractérisée lorsqu'il indique le niveau de plaisir ou de déplaisir ressenti.

Pour la CNLC, les analyses sensorielles hédoniques doivent être effectuées par un jury composé de 60 personnes au moins. Les tests organoleptiques doivent être réalisés dans le dernier tiers de la durée de la vie du produit.

➤ *La « preuve » de la qualité supérieure du système label s'appuie sur l'analyse sensorielle du produit. C'est une preuve « scientifique » qui en assure la crédibilité. Dans ce cas, la médiation entre les producteurs et les institutions repose pour une part sur l'évaluation des goûts et des jugements des consommateurs ; on se situe issue dans une co-construction de l'offre et de la demande.*

3.3.5.3 CCP : évaluation de référentiels techniques

Les caractéristiques spécifiques d'un produit certifié reposent sur des critères mesurables, traçables et significatifs, consignés dans un cahier des charges, qui est soit :

- un document contenant des spécifications de type normatif élaboré par un opérateur individuel ou une structure collective, appelé « référentiel ».
- une norme : la norme est une règle du jeu non obligatoire. Elle est évolutive, élaborée par un organisme reconnu associant tous les partenaires concernés (producteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs et administrations) qui, en France, est l'Association française de normalisation (afnor).

Le demandeur doit prouver qu'au moins deux caractéristiques du produit vont au-delà des normes techniques en vigueur.

Certaines demandes de CCP font référence à des caractéristiques sensorielles (saveur, goût, croquant, etc.) un profil sensoriel doit être joint au dossier et faire l'objet de suivi. Un test hédonique pourra être demandé, selon la formulation de la communication (meilleure acceptation du consommateur, par exemple).

➤ *Pour ces dossiers, la question de la limite par rapport à la procédure label se pose. Les produits sous label et sous certification de conformité de produit proposant ce type d'argumentaire dans le dossier semblent être très proches. Est-ce que les CCP dans ces cas peuvent être envisagées comme des « marches » vers les labels ?*

➤ *Dans le cas des demandes de certification de conformité de produit, la « preuve » de la qualité spécifique repose sur une comparaison avec des référentiels techniques. La « voie » des consommateurs est entendue par la présence au sein de la CNCL, d'associations de*

consommateurs. Cependant, il n'existe pas d'analyse de la demande et du positionnement des produits dans ce système.

➤ Ce système où les médiations entre les demandeurs et les institutions sont peu nombreuses (pas d'organisation collective professionnelle, pas d'organisation de promotion, pas de recours à une expertise dans la constitution des dossiers, pas d'analyse des goûts des consommateurs, etc.) semble avoir laissé une marge de manœuvre importante aux opérateurs qui ont pu adapter cet outil à leurs propres stratégies.

3.3.6 Etiquetage

Nous distinguons les caractéristiques certifiées communicantes, les mentions obligatoires et les mentions spécifiques ainsi que les différents logos.

3.3.6.1 Caractéristiques certifiées communicantes

La présentation des produits faisant état d'un label ou d'une certification de conformité de produit doit indiquer les principales caractéristiques certifiées, dites « caractéristiques certifiées communicantes ». Ces caractéristiques, au minimum deux, sont rigoureusement identiques à celles validées dans le référentiel. Elles doivent être objectives et exprimées de façon claire. Elles ne doivent pas être redondantes et expliquer deux fois un même critère.

Elles doivent être précédées de la mention « **caractéristiques certifiée** » pour les produits sous certification de conformité de produit et de la mention « **caractéristiques contribuant à la qualité supérieure** » pour les produits sous label. Elles doivent toutes figurer avec les mêmes caractères (même police et même taille), de façon suffisamment lisible.

Elles figurent dans le même champ visuel que la référence à l'organisme certificateur ainsi que, le cas échéant, le signe distinctif matérialisant le label ou la certification de conformité de produit. Elles sont inscrites sur la face visible du produit présenté à la vente.

En plus de ces caractéristiques certifiées communicantes, le produit certifié peut comporter des **allégations** conformes à la réglementation en vigueur, dans les conditions suivantes :

- lorsque les allégations portent sur des notions qui font précisément l'objet des caractéristiques certifiées communicantes (ex : mode d'élevage, alimentation...) leur contenu ne doit pas s'en écarter ; une caractéristique certifiée communicante peut être répétée sur l'étiquetage ; elle peut être expliquée à condition que l'information complémentaire apportée ne dénature pas la signification de cette caractéristique
- les allégations utilisées doivent figurer explicitement dans le référentiel et doivent être démontrées et contrôlées par l'organisme certificateur
- les allégations mentionnées sur l'étiquetage ne doivent pas occulter les caractéristiques certifiées (pas de mise en avant excessive).

Le label s'est doté d'une charte d'étiquetage, acceptée par l'ensemble des représentants de la filière agroalimentaire, producteurs, entreprises agroalimentaires et distributeurs qui autorise l'apposition d'une **marque commerciale** dès lors que la signature collective du groupement qualité reste prépondérante et qu'il n'y a pas de juxtaposition avec le logo Label Rouge.

La signature d'une entreprise ou d'un distributeur est possible si elle est accompagnée pour les transformateurs d'une mention valorisante (sélection, prestige, etc.) et pour les distributeurs, des mentions « *sélectionné pour...* » ou « *distribué par...* ».

➤ *Les caractéristiques certifiées communicantes sont une donnée importante du dispositif sociocognitif de la CCP car elles peuvent être la seule « information », le seul lien entre le producteur et le consommateur (le logo étant facultatif).*

La question de la lisibilité et de la compréhension de ces caractéristiques se pose donc fortement. Or, celles-ci, en adéquation avec la définition de la CCP sont souvent basées sur le registre « technique », informant que telle caractéristique est supérieure à la norme en vigueur.

A titre d'exemple, les caractéristiques communicantes peuvent être « âge mini abattage 175j » (cochon), « durée d'élevage mini 140 jours » (chapon), « teneur en sucre garantie : au minimum à 12° brix » (melon), « jaune de l'œuf bien coloré (11 à 13 sur l'échelle de Roche)».

Par comparaison avec les Appellations d'origine contrôlées dont on a vu que la construction du lien entre le produit et le terroir pouvait s'appuyer sur des connaissances des consommateurs qui permettent de donner un sens à ce lien, la CCP utilise un registre de connaissances que les consommateurs ne possèdent pas. Or, certaines des caractéristiques certifiées communicantes utilisées font comme si les consommateurs pouvaient évaluer qu'elles se situent au-delà de la norme en vigueur.

Il semble que la nature, voire l'utilité des caractéristiques certifiées communicantes telles qu'elles sont aujourd'hui, peut-être mise en question.

3.3.6.2 Mentions obligatoires

L'étiquetage des produits doit comporter le nom de l'organisme certificateur³³. Le cas échéant, la marque collective de certification déposée par l'organisme certificateur doit également être apposée, telle qu'elle figure dans le dossier d'agrément de l'organisme certificateur. Ces mentions figurent dans le même champ visuel que les caractéristiques certifiées, qu'elles ne doivent pas occulter.

Concernant les produits sous label, le nom du groupement qualité et son adresse doivent figurer de manière explicite sur la face visible du produit.

3.3.6.3 Mentions spécifiques

Agriculture raisonnée

Le concept de l'agriculture raisonnée n'est pas certifiable en tant que tel puisqu'il ne s'agit pas d'une certification d'un mode de production mais d'une qualification d'une exploitation liée à son mode de gestion. Toutefois, il est possible de certifier une caractéristique ou une règle de fabrication en liaison avec une démarche de maîtrise de l'impact environnemental lorsque cette mesure permet de différencier le produit et apporte une amélioration qualitative objective du produit.

Dans les demandes de CCP, cette caractéristique certifiée communicante ne peut pas faire référence aux mots « agriculture raisonnée » ou toute formulation de même nature. Cette communication ne permet pas de communiquer sur un effet bénéfique pour la sécurité du consommateur.

³³ Article 41 du décret du 12 mars 1996.

Respect du bien être animal

Le respect du bien être animal relève d'une réglementation de base communautaire et n'est pas certifiable en tant que tel sauf s'il est démontré que celui-ci a un effet sur la qualité objective du produit. Dans ce cas, une caractéristique communicante du type « respect des bonnes pratiques d'élevage et du bien être animal » peut être utilisée.

Origine et traçabilité : le cas de la viande bovine

Afin d'éviter une confusion de la part des consommateurs entre une indication de provenance sur un produit sous signe officiel de qualité et une indication géographique protégée, il a été décidé d'interdire toute communication géographique sur un produit sous signe officiel de qualité ne bénéficiant pas d'une IGP³⁴ sauf exigences réglementaires communautaires spécifiques, par exemple, la viande de bœuf.

En effet, dans le cadre de la politique agricole commune, de nombreux produits ont fait l'objet de la définition d'une organisation commune des marchés. De telles organisations communes comprennent des dispositions économiques mais aussi des dispositions visant à définir la composition des produits et leur étiquetage (par exemple, des normes communes de commercialisation). Cela a notamment été le cas de la viande bovine (ainsi que fruit et légumes, huiles d'olive, matières grasses tartinables, œufs, produits de la pêche et de l'aquaculture, viandes de volailles, vins et vins mousseux).

Le marché français de la viande a donc géré l'après-crise de l'ESB par la traçabilité des viandes bovines comme réglementation. Ainsi, la nouvelle réglementation en 2000 sur l'étiquetage de la viande bovine, prévoit de faire figurer l'origine : « né, élevé et abattu... » ainsi que le numéro d'abattoir et de découpe. Dans le cas « né, élevé et abattu en France » l'étiquetage peut comporter la mention « origine France ».

Concernant la certification de conformité de produit, une caractéristique certifiée communicante relative à la traçabilité ne peut apparaître qu'en troisième position. Lorsque le référentiel fait référence à la traçabilité dans ses caractéristiques communicantes, il convient de démontrer en quoi ceci est différent de la pratique courante et jusqu'à quelle entité il est possible de remonter. Le terme « traçabilité » est considéré comme synonyme de l'expression « identification et suivi », « identifié et suivi » ou « identifié et contrôlé ».

➤ *La question ici se pose de l'utilité de la CCP dans le cas de la viande bovine : a-t-on besoin d'une CCP pour étiqueter des mentions qui relèvent pour la plus part de la réglementation ? La CCP semble avoir été moteur par la possibilité de rendre ce type de caractéristiques communicables mais ne semble pas avoir suffisamment évolué.*

Quel doit être aujourd'hui le rôle de ces caractéristiques communicantes ?

3.3.6.4 Les logos nationaux et communautaires

Les logos permettant de reconnaître les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine et les protection communautaire n'ont pas le même statut. L'AOC n'a pas de logo sauf pour les fromages.

³⁴ Notons que la raison sociale de l'entreprise comportant une référence géographique pourra être mentionnée sur l'étiquette sous réserve de ne pas prêter confusion pour le consommateur avec une indication de provenance ou d'origine.

Le logo *Label rouge* : public et obligatoire

Le logo *Label rouge* est une propriété du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales. Son usage est obligatoire. Le règlement d'usage du logo *Label rouge* impose que soient mises en valeur sur l'étiquetage : l'identification, la marque ou la signature du groupement qualité. Le cas échéant, l'IGP.

Le logo de la certification de conformité de produit « CQ » : privé et facultatif

Le logo « CQ » est privé. Il appartient à Interbev et au Cepral. Il est facultatif. Il remplace depuis 2002 les deux logos privés : « Atout Qualité Certifié » et « Critères Qualité certifiés ». Dans le cas d'une certification sur la base de norme, le détenteur utilise le logo « NF agro-alimentaire » (ainsi que les caractéristiques certifiées).

Le logo de la certification du mode production biologique « AB » : public et facultatif

Le logo français « AB » est une marque collective de certification, propriété du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales.

Son emploi implique d'avoir une traçabilité totale des produits et de les soumettre au contrôle d'organismes certificateurs agréés et accrédités.

Le logo « AB », qui définit un mode de production particulier, peut être apposée sur des produits bénéficiant déjà d'une AOC, d'un label ou d'un certificat de conformité. Il est facultatif.

Les logos communautaires : facultatifs

En plus de ces logos nationaux, il existe des logos communautaires. L'union européenne a créé pour les appellations d'origine protégées, les indication géographique protégée et l'attestation de spécificité, trois logos quasiment identiques, bleu et jaune avec douze étoiles.

Les logos des appellations d'origine protégées et indication géographique protégée portent les mentions « appellation d'origine protégée » et « indication géographique protégée » ; l'attestation de spécificité a un logo portant la mention « spécialité traditionnelle garantie ».

Ils comportent en outre une représentation graphique : des sillons d'un champ labouré. Leur usage n'est pas obligatoire.

Le logo « AB » est identique aux précédent mais la couleur verte s'est substituée au jaune et les sillons ont été remplacés par un épi de blé.

➤ *Certains logos peuvent « se superposer » sur un même produit et introduire par là une confusion dans leurs significations. Ainsi, du fait de la définition très proche, de l'AOC et de l'AOP, un même produit peut avoir la mention « Appellation d'origine contrôlée » et le logo AOP. Quant à l'agriculture biologique, par définition, elle peut être complémentaire des autres signes et le logo peut ainsi être apposé sur un produit ayant déjà une AOC, un label ou une certification de conformité de produit.*

➤ *Le fait que le logo de la certification de conformité de produit soit facultatif semble correspondre à la tendance actuelle en matière de signalisation, notamment de la communauté européenne.*

➤ *Le statut « privé » de ce même logo semble par contre problématique pour un signe officiel, garanti par l'Etat. Il le positionne « à part » des autres signes de qualité et rend par*

là, la compréhension du dispositif global des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine plus difficile.

3.3.7 Les contrôles : le « tiers » qui certifie

Les contrôles des cahiers des charges sont réalisés pour le label, la certification de conformité de produit et le mode de production biologique par un organisme certificateur qui assure le contrôle de la maîtrise de la qualité à tous les stades de production et d'élaboration du produit. L'organisme certificateur est agréé par la SOC au regard de la norme EN45011 en matière d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence.

➤ *Ce contrôle par un organisme tiers permet de parler de “certification”. Or du point de vue de la communication et de la compréhension des signes officiels, seule la CCP utilise le vocable “certification” et “certifié”, en particulier dans le logo “critères qualité certifiés”. Or si tous les signes officiels sont des certifications, cela ne peut-il pas entraîner une confusion ?*

Les Appellations d'origine contrôlées, elles ne sont pas contrôlées par un organisme certificateur. Les contrôles sont réalisés par l'INAO.

➤ *Ce point renvoie à une question : peut-on réellement considérer que l'INAO est une tierce partie indépendante, même si par définition c'est le statut de la fonction publique ? Même si les personnes concernées ne sont pas les mêmes, une structure de conseil et de promotion, peut-elle être aussi une structure de contrôle ?*

4 La compréhension de la CCP sur le marché

Dans cette partie, nous reprenons certains des résultats d'études auprès des consommateurs et nous dégagerons l'identification commune et la spécificité de chacun de ces signes. En effet, si l'on cherche à caractériser la compréhension de ces quatre signes sur le marché, deux registres semblent devoir être explorés :

- une identification commune : la garantie apportée par l'État
- une distinction de signification. Le problème ici n'est pas le type d'information mais le sens qu'elle recouvre.

4.1 Les études réalisées auprès des consommateurs

Nous reprenons ici les résultats de deux études réalisées auprès de consommateurs :

- L'étude réalisée par le Credoc « les Français, la qualité de l'alimentation et l'information » concerne « la perception qu'ont les français de la qualité de l'alimentation, et sur les signes de qualité et l'information qui s'y rapportent ». Cette étude réalisée en

février 2001, à la demande de l'Institut National de la Consommation, a été conduite auprès de 800 personnes représentatives de la population française de 18 ans et plus³⁵.

- Le sondage TN sofres-Distribution demandée par la Fédération des entreprises, du commerce et de la distribution (FCD) en octobre 2000 : « Que faut-il mettre sur l'étiquette ? ». Il a été réalisé auprès de 450 « maîtresses de maison, personnes responsables des achats de produits courants du ménage » (échantillon représentatif selon la méthode des quotas).

4.1.1 Comparaison entre les différents signes

Le Credoc positionne clairement son étude dans un **contexte de « crises alimentaires récurrentes »**, période qui débute en 1996 par l'annonce d'une possible transmission du prion du mouton à la vache et de la vache à l'homme. L'étude montre ainsi qu'en quelques années, « l'inquiétude s'est diffusée dans toute la population ». Notons, cependant la spécificité de la question posée³⁶ à partir de laquelle le Credoc tire cette conclusion : « les produits alimentaires présentent-ils des risques pour la santé ? ». Ils sont en 1997, 55 % à répondre « oui, des risques légers » et « oui, des risques importants » contre 70 % en 2000. La réponse, « non, pas de risque du tout », passe quant à elle pour la même période de 11% à 5 %. C'est donc une inquiétude par rapport à la santé qui est relevée ici.

4.1.1.1 Les critères de qualité des aliments : goût, apport nutritionnel, sécurité sanitaire, origine

L'étude s'attache à comprendre ce que signifie un « aliment de qualité » pour les consommateurs. Elle montre que les consommateurs y associent en premier lieu le « **goût** ». Ainsi à la question « Parmi ces six critères de qualité des aliments, lequel est pour vous le plus important ? Et en second ? Et en troisième ? », 40 % cite le « goût » en premier critère (80 % pour la somme des citations), arrive ensuite, toujours comme premier critère : les « apports nutritionnels » (17 %), « l'absence de risques sanitaires » (15 %), la « garantie sur l'origine » (14 %), le « caractère naturel ou bio » (9 %) et enfin la « facilité d'utilisation » (3 %). Les premiers critères associés à la qualité d'un produit ne relèvent donc pas de préoccupation « sanitaire » mais du goût. Notons cependant, l'association des termes « garantie » et « origine » dans une même proposition ne permet pas d'interpréter si le critère repose sur une notion de contrôle officiel de l'origine (traçabilité) ou d'une association entre un produit et son origine.

Quoiqu'il en soit, à une question ouverte assez proche « A quoi associe-t-on d'abord un aliment de qualité ? », 30 % des interviewés répond le « **plaisir** », ce qui confirme bien la dimension hédonique.

Cette question ouverte permet en outre de faire ressortir, en deuxième position « **le type de production** » (cité par 22 % des interviewés). C'est en effet, une forte particularité du secteur agro-alimentaire : les consommateurs se préoccupent de la façon dont sont élaborés les produits, ce qui n'est pas le cas pour la plupart des autres secteurs (automobile, etc.). Les conditions de production, et leurs conséquences sur l'environnement, etc., apparaissent importants. A la question « quelle importance accordez-vous aux conditions de production

³⁵ Représentativité assurée selon la méthode des quotas : sexe, âge, profession et catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage, région, catégorie de commune.

³⁶ L'étude s'appuie pour cela, sur une autre étude réalisée par le Credoc : les « Enquêtes sur les conditions de vie et aspirations »

des aliments, par exemple : le bien être de l'animal, le respect de l'environnement, etc. ? », 79 % répond « beaucoup d'importance ».

➤ Cette appréciation par les consommateurs confirme l'intérêt croissant porté à l'agriculture biologique.

4.1.1.2 Connaissance des « signes de qualité »

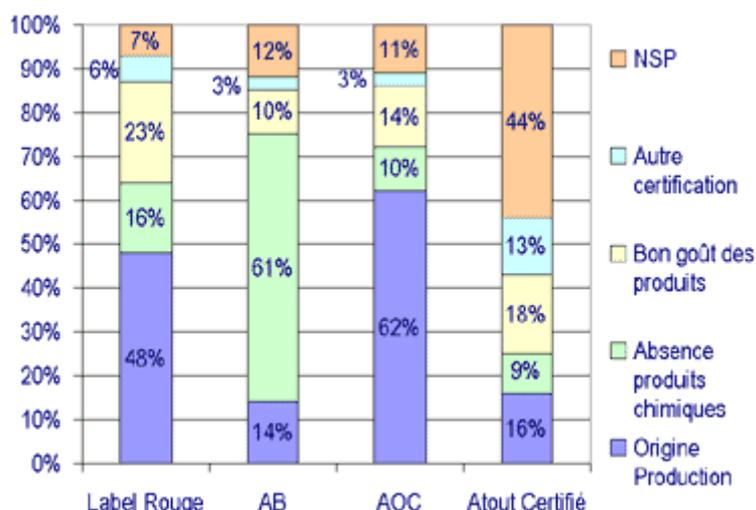
L'étude du Credoc se focalise ensuite sur l'analyse de la perception des signes de qualité par les consommateurs. Comme nous l'avons vu précédemment, si le dispositif mis en place pour chacun des signes permet aux consommateurs de se repérer et de « rationaliser au moindre coût ses choix », encore faut-il qu'ils les reconnaissent et leur fassent confiance.

La **notoriété spontanée** (réponse à la question ouverte sur les « signes de qualité connus »), le label rouge arrive en tête (43 %), puis l'agriculture biologique (18 %), l'AOC (12 %), norme française (8 %), origine (7 %), Produit en France (6 %), autres labels (5 %), et enfin, Atout certifié (2 %).

4.1.1.3 Les garanties apportées par les signes officiels de qualité

Après un chiffre global de confiance dans les « signes de qualité » pour 70 % des interviewés, l'étude montre la très faible identification et distinction réalisée entre les différents signes.

Le questionnaire propose aux enquêtés, pour les quatre signes officiels, de caractériser le type de garantie qui s'y rapporte (graphique 1). Nous reprenons les données obtenues par l'enquête menée par le Credoc, cependant, les commentaires que nous en faisons ne sont pas les mêmes. Ainsi pour les données suivantes, le Credoc met en avant la « dichotomie entre les labels reconnus, dont une majorité de consommateurs connaît à peu près le contenu et les autres, plus vagues ». Nous voudrions ici nuancer cette interprétation.



Graphique 1. Connaissance de ce que garantissent différents signes de qualité alimentaire

Source : Credoc-Inc (2001)

AOC et Agriculture biologique : deux signes clairement et justement identifiés

Si l'on regarde globalement les taux de réponse, deux signes apparaissent clairement identifiés par rapport à la garantie qu'ils apportent : l'AOC est associée pour 62 % des consommateurs à « l'origine de production » et l'agriculture biologique est associée pour 61 % des consommateurs à « l'absence de produits chimiques ». Pour l'un, comme pour l'autre, cela correspond assez bien à leur positionnement.

Notons, pour ces deux signes, le faible taux de réponse correspondant à « autre certification » (3 % pour les deux signes) et « NSP » (12 et 11 %) ; ce qui montre une certaine lisibilité de ces signes pour les interrogés.

Label Rouge : un signe identifié à l'origine du produit

Comparativement aux deux signes précédents, le label malgré sa forte notoriété, apparaît *in fine* moins clairement et moins justement caractérisé.

En effet, 48 % des consommateurs pense que le label garantit « l'origine du produit », 23 % « son bon goût », et 16 % « l'absence de produits chimiques ».

Plusieurs éléments peuvent être dégagés de cette répartition :

- Le positionnement « qualité supérieure » du label ressort sur deux critères : « le goût » et « l'origine du produit » (rappelons que 14 % des interviewés pose la « garantie de l'origine » comme premier critère d'un produit de qualité) ;
- Près d'un consommateur sur deux associe les produits sous label à leur origine de production ; ce n'est pas « l'essence » du label, cependant, on peut faire l'hypothèse que les consommateurs ont associé certains labels très réputés, notamment dans le secteur des volailles, à un lieu géographique, mais aussi certainement à l'association de label d'autres secteurs avec des dénominations d'origine. C'est peut-être donc le couplage avec l'Indication géographique protégée (IGP) qui contribue à sa notoriété.

➤ *Le label semble un signe reconnu pour une certaine « qualité globale » du produit, correspondant à la fois à son origine de production, son goût et son mode de production, mais qui n'est peut-être pas aussi « distingué » que peuvent l'être l'AOC, ou l'agriculture biologique.*

Certification de conformité de produit : un contenu peu connu

Comme nous l'avons vu, la certification de conformité de produit ou son logo lors de l'enquête « atout certifié » est très faiblement citée spontanément (par 2 % seulement des consommateurs). En outre, dans la question présente, lorsque le signe est présenté, les garanties qu'il peut apporter sont-elles aussi méconnues. Notons, le taux très élevé de réponse « NSP » (44 % des interviewés) et « autres certifications » (13 %) ainsi que l'éclatement des autres réponses : 18 % , « bon goût », 16 % « origine », 9 % « absence de produits chimiques.

➤ *L'intitulé même du signe de qualité joue probablement un rôle non négligeable. Tant l'Appellation d'origine contrôlée que l'Agriculture biologique contiennent les « mots clés » qui les caractérisent, « origine » pour le premier et « biologique » pour le second. Le terme « label » a une connotation générique de qualité ou de distinction mais qui n'apporte pas de discrimination par rapport aux autres. Le logo « atout certifié » (logo en vigueur lors de*

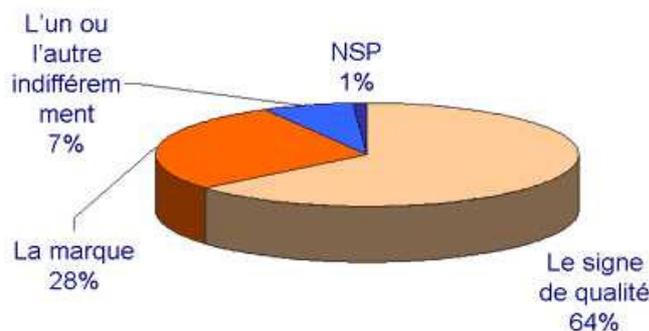
l'enquête) correspondant à la certification de conformité de produit, est difficilement interprétable tel quel.

4.1.1.4 Comparaison entre les marques et les signes de qualité

Un autre point de l'étude menée par le Crédoc est intéressante pour notre étude, il s'agit de la comparaison avec les marques. A la question « *Si vous aviez à choisir entre un produit portant un signe de qualité et un produit de marque connue, A PRIX EGAL, lequel choisiriez-vous plutôt ?* », ils sont 64 % à répondre un signe de qualité, contre 28 % une marque (graphique 2).

Il faut relativiser cette réponse car, comme nous l'avons vu auparavant, les interviewés ne savent pas exactement ce que recouvre la notion de « signe de qualité ». Cependant, cette réponse permet de faire l'hypothèse que *a priori*, les consommateurs donnent un « gage de crédit » et de confiance dans les signes de qualité, puisque sans complètement savoir ce qu'ils signifient, ils seraient majoritaires à ce tourner vers ce signe plutôt qu'une marque connue. C'est d'ailleurs confirmé par les réponses de l'item « *faites-vous confiance aux signes de qualité* », 70 % fait « plutôt confiance » et « tout à fait confiance » (respectivement, 50 % et 20 %).

Graphique 2. Si vous aviez à choisir entre un produit portant un signe de qualité et un produit de marque connue, A PRIX EGAL, lequel choisiriez-vous plutôt ?



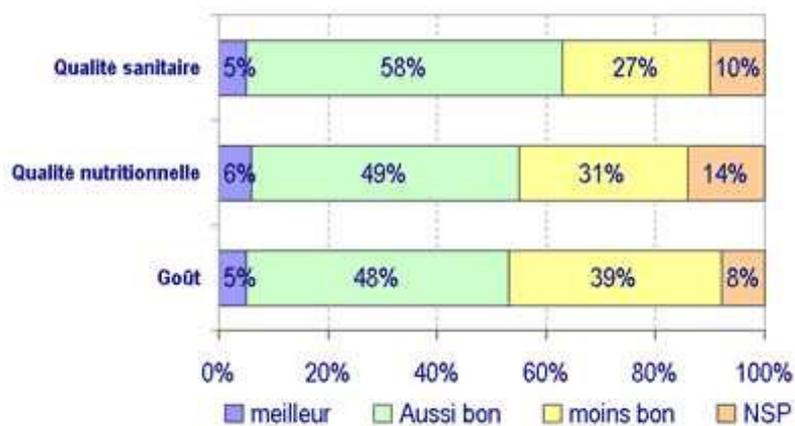
Source : Credoc-Inc (2001)

Pour aller dans le sens de cette hypothèse, une question comparant les caractéristiques des « produits premiers prix » au « produits de marque » permet de faire ressortir une certaine confiance vis-à-vis des normes et du suivi de la réglementation en vigueur.

Ils sont 58 % à considérer la qualité sanitaire d'un produit premier prix « aussi bonne » que celle d'un produit de marque et 49 % à considérer aussi que la qualité nutritionnelle est aussi bonne (graphique 3). Concernant le goût ils sont 48 % à le percevoir aussi bon pour les produits « premiers prix ».

Ainsi au-delà d'un certain discrédit des marques, on peut noter une confiance en termes de qualité sanitaire et nutritionnelle des produits courants.

Graphique 3. Perception des caractéristiques des produits « premier prix » par rapport aux produits de marque



Source : Credoc-Inc (2001)

4.1.1.5 « L'origine » : deux notions à distinguer

« L'origine » des produits ressort comme un critère important de l'étude, en particulier à deux niveaux : l'association origine et qualité et l'origine en tant qu'information prioritaire lue sur l'étiquetage (28 % des consommateurs dit regarder en priorité l'origine sur l'étiquetage ; ce qui le place en second critère après la DLC). Il faut peut-être relativiser cette réponse car les trois premiers critères correspondent en réalité à la réglementation et à l'étiquetage obligatoire (DLC, origine, composition). Ceci nous amènerait à ne pas aller aussi loin que certaines conclusions de l'étude, sur le lien entre cette lecture de l'information et les « attentes des consommateurs » : « l'indication essentielle est celle de la « validité » du produit (délais) et de l'origine, dont on a vu qu'elle renvoyait à des attentes fondamentales ».

➤ *Quoiqu'il en soit, même s'il faudrait préciser la notion « d'origine » en particulier, afin de savoir si elle se rapporte à une garantie sur la provenance (et donc des préoccupations relatives à la traçabilité) ou un lien entre la typicité d'un produit liée à un terroir, la sensibilité des consommateurs à cet égard est présente.*

4.1.1.6 Les informations sur l'étiquette

Le sondage réalisé par la Sofres montre que pour 59 % des enquêtées, l'étiquette est la seule source d'information. Les autres sources d'information sont principalement les médias : presse spécialisée, presse consommateurs (27,5 %) et télévision, radio, presse généraliste (29 %).

A une proposition relative aux informations sur l'étiquette :

« Quelle est la préférence entre :

- la simplification des étiquettes actuelles en faisant un tri dans l'information

- l'ajout d'autres éléments d'information en complément de ceux figurant actuellement ».

40 % des enquêtées sont favorables à une simplification des étiquettes. Toutefois, 53 % d'entre elles souhaitent que soient rajoutées d'autres informations en complément.

4.2 Identification commune : la garantie de l'État

Si les choix des consommateurs sont guidés par ce qui est mentionné sur l'étiquette, il reste encore aux consommateurs à avoir confiance dans les critères qui lui sont proposés qui dépend en réalité de la confiance accordée au système sous jacent. Cette confiance est cruciale tant pour le choix initial du consommateur que pour son choix routinier.

Concernant les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, la confiance du consommateur peut passer par la garantie apportée par l'engagement de l'Etat tant au niveau de l'octroi du signes que du contrôle réalisé. Encore faut-il que le consommateur ait accès à cette information.

Pour tous ces signes, il existe une garantie de l'État. Elle se concrétise à deux niveaux :

- par l'apposition d'un logo dont il est propriétaire (logo AB et logo Label Rouge) ; exception faite pour la CCP ;
- par l'organisation du contrôle du respect des cahiers des charges, ainsi que par l'agrément des organismes certificateurs.

Faut-il **un identifiant commun pour cette garantie** ? Oui, conclut le rapport de Claude Fitoussi.

Le rapport de Claude Fitoussi (1999) réalisé à la demande du MAAPAR développe l'idée principale d'une nécessaire communication sur un générique commun à l'ensemble des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine : la garantie officielle. Il propose que la garantie porter sur la sécurité sanitaire et nutritionnelle des produits alimentaires. La garantie officielle permettrait d'identifier un « contrôle réalisé ou organisé par l'Etat ».

Le rapport propose tout d'abord de supprimer la terminologie « signes officiels de qualité » afin de la remplacer par « garanties officielles ». Le rapport note que le mot « qualité » prête à confusion et que le mot « signe » est « hermétique et ne peut que rajouter à la confusion ». Outre, cette communication globale sur les garanties officielles, le rapport propose une communication distinctive :

- « garantie officielle de qualité supérieure » pour le label
- « garantie officielle d'origine », pour l'AOC
- « garantie officielle de sincérité et de particularité », pour la certification de conformité de produit et pour la certification d'un mode de production biologique.

➤ *La dernière proposition de dénomination paraît cependant inopérante car tant « sincérité » que « particularité » sont peu évocateurs. En outre, si le terme « sincérité » est ici employé pour faire comprendre que le produit est contrôlé et que les caractéristiques affichées correspondent bien au produit, cela n'est pas discriminant par rapport aux autres. Il pourrait peut-être même laisser supposer que ce n'est pas le cas pour les autres signes.*

L'identification commune aux quatre signes d'une garantie apporté par l'État semble par contre opérante.

4.3 Distinction des produits certifiés

A cette identification commune, s'ajoute une identification distinctive. Chaque signe se positionne différemment.

- L'AOC s'appuie sur le lien entre le produit et un terroir et apparaît à ce titre comme un signe d'identification de l'**origine**. Sa construction de la « typicité » en fait un signe relativement stable, invariant au cours des années.

Si la notoriété de l'AOC et son importance économique sont incontestables, la situation est différente d'un secteur à l'autre. L'AOC est bien connue dans les secteurs des vins tant en France, qu'en Europe et sur la scène internationale. Les produits laitiers (notamment les fromages) ainsi que les autres produits agroalimentaires sont peu connus et les volumes produits sont relativement faibles.

- L'Agriculture Biologique est associée, non pas à des caractéristiques d'un produit mais à un **mode de production** respectueux de l'environnement. Son positionnement simple le rend facilement identifiable et compréhensible.
- Quant au label et à la certification de conformité de produit, se sont des signes d'identification de la **qualité**, basés sur le registre « comparatif », à la différence de l'AOC, ils sont donc plus enclins à évoluer en fonction de l'évolution de la réglementation ou de l'évaluation des goûts des consommateurs.

La simplicité du positionnement du label parmi les produits similaires, la « **qualité supérieure** », le rend très compréhensible.

Le positionnement de la certification de conformité de produit, sur une « **qualité spécifique** » n'est pas aisé à rendre compréhensible, d'autant qu'elle est peu relayée par l'étiquetage des produits. Hormis, le fait que le logo soit facultatif, les caractéristiques certifiées communicantes concernent des domaines divers : mode de production, traçabilité du produit, etc. qui ne rend pas l'ensemble des produits sous ce signe homogène.

Lorsque ces derniers (label et certification de conformité de produit) sont couplés à une IGP, l'association de ces signes identifie à la fois l'**origine et la qualité du produit**.

Conclusion

La spécificité du positionnement de la certification de conformité de produit sur une « qualité complémentaire » par rapport à une norme, sans pour autant être de « qualité supérieure », position réservée au label et sans se positionner sur un segment intermédiaire entre le produit courant et le produit sous label, rend sa compréhension difficile.

Parmi les remarques faites tout au long de ce document, nous relevons dans cette conclusion trois points.

Les caractéristiques certifiées communicantes

Tel qu'est constitué le dispositif aujourd'hui, la question de la connaissance ou non du logo de la certification de conformité de produit par les consommateurs ne semble pas être la bonne entrée. Les caractéristiques certifiées communicantes sont par contre une donnée importante

du dispositif sociocognitif de la CCP car elles peuvent être la seule « information », le seul lien entre le producteur et le consommateur (le logo étant facultatif).

Il semble que la nature, voire l'utilité des caractéristiques certifiées communicantes telles qu'elles sont aujourd'hui, peut-être mise en question.

Deux scénarios paraissent envisageables :

- la CCP est utilisée en association avec une stratégie de marque : les caractéristiques communicantes peuvent alors prendre sens et participer à la création d'une « connivence » entre la marque et le consommateur. Cependant, la nature « technique » de ces caractéristiques rend ce « dialogue » producteur/consommateur difficile. La CCP, répondant à ses objectifs d'eurocompatibilité, définit les qualités d'un produit et non la qualité. Cela correspond à une approche anglosaxonne de la qualité peu utilisée en France.
- l'accent peut être porté sur l'aspect « garantie » par un logo identifiant des techniques allant au-delà de la réglementation ; les caractéristiques communicantes pourraient dans ce cas, ne plus être utilisées.

Une structure de conseil et de promotion des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

La proposition de mettre en place une structure réunissant les signes de qualité ressort dans plusieurs des rapports et notamment dans les propositions formulées par le CES (2000). Son intervention se justifierait à deux niveaux :

- **Le conseil.** Un exemple existe dans l'industrie : Le FRAC (Fonds Régional d'Aide au Conseil) a été constitué par la Direction Régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement (DRIRE) et le Conseil Régional d'Ile-de-France, en vue d'encourager les PMI en développement à recourir aux services de consultants spécialisés.
- **La promotion et la valorisation de ces signes.**

Deux positionnements pour la certification de conformité de produit

L'analyse du système de la certification de conformité de produit a montré un dispositif sociocognitif « léger » qui a donné une grande marge de manœuvre aux opérateurs. Ceux-ci ont donc complété le dispositif de façon différente pour répondre à leurs propres stratégies. Cela nous amène à dégager deux positionnements de la CCP :

- un outil d'organisation des filières

La certification de conformité de produit joue manifestement ce rôle. Elle a permis l'évolution globale des exigences de qualité attendue tant pour le label que pour les autres produits certifiés. L'exemple le plus clair est l'utilisation du porc certifié pour la charcuterie.

Dans ce cas de figure, il n'est pas nécessaire d'utiliser un logo ou des caractéristiques communicantes ;

- un outil de différenciation

La certification de conformité de produit joue dans certain cas ce rôle. Elle peut alors être couplée avec une IGP ou simplement être associée à une stratégie de marque commerciale.

L'utilisation d'un logo permettant d'identifier la garantie apportée par l'État semblerait alors utile dans ce cas.

Volet 2

**Les utilisations stratégiques de la
CCP et ses fonctions économiques
sur le marché :
analyse quantitative**

Marion Bonnet

Avec la collaboration
d'Isabelle Barcelord et Sandrine Blanchemanche

Sommaire du volet 2

Introduction	75
1 Sources d'information et méthodologie	76
1.1 Sources d'information existantes et matériau à exploiter	76
1.1.1 Les sources d'information statistiques existantes	76
1.1.2 Les dossiers de demandes de CCP : un matériau documentaire à exploiter	76
1.2 Méthodologie de traitement des données	80
1.2.1 Les données issues des dossiers de demande de CCP	80
1.2.2 Les données de l'enquête du SCEES sur les signes officiels de qualité	83
2 La population des demandes de CCP	85
2.1 Identification de la population des CCP : 547 dossiers déposés entre 1990 et 2003	85
2.1.1 Des évolutions différentes pour les demandes de CCP	86
2.1.2 Comparaison avec les demandes de label	87
2.2 La population des CCP inactives : 95 dossiers refusés ou abandonnés	88
2.3 La population des CCP activables : 138 dossiers en cours de procédure en 2003	88
2.4 Le cas particulier des 21 demandes de mise en conformité	89
2.5 La population des CCP actives : 293 dossiers validées	90
2.5.1 Vue d'ensemble des 293 demandes validées	90
2.5.2 Analyse par secteur de production	98
Conclusion	102
3 Les intentions stratégiques des utilisateurs de CCP	103
3.1 Les intentions stratégiques : méthode d'identification	103
3.1.1 3 critères discriminants	103
3.1.2 Les 4 groupes d'intentions stratégiques identifiés	104
3.2 Caractérisation des 4 groupes d'intentions stratégiques	105
3.2.1 Intention stratégique 1 : Appropriation d'une notoriété géographique	105
3.2.2 Intention stratégique 2 : Réassurance du consommateur	111
3.2.3 Intention stratégique 3 : Positionnement intermédiaire	116
3.2.4 Intention stratégique 4 : Différenciation par un niveau de qualité supérieure	120
Conclusion	126
Annexes	226

Introduction

La certification de conformité a été créée par la loi du 30 décembre 1988 et définie comme suit : « La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées dans un cahier des charges portant, selon le cas, sur la production, la transformation ou le conditionnement » (article 643-3 du code rural). Elle contribue aujourd'hui à la politique de qualité agricole et agro-alimentaire française, au même titre que les trois autres signes officiels de qualité que sont l'Appellation d'Origine Contrôlée, le label, et la mention Agriculture Biologique.

Rappel des objectifs de l'étude

Cette étude a pour finalité d'établir un bilan de la Certification de Conformité après près de 15 ans d'existence.

Quatre objectifs sont assignés à cette étude :

- analyser la cohérence de ce signe de qualité par rapport aux politiques de qualité française et européenne et notamment sa position par rapport aux autres signes de qualité ;
- vérifier dans quelle mesure la Certification de conformité de produit permet d'atteindre les objectifs de la politique de la qualité ;
- analyser l'utilisation des Certification de conformité de produit par les opérateurs ;
- éclairer la compréhension de ce signe de qualité par les consommateurs.

Afin de répondre à ces objectifs, l'étude se focalise principalement sur trois volets : les moments clés dans la mise en œuvre de la CCP (volet 1), les intentions stratégiques des utilisateurs (volet 2), la CCP sur le marché (volet 3).

Le présent rapport expose l'analyse des intention stratégiques des utilisateurs de la Certification de conformité de produit, volet quantitatif de cette étude (volet 2). L'ensemble de la méthodologie de l'étude est détaillé dans le premier rapport intermédiaire.

Ce volet de l'étude traitant de la stratégie a deux objectifs :

- Décrire les acteurs économiques utilisant la CCP : quelles sont les organisations demandeuses ? S'agit-il de regroupements de producteurs ou plutôt d'organisations de type interprofessionnel ? Quels sont leurs statuts ? Leur importance économique ? Leur localisation ?
- Définir les grands types d'intentions stratégiques d'utilisation de la certification : Dans quel objectif les opérateurs demandent-ils une CCP ? Dans quelle mesure contribue-t-elle à leur stratégie ? Pourquoi demander une CCP et non pas un label ou utiliser une marque collective ?

La première partie de ce rapport présentera les sources d'informations et la façon dont elles ont été constituées. Puis, sur la base de ces informations, une deuxième partie décrira les acteurs économiques concernés par la CCP. Enfin, nous montrerons comment ces données sont révélatrices de différentes intentions stratégiques d'utilisation de la part des détenteurs de CCP.

1 Sources d'information et méthodologie

Le volet quantitatif de cette étude, dont l'objectif était de décrire les acteurs économiques et la manière dont ils utilisent la CCP s'appuie principalement sur **trois sources d'information**. D'eux d'entre elles préexistaient à cette étude, la troisième a été construite à partir d'un matériau disponible.

1.1 Sources d'information existantes et matériau à exploiter

Peu de données sur la certification de conformité de produit préexistent à cette étude. En effet, quasiment aucune recherche n'a été menée sur ce signe de qualité, relativement récent. Il existe cependant quelques sources de données et un matériau riche mais qui nécessitait un traitement avant analyse.

1.1.1 Les sources d'information statistiques existantes

1.1.1.1 Informations statistiques du CEPRAL

Les seules données existantes sont collectées par le CEPRAL, qui établit tous les ans un bilan des demandes, des validations, des tonnages produits sous CCP.

1.1.1.2 Banque de données issues de l'enquête du SCEES sur les signes officiels de qualité (2001)

Une étude statistique intitulée « *Enquête sur les produits agro-alimentaires sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine* » a été réalisée par le Service Central des Enquêtes et Etudes Statistiques (SCEES), en partie sur la même population d'étude : les détenteurs de Certification de Conformité de Produit.

Joindre les efforts des deux équipes pour partager nos connaissances semblait une évidence :

- Pour l'équipe de l'INRA, cette collaboration a permis de compléter les données recueillies pas ailleurs, notamment par des données économiques, dont elle ne disposait pas. C'était aussi l'occasion de disposer de données récentes, décrivant la CCP et son utilisation actuelle.
- Pour l'équipe du SCEES, cette collaboration a permis de poursuivre le travail effectué et de confronter les résultats à d'autres sources d'information.

1.1.2 Les dossiers de demandes de CCP : un matériau documentaire à exploiter

Une source importante de données est constituée par l'ensemble des dossiers de demandes de CCP déposés auprès de la Commission Nationale des labels et des Certifications (CNLC).

Cependant, l'information est contenue sous forme brute dans chacun de dossiers et son utilisation a nécessité un traitement de l'ensemble des demandes.

Le dépouillement de ces dossiers a permis de dessiner un panorama complet de la certification de conformité de produit, de déterminer quels sont les bénéficiaires de la CCP et quelles utilisations ils souhaitaient en faire.

1.1.2.1 Identification du matériel documentaire disponible et son contenu

La première étape fut de prendre connaissance du matériel disponible, afin d'évaluer les renseignements susceptibles d'en être tirés.

Les dossiers considérés

Les dossiers de demande de CCP déposés auprès du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales (MAAPAR) se classent en 3 catégories :

- **les dossiers validés** : après examen par la section « Examen des référentiels » (SER) de la CNLC, ces dossiers ont reçus un avis favorable. La certification peut être utilisée par les détenteurs des cahiers des charges.
- **les dossiers en cours de procédure** : ces dossiers n'ont pas encore reçus d'avis favorable de la part de la SER, le demandeur doit continuer à modifier son cahier des charges jusqu'à son acceptation par la section.
- **les dossiers rejetés ou abandonnés** : ces dossiers ont été soit refusés par la SER qui a considéré que la différence avec un produit standard n'était pas suffisante, ou abandonnés en cours de procédure par le demandeur.

Les éléments constitutifs des dossiers étudiés

L'ensemble des dossiers est constitué selon le même modèle, avec quelques variantes dues à l'époque de leur demande principalement : les dossiers les plus récents sont les plus complets, la procédure s'étant renforcée au cours des années.

Les pièces d'un dossier reflètent les différentes étapes de la procédure de validation d'une demande de CCP.

Les dossiers les plus exhaustifs comprennent toutes les pièces suivantes (dans l'ordre chronologique)

(cf. procédure en Annexe n°1)

1- Cahier des charges initial accompagné de sa fiche de synthèse

Le cahier des charges est le document par lequel la demande est déposée auprès du MAAPAR. Il est adressé par courrier par le demandeur lui-même ou par son organisme certificateur pour solliciter la mise en consultation. C'est à partir de ce document que la section « examen des référentiels » donne un premier avis.

Bien que de tailles et de présentations différentes, l'ensemble des cahiers des charges suit globalement le même plan de construction, autour de 6 à 7 parties.

a) La première partie concerne le contexte général de la certification : le demandeur se présente, donne des éléments sur son marché, sur ses objectifs ; puis il détaille le domaine d'application, à savoir la définition des produits concernés par la certification.

b) La deuxième partie répertorie en général les textes réglementaires auxquels les opérateurs de la CCP doivent se soumettre. Cette partie peut aussi être placée en fin de document ou en annexe.

c) La troisième partie est un glossaire, expliquant les abréviations et les termes techniques spécifiques à la production concernée.

d) Le schéma de vie du produit détaille l'ensemble des opérations qu'il subit, de son origine au produit fini.

e) La cinquième partie, de loin la plus fournie, présente l'ensemble des caractéristiques certifiées, de façon très détaillée. Trois points principaux sont exposés dans cette partie : **les caractéristiques implicites** (de nature réglementaires), **les caractéristiques explicites** (clairement identifiées, plus strictes que la réglementation) et **les méthodes de maîtrise et contrôle** qui leur correspondent. L'organisation de cette partie varie d'un dossier à l'autre : la présentation peut être chronologique et détailler chacun des 3 points à chaque étape, ou les méthodes de maîtrise et contrôle peuvent faire l'objet d'une partie distincte, après la description des critères certifiés.

f) Cette partie est consacrée à l'étiquetage et à la communication. Toutes les mentions figurant sur l'étiquette sont ici développées, parfois accompagnées d'un modèle d'étiquetage. Cette partie peut, le cas échéant, énumérer les moyens marketing prévus pour accompagner la certification (PLV³⁷, leaflets, têtes de gondole, etc.).

g) La dernière partie correspond aux annexes, qui fournissent des éléments supplémentaires (plan d'alimentation, méthodes d'analyses bactériologiques, liste positive des produits phytosanitaires autorisés, étude justifiant d'un procédé particulier, etc.).

2- Page du Journal Officiel de la République Française avisant de la mise en consultation de 2 mois

Cette photocopie de la page du journal officiel précise la date de mise en consultation et ses modalités conformément à la loi.

3- Lettre de nomination des rapporteurs et des experts

La suite de l'instruction du dossier passe par la nomination de deux rapporteurs chargés d'étudier le dossier et de fournir à la section les éléments qui lui permettront d'émettre un avis. Ils sont avertis par lettre de leur désignation par le président de la section « examen des référentiels », ainsi que de la date à laquelle leur rapport est demandé. Les rapporteurs sont membres de la section « examen des référentiels ».

La nomination d'un ou plusieurs experts n'est pas systématique, mais a lieu pour les dossiers les plus techniques. De même, les experts sont prévenus par courrier de leur désignation par le président de la SER, ainsi que de l'identité des rapporteurs avec qui ils sont invités à se mettre en relation.

4- Rapport des rapporteurs et des experts

Ce rapport conjoint, fourni par les deux rapporteurs, souligne les points clés - et notamment les insuffisances- du dossier. Avec l'avis des experts nommés, ce rapport doit permettre à la section de se faire une opinion sur la crédibilité du cahier des charges déposé, et sur la probabilité de parvenir à un document « validable ».

³⁷ PLV : Publicité sur le Lieu de Vente

5- Avis des administrations

La DGAL, la DGCCRF peuvent donner un avis lors de la mise en consultation du dossier, mais être également sollicitées par la section lors de la procédure pour donner un avis, chacune dans son domaine de compétence.

Les DRAF (ou DDAF) peuvent fournir un avis lors de la mise en consultation.

6- Courriers entre la SER et les demandeurs

Après avoir recueillis les différents avis sollicités, le dossier est soumis à la section « examen des référentiels », qui émet un premier avis, sous forme d'une lettre adressée au demandeur.

La section peut donner 4 avis différents :

- Avis favorable
- Avis favorable sous conditions
- Dossier non acceptable en l'état
- Avis défavorable

A cette première lettre répond un courrier du demandeur qui justifie ses choix, ou argumente les modifications qu'il souhaite faire subir à son dossier. Plusieurs échanges de ce type ont généralement lieu entre la section et l'opérateur jusqu'à parvenir à un dossier final, qui corresponde aux exigences de la SER et avec lequel le demandeur est d'accord. C'est ainsi qu'on peut trouver plusieurs versions successives du cahier des charges. La section peut solliciter l'avis d'un expert (type Cemagref, INRA...) sur un point précis, qu'elle n'aurait pas les compétences de juger.

7- Etiquette

Pour la validation finale du dossier, le demandeur doit soumettre ses projets d'étiquetage à la section. En effet, les règles sont strictes sur ce point et toute modification ultérieure d'une étiquette devra être validée par la section avant utilisation.

Si des projets d'étiquetage sont parfois présents dans le cahier des charges initial, ils sont souvent fournis à la fin de la procédure, la rédaction des caractéristiques certifiées communicantes ayant généralement varié au cours de l'instruction.

8- Homologation et cahier des charges validés (dont étiquette)

L'homologation donne lieu à un dernier courrier de la section qui prononce l'avis favorable. Le cahier des charges définitif est alors tamponné d'un « validé par la CNLC le (date) » sur toutes les pages, date qui fait office de référence.

9- Demande de modification éventuelle

Après homologation, le dossier n'est pas figé et peut encore évoluer sous deux impulsions :

- par la SER : elle peut demander la mise en conformité du dossier avec ses nouvelles exigences. C'est ce qui s'est passé pour de nombreux dossiers avec l'avènement des exigences et recommandations, qui ont nécessité une mise à niveau de nombreux cahier des charges (ou un abandon de l'utilisation de la CCP) ; c'est aussi le cas lors de modifications de points de doctrine (par exemple, l'agriculture raisonnée est considérée différemment depuis qu'elle est réglementée par ailleurs, et ne peut plus apparaître en tant que telle dans les caractéristiques communicantes)
- par le demandeur : il peut aussi de son propre chef soumettre des modifications du référentiel à la section.

10- Annulation ou abandon de la certification

Une dernière pièce peut être ajoutée au dossier, à tout moment (pendant la procédure ou après validation) : la lettre d'invalidation de la CCP. Elle peut être le fait du demandeur qui ne souhaite plus poursuivre l'utilisation de la certification ou de la section qui considère la demande comme caduque en cas de non réponse du demandeur à ses questions dans le délai imparti.

1.1.2.2 Construction d'une grille de dépouillement

Sur la base des informations disponibles, il s'agissait de construire une grille de dépouillement permettant de recueillir les données puis de les traiter.

Le nombre important de dossiers à traiter nécessitait une méthode de dépouillement fiable, qui définisse les informations à rechercher et la manière de les classer. L'ensemble de la méthodologie est présentée en annexe n°2.

La grille de dépouillement a été construite autour de **8 grands domaines d'informations** : (elle est décrite dans l'annexe 3).

- la procédure d'homologation
- le demandeur
- l'organisme certificateur
- le produit sous certification
- l'environnement de l'entreprise
- les objectifs de la demande de certification
- les critères certifiés
- la stratégie de signalisation

1.2 Méthodologie de traitement des données

Une méthodologie spécifique a été construite pour analyser les données issues de 2 sources différentes :

- les dossiers de demande de CCP
- l'enquête du SCEES sur les produits agro-alimentaires sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.

1.2.1 Les données issues des dossiers de demande de CCP

1.2.1.1 Le traitement

Le dépouillement a concerné **547 dossiers** de demande de CCP **dont 293 validés**.

L'analyse des données recueillies a reposé sur des traitements statistiques. Ces traitements ont été effectués sur cinq domaines d'informations : type de demandeur, produit, objectifs de la CCP, caractéristiques certifiées et critères communicants. Ils ont été réalisés sur la totalité de la population d'étude (les 293 dossiers validés). Afin de mettre en exergue des variations sectorielles, ils ont aussi été réalisés pour les différents secteurs de production de produits sous CCP.

1.2.1.2 Commentaires sur le matériau documentaire

Qualité du matériau

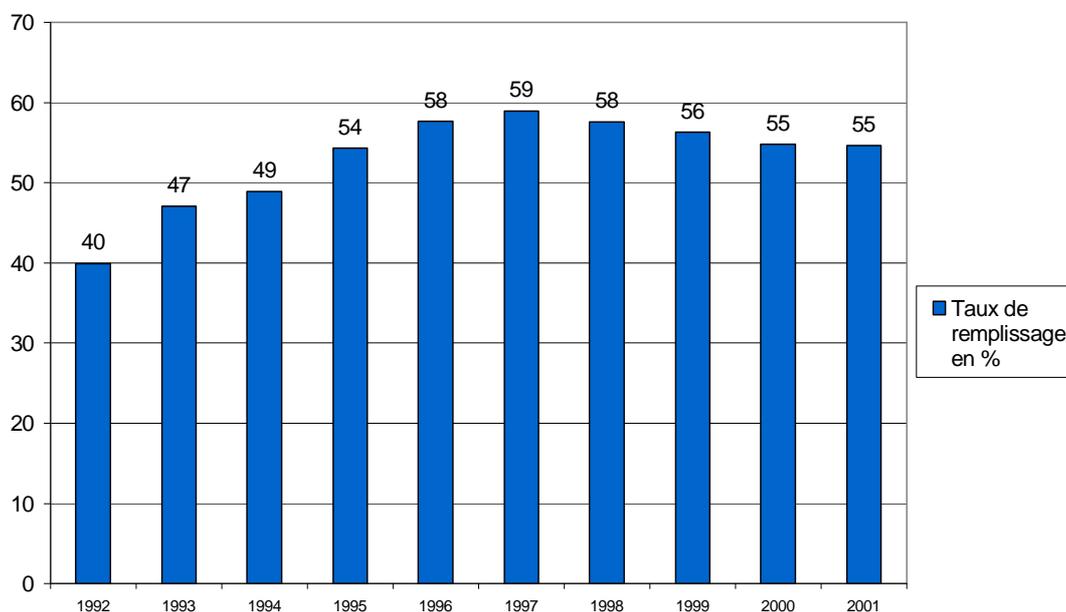
L'indicateur de la quantité d'informations recueillies est calculé sous la forme d'un taux de remplissage, exprimé en pourcentage de critères renseignés dans la grille de dépouillement, concernant le type de demandeur, le produit, les objectifs de la CCP, les caractéristiques certifiées et les critères communicants (un dossier où 35 critères auraient été renseignés sur 70 a un taux de remplissage de 50%). Il donne ainsi une idée du degré de précision d'un dossier par rapport au dossier idéal qui contiendrait toute les données recherchées.

Le calcul du taux de remplissage se faisant par rapport aux critères définis dans la grille de dépouillement, il ne s'agit pas ici de considérer le taux en lui-même, mais plutôt son évolution dans le temps.

L'évolution de cet indicateur dans le temps (cf. figure 1) montre une progression de la quantité d'information jusqu'en 1996 puis une stabilisation. Par ailleurs, le taux de remplissage est assez homogène : 71% des dossiers ont un taux compris entre 50 et 60% (80% entre 49% et 62%).

L'influence des organismes certificateurs est assez faible : aucun OC ne semble certifié des dossiers qui seraient particulièrement bien remplis. De même aucun secteur de production ne se distingue par des dossiers très fournis ou au contraire très lacunaires.

Figure 1 : Taux de remplissage de la grille de dépouillement des dossiers de Certification de Conformité de Produit



Outre le remplissage global des dossiers, nous avons regardé le taux de remplissage critère par critère³⁸.

Beaucoup de critères sont assez bien renseignés, avec des taux supérieurs à 70%, et pour beaucoup supérieurs à 90%. Il existe peu de critères moyennement complétés, excepté le contexte de la certification (46%). Les autres critères ont des taux faibles, inférieurs à 20% et parfois à 10% : c'est le cas des données chiffrées (taille de l'entreprise, quantités produites, position économique) mais aussi la présence d'autres systèmes qualité ou l'accompagnement marketing, qui ne sont pas précisés ou sont absents.

Ressemblances entre dossiers

Une homogénéité existe entre certains cahiers des charges. Deux facteurs semblent l'expliquer : le secteur et l'organisme certificateur.

- **L'appartenance à un secteur** semble être un facteur d'homogénéité des cahiers des charges.

C'est le cas pour la volaille où les caractéristiques communicantes portant sur l'alimentation (de type « Alimenté avec 100% de végétaux, de minéraux et de vitamines ») et la durée d'élevage (de type « Durée d'élevage : 56 jours minimum ») sont souvent associées.

Sur 65 dossiers :

- Pour 66% d'entre eux, la communication porte sur ces 2 caractéristiques communicantes
 - Pour 14% d'entre eux, ces 2 caractéristiques communicantes sont associées à une troisième
 - 14% d'entre eux communiquent sur Alimentation sans Durée d'élevage (avec ou non une autre caractéristique communicante)
 - seulement 6% d'entre eux n'utilisent aucunes de ces caractéristiques communicantes
- De même, **l'organisme certificateur** (OC) semble avoir un rôle d'homogénéisateur de la rédaction du document.

Ainsi la mise en page est la même pour tous les dossiers certifiés par un même OC.

De même, des phrases identiques ou presque se retrouvent d'un cahier des charges à l'autre pour un même OC. Chez Ulase par exemple, la phrase « Au même titre que la démarche label, qui doit rester synonyme de haut de gamme, la démarche de certification est sur un plan marketing, un outil de segmentation de gamme » est utilisée dans plusieurs référentiels.

Les 7 cahiers des charges certifiés par Certis présentent tous les mêmes objectifs, à quelques variantes près, à savoir :

- Sécuriser l'acheteur sur la méthode d'élevage et l'alimentation du produit
- Proposer un produit de qualité régulière et maîtrisée

³⁸ Un taux de remplissage peut être calculé de la même façon pour chacun des critères de la grille de dépouillement (un critère renseigné dans 200 cas sur 280 aura un taux de remplissage de 71%).

- Elargir l'offre de produits au consommateur

Changements de méthode de travail dans l'examen des dossiers

La procédure a évolué avec les années, ce qui est déjà perceptible par le nombre de pièces qui composent le dossier, mais également par la présence de courriers, e-mail, ou fax échangés entre le chargé d'étude CCP et le demandeur.

Ainsi, avant 1995, quasiment aucun courrier autre que ceux de la SER n'étaient adressés au demandeur. Par la suite, entre deux courriers de la SER, des échanges ont eu lieu entre le chargé d'étude du ministère le demandeur.

Les réunions de la section ont lieu une fois par mois et leur ordre du jour est très lourd, l'examen d'un dossier est donc parfois repoussé au mois suivant faute de temps pour l'étudier. Le développement des échanges demandeur-charge d'étude permet de présenter des réponses plus complètes à la section, et d'éviter les points qu'elle rejette systématiquement. La procédure s'en trouve améliorée et l'on peut supposer que le temps nécessaire à l'homologation d'un dossier est également réduit.

Limites du contenu des dossiers

Ces dossiers ont été une importante source d'information, tant sur les produits que sur le demandeur et ses motivations. Cependant, ils reflètent une situation au moment de la demande. Par conséquent, un certain nombre d'information utiles à l'étude manquaient.

Tout d'abord, chaque cas donne une vision de l'opérateur à une période donnée, sans rien laisser présager de ce qu'il en est advenu par la suite. Il n'y a donc **aucun élément de bilan** de la certification : les objectifs ont-ils été atteints ? La certification a-t-elle été bénéfique pour l'entreprise ? Dans quelle mesure a-t-elle réellement trouvé sa place dans la stratégie globale de la marque ? La CCP est-elle vraiment utilisée par le détenteur ?

De plus, les **données économiques** se sont avérées **peu fournies**, en termes de tonnage, de chiffre d'affaire, de nombre de salariés. Une minorité de dossiers présente ces indications, et même dans ce cas, leur pertinence est faible puisqu'elles concernent l'époque de la demande.

De même, peu de renseignements sont donnés sur l'environnement économique de l'opérateur, sur l'état du marché, sur les débouchés possibles, sur les relations avec les clients. Les éléments de positionnement marketing sont succincts ou absents, le contexte de la certification est peu ou pas expliqué.

Un certain nombre d'informations, et notamment l'évolution de la doctrine de la section sont à rechercher ailleurs (étiquetage, consultation de dossiers label, discussions avec les membres du bureau des signes de qualité de la DPEI, changements de doctrine de la SER, etc.).

1.2.2 Les données de l'enquête du SCEES sur les signes officiels de qualité

L'enquête réalisée par le SCEES a porté sur des données de 2001 recueillies auprès des gestionnaires des signes de qualité (AOC, label et CCP).

1.2.2.1 Les objectifs

Le principe était de traiter les données issues de l'enquête menée par le SCEES selon le point de vue adopté dans notre étude. Ce traitement des données du SCEES avait 3 objectifs :

- **Objectif 1 : Approfondir notre connaissance des 4 intentions stratégiques des utilisateurs**
C'est notre objectif prioritaire. Les traitements concernent dans ce cas l'ensemble de la population des utilisateurs de CCP, divisée en 4 groupes suivant les intentions stratégiques définies³⁹.
- **Objectif 2 : Comparer les stratégies propres aux demandes de CCP avec celles des labels et des AOC**
Cet objectif est secondaire. Les traitements concernent dans ce cas la population des utilisateurs de CCP, la population des labels et la population des Appellations d'Origine Contrôlée.
- **Objectif 3 : Approfondir notre connaissance des stratégies de demandes d'IGP**
C'est notre dernier objectif. Les traitements concernent dans ce cas l'ensemble de la population des produits avec Indication Géographique Protégée, divisée en deux : les produits avec labels et les produits avec CCP.

1.2.2.2 Appariement des données

L'avantage de cette collaboration résidait dans la possibilité d'apparier les bases de données : le numéro officiel donné à chaque dossier a en effet permis de **les identifier un à un** et ainsi de travailler sur la même population.

Quelques difficultés lors de l'appariement ne nous ont pas permis de travailler sur la totalité de notre population (il manquait une trentaine de cas qui n'ont pu être identifiés formellement dans les deux bases).

Sur la base des questionnaires d'enquête réalisés par le SCEES, un protocole de traitement des données a été établi. Il est présenté en annexe n°4.

1.2.2.3 Les traitements effectués

Le traitement des données de l'enquête du SCEES porte sur trois niveaux :

- le niveau « **gestionnaire** » : il s'agit du détenteur de la CCP. Les comptes se font en nombre de gestionnaire (un gestionnaire qui a plusieurs CCP compte pour 1). Les données sont issues du « questionnaire gestionnaire » (questionnaire C1,4 pages, voir en annexe 4).
- Le niveau « **fonctions** » : c'est un niveau intermédiaire entre les niveaux gestionnaire et produit, qui correspond aux fonctions des opérateurs du tableau « Qui assure les fonctions suivantes ? » dans le questionnaire gestionnaire (questionnaire C , voir en annexe 4).
- Le niveau **produit** : on comptabilise ici le nombre de CCP en tant que dossier. Les données sont issues du « questionnaire produit » (C2 à C6 – 2 pages, voir en annexe).

Les bases de calculs pour chacun de ces niveaux ne sont donc pas tout à fait les mêmes, et par conséquent il est difficile voire impossible de comparer des résultats obtenus de deux sources différentes.

³⁹ Ces 4 groupes seront décrits dans la partie 3 de ce document.

Si plus de **deux tiers des traitements prévus ont été faits**, tous les résultats n'ont cependant pas pu être obtenus. En effet, le protocole de traitement établi était très long, il représentait l'idéal de ce que nous souhaitions obtenir.

Le traitement de comparaison des 4 intentions stratégiques, qui était notre traitement prioritaire, a été effectué quasiment dans son intégralité.

Dans le traitement du « questionnaire gestionnaire », point 3, « qui assure les fonctions suivantes ? » la répartition des fonctions par type d'organisation n'a pu être traitée, car elle faisait intervenir des données de niveaux différents : les statuts juridiques, du niveau gestionnaire étaient à croiser avec les fonctions et cette opération, très compliquée du point de vue de la gestion des données et des fichiers, a été abandonnée.

Tous les traitements du questionnaire produit concernant les prix, volumes et chiffre d'affaire n'ont pu être faits que par regroupement de données (à savoir les bovins et les volailles) pour éviter les informations individuelles incompatibles avec le secret statistique et du fait du peu de réponse à ces questions. Le traitement a donc été très partiel et les résultats quasiment impossibles à analyser.

Le traitement de comparaison des CCP avec les autres signes de qualité (AOC et label), bien que possible, n'a pas été réalisé en raison d'un manque de temps.

Le traitement relatif aux populations d'IGP était impossible à mener : les réponses peu fiables à ce niveau ne permettaient pas d'identifier clairement les produits bénéficiant d'une IGP des autres.

Ces données ont largement complété les informations issues du dépouillement des dossiers de demande de certification. Les résultats issus de ces traitement sont inclus en partie dans l'analyse des intentions stratégiques présentée dans la troisième partie. L'ensemble des résultats est détaillé en annexe 4.

2 La population des demandes de CCP

Le premier résultat du traitement des données du dépouillement des dossiers de demande de CCP a été de dénombrer et d'identifier les acteurs économiques ayant entamé une demande de certification.

Leur description se fera en 4 étapes : une présentation générale de la population, une description des demandes abandonnées ou refusées, puis des demandes toujours en cours de procédure, et enfin une description des détenteurs de CCP en cours de validité, qui constituent les CCP « actives » à l'heure actuelle.

2.1 Identification de la population des CCP : 547 dossiers déposés entre 1990 et 2003

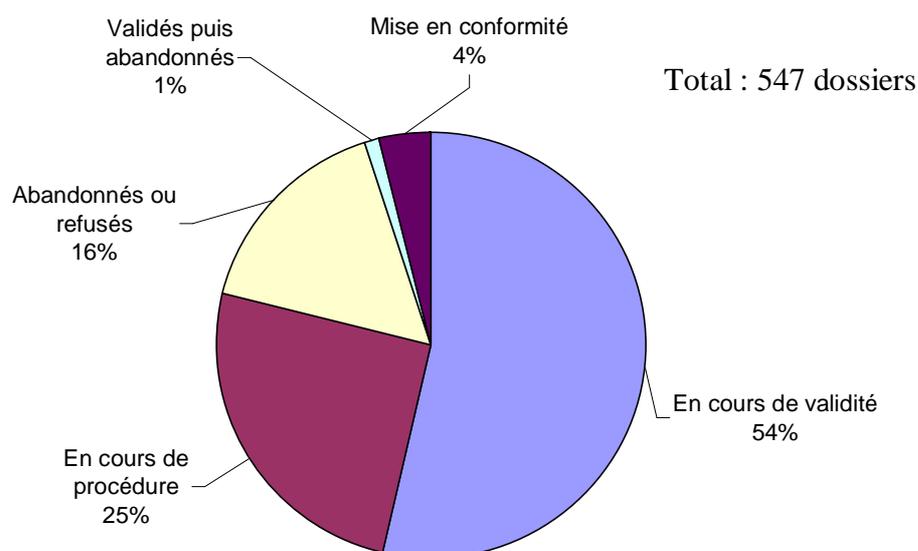
Après dépôt auprès du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales (MAAPAR), les demandes de CCP entament la procédure qui mène à la validation. Cependant, toutes les demandes n'aboutissent pas.

2.1.1 Des évolutions différentes pour les demandes de CCP

547⁴⁰ demandes déposées auprès du MAAPAR ont été répertoriées. Parmi elles (cf. figure 2) :

- **293 demandes ont abouti à une certification**, la CCP est en cours de validité. Nous détaillerons cette population dans le 2.4
- **138 demandes sont en cours de procédure**. Nous détaillerons cette population dans le 2.3
- **88 demandes ont été rejetées par la SER ou abandonnées par le demandeur**. Nous détaillerons cette population dans le 2.2
- **21 demandes concernent des mises en conformité** aux exigences et recommandations de dossiers existants. Nous aborderons ce cas particulier dans le 2.4
- **7 dossiers validés ont ensuite été abandonnés** par leurs détenteurs.

Figure 2. Répartition des dossiers de CCP



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

⁴⁰ Ce chiffre est légèrement différent de celui du CEPRAL qui compte 561 demandes. Par la suite, nous avons choisi de considérer les 547 dossiers que nous avons répertoriés.

Les dossiers en cours de validité ne représentent que la moitié du total des dossiers déposés auprès du ministère. Un quart des dossiers sont encore en cours d'instruction.

2.1.2 Comparaison avec les demandes de label

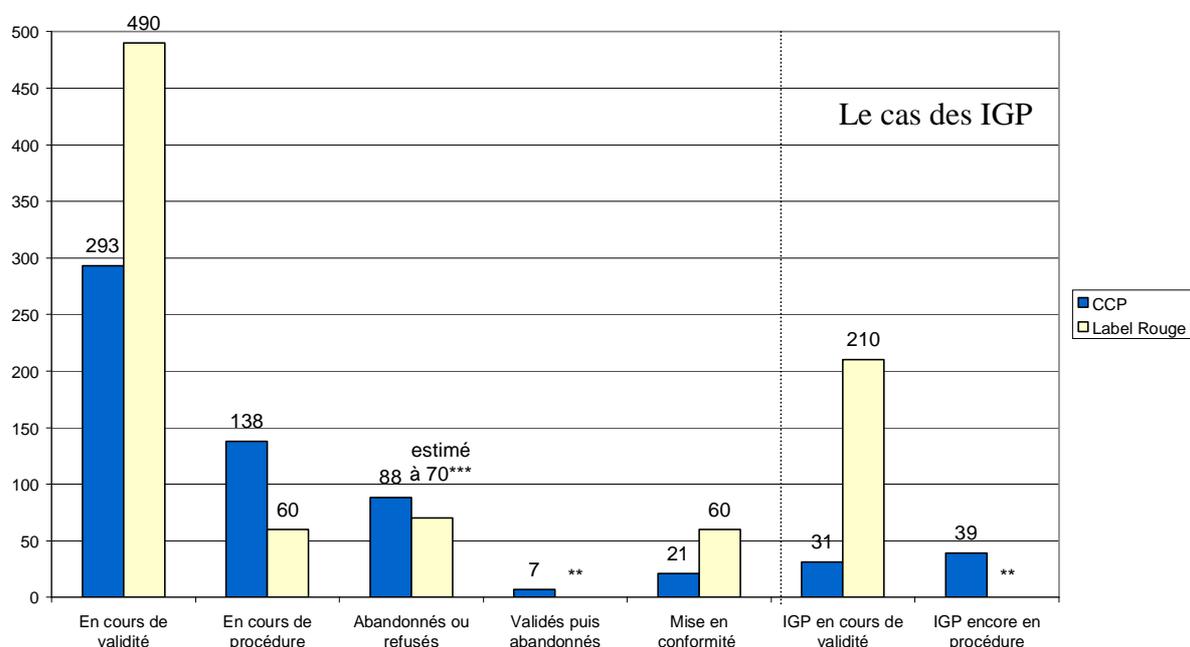
En dépit de l'ancienneté du label, le nombre total de dossiers déposés en label et en CCP sont proches : environ 620 dossiers de label déposés depuis 1965, 547 de CCP depuis 1990. Pourtant la répartition des dossiers est très différente d'un signe à l'autre (cf. figure 3)

La proportion de dossiers en cours de validité est plus importante dans le cas des labels : 80% environ contre 54% pour les CCP. Et logiquement, la part de dossiers encore en cours de procédure est plus faible pour le label : 10% contre 25% pour la CCP.

Les refus ou abandons sont plus fréquents concernant la CCP (16% des dossiers contre 12% des labels). Cela vient-il de la difficulté à obtenir un label ? L'hypothèse peut en effet être avancée qu'un demandeur qui a entamé une démarche de label a investi beaucoup en temps et en financement, notamment pour les tests sensoriels, et abandonne sans doute moins facilement.

Les mises en conformité des référentiels selon les exigences de la section ayant débuté plus tôt pour le label, la proportion de dossiers ayant été revus est logiquement plus forte : 10% contre 4% des CCP.

Figure 3. Répartition des dossiers de CCP et de label



*** : 10 dossiers de label ont été abandonnés depuis 1998 ; ce nombre a été extrapolé à 70 depuis la création du label en 1965.

** : information non disponible pour les labels

Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

Notons que 43% des dossiers label en cours de validité sont couplés à une IGP, ce qui est le cas de seulement 11% des dossiers de CCP en cours de validité. Ceci s'explique par le fait que près de 60% des dossiers de volailles sous label ont une IGP, secteur principal de ce signe.

2.2 La population des CCP inactives : 95 dossiers refusés ou abandonnés

Depuis la création de la CCP, 95 dossiers déposés ont été abandonnés ou refusés, pour différentes raisons :

- 3 demandeurs ont abandonné suite au refus de leur demande d'IGP,
- 15 demandes ont été rejetées par la section « Examen des référentiels » (SER) au motif que la différence avec le produit standard n'était pas avérée,
- 55 demandes ont été considérées comme caduques par la SER par manque de réponse du demandeur ses questions,
- 15 demandes ont été abandonnées à l'initiative du demandeur lui-même,
- 7 demandes déposées, validées ont été abandonnées.

Parmi les 15 dossiers rejetés par la SER, 5 concernaient des légumes frais. C'est également un des secteurs les plus touchés par le désistement des demandeurs : 11 des 55 dossiers (20%) sont des légumes frais. Seuls les bovins avec 16 demandes (30%) sont plus concernés par les abandons.

Les demandes refusées ou abandonnées ont été déposées principalement entre 1997 et 2000, avec un pic en 1999 de 21 demandes déposées et non validées.

2.3 La population des CCP activables : 138 dossiers en cours de procédure en 2003

Les deux tiers des 138 dossiers en cours de procédure ont été déposés à partir de 2001 (cf. tableau 1.).

Tableau 1. Répartition du nombre de CCP en cours de procédure selon l'année de dépôt de la demande

Année	Nombre de dossiers déposés	Nombre de dossiers en procédure	Dont dossiers en procédure avec IGP
1995	28	2	2
1996	48	6	3
1997	76	15	13
1998	73	5	1
1999	62	5	2
2000	78	15	3
2001	65	36	10
2002	62	43	5
2003	19	11	0
Total	511	138	39

Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

Du point de vue des secteurs de production, les proportions de dossiers validés et en cours de procédure sont semblables : 62% des dossiers en cours de procédure sont issus du secteur de la viande contre 63% des dossiers validés ; et 18% des dossiers en instruction concernent des fruits et légumes (contre 22% des dossiers validés) : aucun secteur ne semble engendrer des délais de procédure plus longs.

Cependant, au sein de ces catégories, certains secteurs prennent plus d'importance. Il y a autant de dossiers ovins en cours de procédure que de dossiers déjà validés (10) alors que le nombre de dossiers de bovins est plus faible (15 en procédure, 54 validés), de même que la volaille (21 en procédure, 65 validés). Les dossiers issus de l'industrie des viandes sont au nombre de 21 en instruction, 14 ayant déjà été validés.

Pour les dossiers les plus anciens, la forte proportion de demandes d'IGP peut expliquer la longueur de la procédure. En effet, depuis la Loi d'Orientation Agricole de 1999, le dossier subi un premier examen par l'INAO, et s'il peut prétendre à une IGP, l'analyse de son volet CCP se poursuit par la CNLC⁴¹. Il est tout à fait logique que des dossiers avec IGP déposés depuis 2001 ne soient pas encore validés, mais la part d'IGP dans le nombre de dossiers en cours de procédure est plus faible après 2000. Et s'il est normal que les dossiers déposés en 2003 et qu'une partie des dossiers déposés en 2002 ne soient pas validés, le nombre important de cahiers des charges déposés en 2001 et toujours en procédure montre que le délai d'obtention d'une CCP simple (sans IGP) reste conséquent.

2.4 Le cas particulier des 21 demandes de mise en conformité

Suite aux exigences et recommandations, la section « examen des référentiels » a demandé à tous les détenteurs de dossiers validés dans les secteurs concernés de revoir leurs référentiels afin de **s'ajuster aux nouvelles exigences**.

Une partie des dossiers déposés depuis 2001 ne sont donc qu'une remise à niveau de dossiers plus anciens. Il ne s'agit donc pas vraiment de « nouveaux » dossiers, même s'ils ont reçu un nouveau numéro, et nous ne les avons pas comptabilisés dans les dossiers en cours de validité : en effet, une fois validés ces dossiers de mise en conformité annuleront et remplaceront les anciens cahiers des charges.

Les exigences et recommandations ont été mises en place à différents moments selon les secteurs (cf. tableau 2.)

Tableau 2. Dates de mise en place des exigences recommandations selon les secteurs

Secteur	Date à partir de laquelle les nouveaux dossiers doivent suivre les exigences et recommandations	Date limite d'envoi d'un nouveau dossier de mise en conformité pour les dossiers validés
Porc	1 décembre 2001	1 juillet 2002
Poulet	1 octobre 2002	1 avril 2003
Fruits et légumes	1 juin 2003	1 octobre 2003
Lapins	1 octobre 2002	1 avril 2003
Agneau	1 novembre 2002	1 avril 2003

Source : DPEI

⁴¹ Avant la LOA 1999, le dossier était examiné par une commission mixte CNLC-INAO.

Pour le moment, seuls les dossiers du secteur porcin sont réellement concernés par les mises en conformité, étant donnée les dates limites fixées par la section.

32 demandes de certification ont été recensé dans le secteur porcin.

Parmi ces 32 demandes, 9 ont inclus les exigences et recommandations lors de la première validation (8 dossiers déjà validés et 1 dossier en cours de procédure). (cf. tableau 3)

Tableau 3. Répartition des dossiers du secteur porcin

Etat du dossier	Nombre de dossier
En cours de procédure	1
Mise en conformité lors de la première validation	8
Nouveaux dossiers déposés pour la mise en conformité d'anciens	12
Mise en conformité lors d'un avenant	9
Abandon de la certification	2

Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

Sur les 23 demandes qui ont nécessité une démarche spécifique du demandeur pour effectuer la mise en conformité :

- 12 demandes de mise en conformité ont été déposés, en remplacement de 12 dossiers validés n'étant plus à jour,
- 9 demandes font l'objet d'avenants, qui intégreront les modifications voulues par la section. Si ces demandes d'avenant n'ont pas été initiées par les exigences recommandations, elles devront les prendre en compte pour être validées ; en tous les cas, le fait d'engager une démarche de demande d'avenant, assez longue, témoigne de l'intérêt que porte leurs détenteurs à leur certification.
- Seuls deux détenteurs d'une certification semblent avoir jugé que la CCP ne leur était pas suffisamment bénéfique et ont abandonné.

Ces chiffres montrent l'intérêt des détenteurs de CCP dans le secteur du porc à poursuivre leur démarche : la plupart ont entamé une démarche de validation d'un nouveau cahier des charges pour satisfaire aux exigences de la SER, ce qui demande du temps et de l'engagement.

2.5 La population des CCP actives : 293 dossiers validées

2.5.1 Vue d'ensemble des 293 demandes validées

Les données chiffrées détaillées ci-après sont basées sur le dépouillement des 293 dossiers de demandes de CCP, déposés et validés au MAAPAR (DPEI) au 15 juin 2003

Les données fournies sont exprimées en nombre dossiers ou en pourcentage de nombre de dossiers. Les tonnages sont issus d'analyses du CEPRAL⁴².

Les 293 dossiers couvrent :

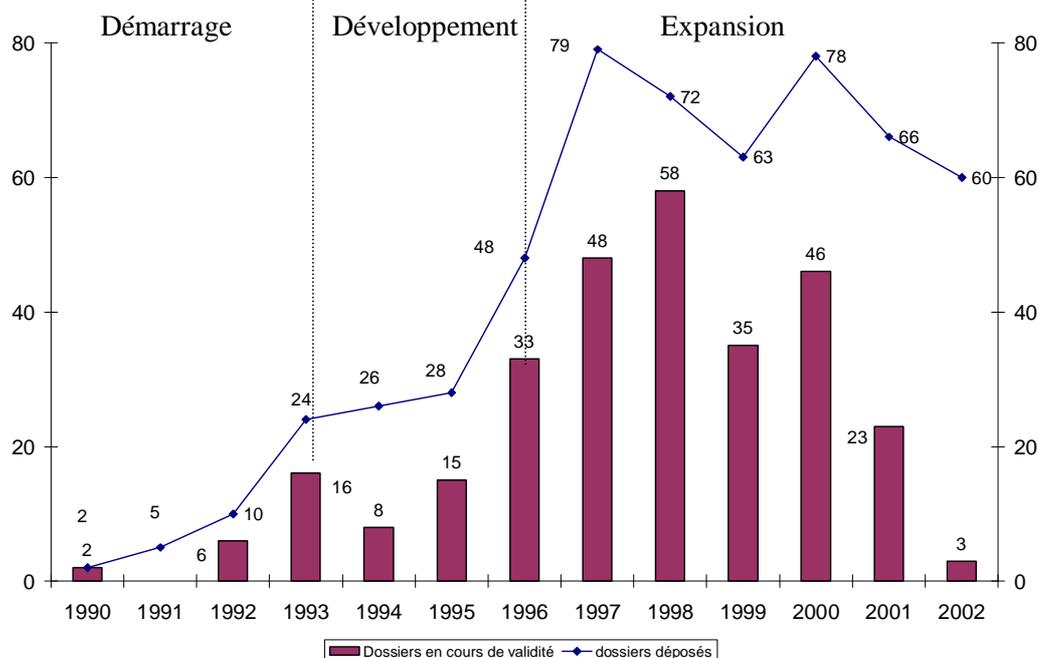
- la quasi totalité des secteurs de productions,
- la période 1990 à 2002.

⁴² Bilans économiques 1999, 2000, 2001, 2002 et 2003.

2.5.1.1 Evolutions des demandes et validations de CCP sur la période 1990 – 2002

Sur la période étudiée, deux pics de dépôt de dossiers apparaissent clairement, l'un en 1997, l'autre en 2000. L'analyse par secteur montrera (cf. page 98) que les dossiers déposés concernent essentiellement les productions animales et sont en partie consécutifs aux crises sanitaires (ESB, dioxine, fièvre aphteuse). 52% des dossiers CCP en cours de validités ont ainsi été déposés en 1997, 1998 et 2000.

Figure 4 – Nombre de dossiers déposés et validés par année de dépôt



Total dossiers déposés : 561 ; Total dossiers en cours de validité : 293

Source : DPEI et CEPRAL

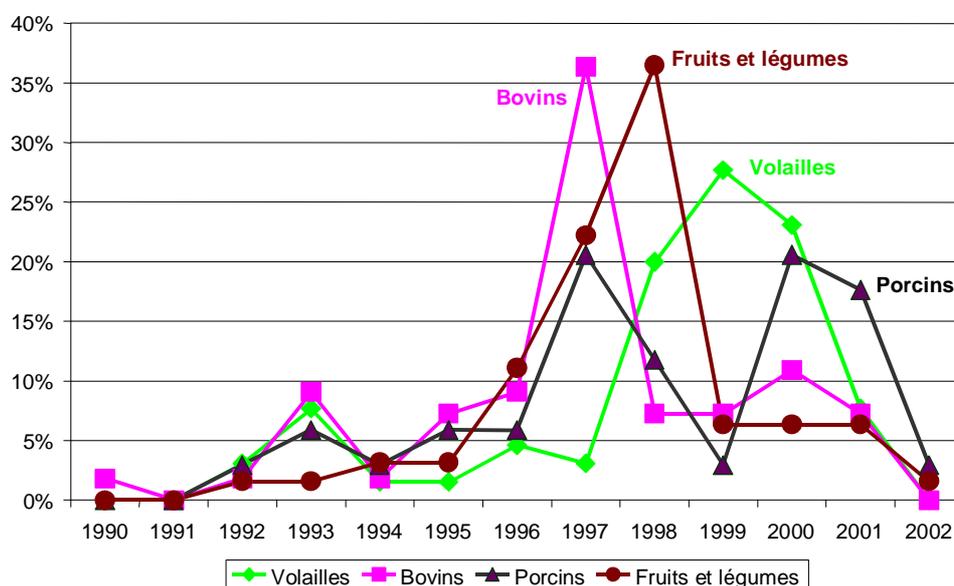
Depuis 1990, date de sa création⁴³, la certification de conformité semble avoir connu trois phases :

- une **phase de démarrage**, de 1990 à 1993, avec 26 cahiers des charges validés, essentiellement dans le secteur de la viande ;
- une **phase de développement** de 1994 à 1996, avec 56 cahiers des charges dont la moitié toujours dans le secteur des viandes mais avec l'apparition du secteur "fruits et légumes"(20% des dossiers) ;
- une **phase de forte expansion**, de 1997 à 2002, avec 213 demandes, où le secteur "viande" (117 cahiers des charges pour porc / volaille / bovin) reste prépondérant, le secteur "fruits et légumes" progresse considérablement (50 dossiers) et où la certification de conformité touche de plus en plus d'autres secteurs agro-alimentaires.

Notons le faible nombre de dossiers en cours de validité en 2002 s'explique par le fait que la plupart des dossiers déposés cette année-là sont encore en procédure.

⁴³ Décret n°90-859 du 25 septembre 1990

Figure. 5 – Evolution du nombre de dossiers déposés par secteur (en pourcentage du nombre de dossier de l'année)

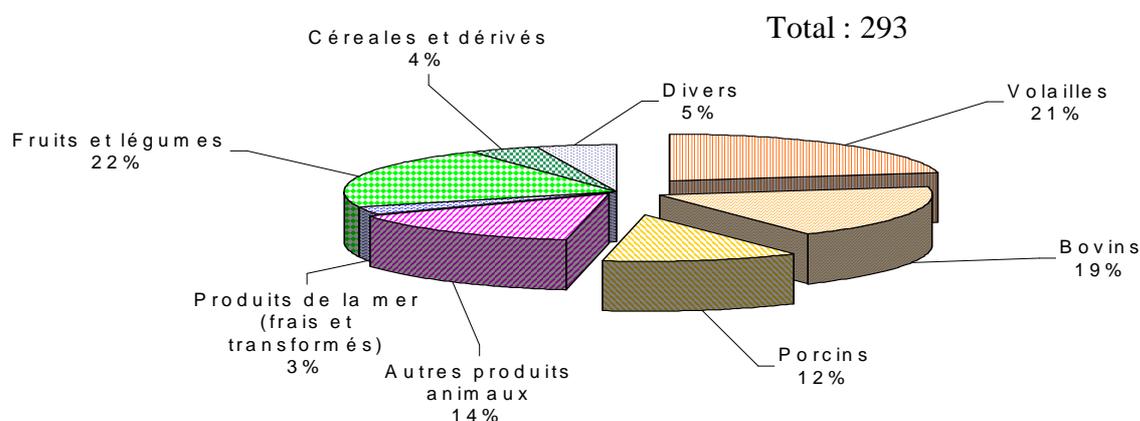


Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

2.5.1.2 Répartition des dossiers de demandes CCP par secteurs de production

66% des 293 dossiers en cours de validité se rapportent à des produits animaux et plus de 50% aux seules productions de viande de porc (12% des dossiers déposés et validés sur la période 1990 – 2002), de volailles (22%), et de bœuf (19%) (cf. figure 6). Les productions végétales occupent cependant une place non négligeable, avec de très nombreux dossiers se rapportant aux secteurs des fruits et légumes (22%), notamment frais. Au sein de cet agrégat, autant de dossiers se rapportent aux productions fruitières que légumières (11% des dossiers pour chaque catégorie).

Figure 6. Répartition des dossiers en cours de validité par secteurs de production



Source : DPEI – traitement Marion BONNET – juillet 03

Certaines productions pourtant importantes pour l'agro-alimentaire français sont à peine concernées par la production sous CCP. on citera par exemple les produits laitiers (2% des dossiers, plutôt tournés vers l'AOC⁴⁴), les produits de la mer (à peine 3% des dossiers, secteur moins organisé et bénéficiant d'une réglementation sur l'étiquetage qui autorise l'affichage d'un nom géographique sans SOQ⁴⁵), les céréales et produits dérivés (4% de dossiers de pain, farine, biscuits ; ces filières ont pendant longtemps présenté un faible intérêt pour les signes officiels de qualité).

2.5.1.3 Analyse des volumes de production sous CCP

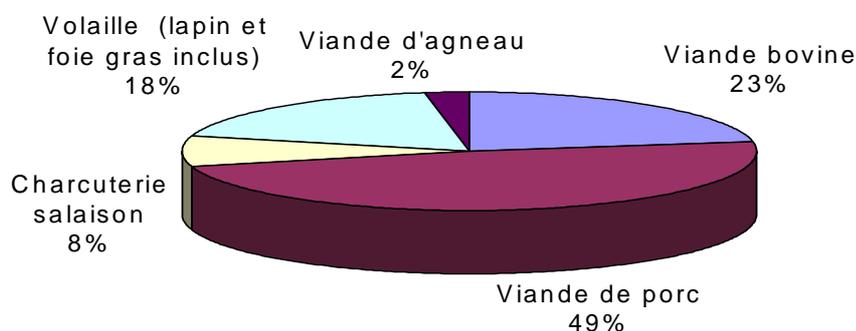
Pour compléter cette analyse par secteurs, une analyse des volumes de production sous CCP est proposée ci-après à partir des données du CEPRAL.

En 2002, plus de 50% des volumes de viande produit sous CCP se rapportait au secteur porcin (viande fraîche et charcuterie), soit environ 250 000 tonnes (cf. figure 7). En 1998, ce même pourcentage atteignait à peine 40%, avec plus de 22% pour la production de charcuterie.

A l'opposé, en 2002, la production de viande bovine occupe, en volume, 23% de la production de viande sous CCP. En 1998, ce même indicateur dépassait les 50%.

Enfin, en 1998, la filière volailles (poulet, dinde, canard, caille, lapin, foie gras, etc.) occupe 9% de la production carnée sous CCP contre près de 20% en 2002.

Figure. 7 Filière viande : répartition des tonnages (en %) produits sous CCP (2002)



Source : DPEI – traitement V. Borzeix

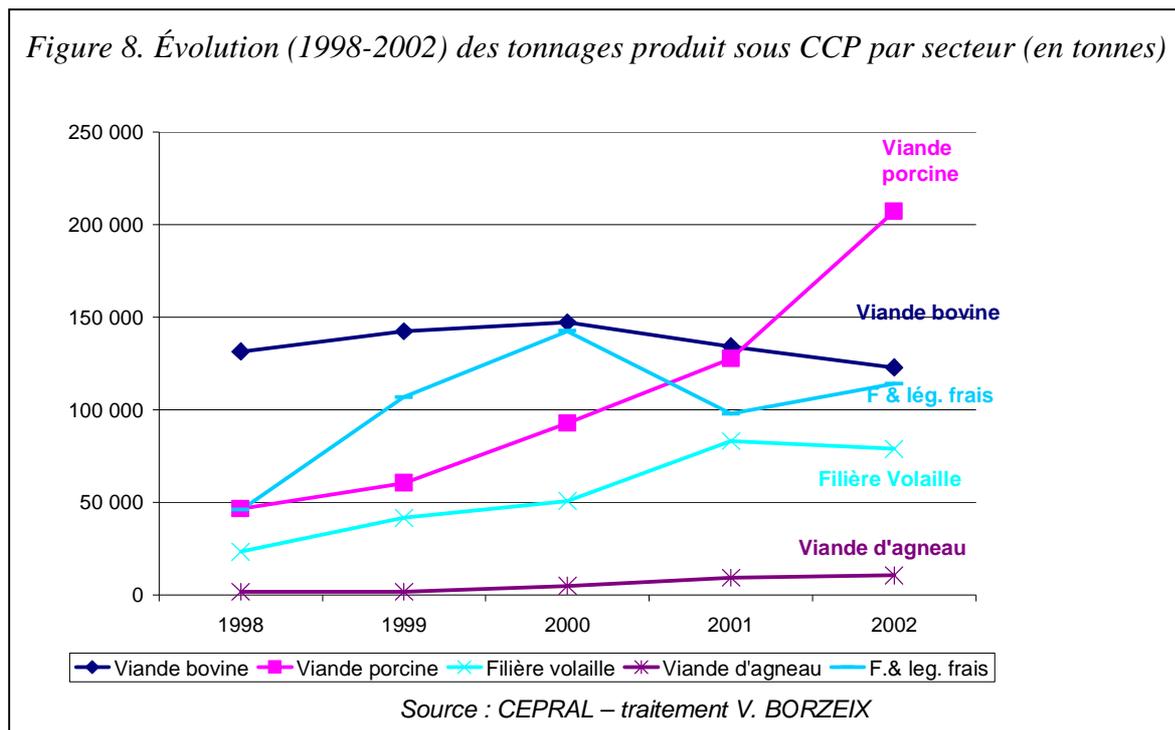
Au total, en 2002, en terme de volumes produits sous CCP, c'est la viande de porc (hors charcuterie et salaison) qui prend la première place (environ 205 000 tonnes), suivi des fruits et légumes (115 000 tonnes) puis la viande bovine (96 000 tonnes) et la filière volaille (79 000 tonnes).

Pour l'année 2002, au sein de la filière « viande porcine », la production sous CCP représente environ 9% de la production française, au sein de la filière ovine : 8%, 5% pour la filière bovine, 2% en fruits frais et près de 5% pour le poulet de chair (cf. figure 8).

⁴⁴ AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

⁴⁵ SOQ : Signe Officiel de Qualité

Figure 8. Évolution (1998-2002) des tonnages produit sous CCP par secteur (en tonnes)



Enfin, si l'on analyse la répartition de la filière CCP en terme de chiffre d'affaires, pour 2002, la viande bovine représente 29% du chiffre d'affaire de la filière CCP⁴⁶, la viande porcine 27% et la volaille 19%. Ces trois productions de viandes créent, à elles seules, plus des ¾ du chiffre d'affaire de la filière CCP.

2.5.1.4 Zone géographique

Il n'existe pas de zonage clair des CCP (zone de production déclarée dans le cahier des charges). On notera cependant que 6 régions (Bretagne, Pays de la Loire, Midi Pyrénées, Aquitaine, Basse Normandie et Rhône Alpes) regroupent 58% des dossiers CCP en cours de validité (cf. carte 1)

2.5.1.5 Les acteurs économiques de la CCP

Les opérateurs de la filière CCP sont, pour 46% des dossiers en cours de validité, des producteurs agricoles regroupés. On trouve également des industries agro-alimentaires (IAA) (16%), des abattoirs (14%) et des commercialisateurs (8%) (cf. figure 9).

Concernant leur statut juridique, 56% des dossiers sont portés par des entreprises privées, 17% par des associations, 9% par des coopératives, 6% par des syndicats professionnels, et 9% par des groupements de producteurs⁴⁷.

⁴⁶ Toute production confondue, le chiffre d'affaires des produits sous CCP est de 0,35 milliards d'euros en 1994, de 1,55 milliards d'euros en 1998 ; il atteint 2,7 milliards d'euros en 2001.

⁴⁷ Attention, les producteurs agricoles ne sont pas forcément regroupés en groupements de producteurs mais aussi en association, en GIE, etc.

Carte 1. Répartition des zones de production ce CCP (en nombre de CCP produites dans la région)

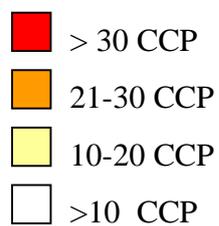
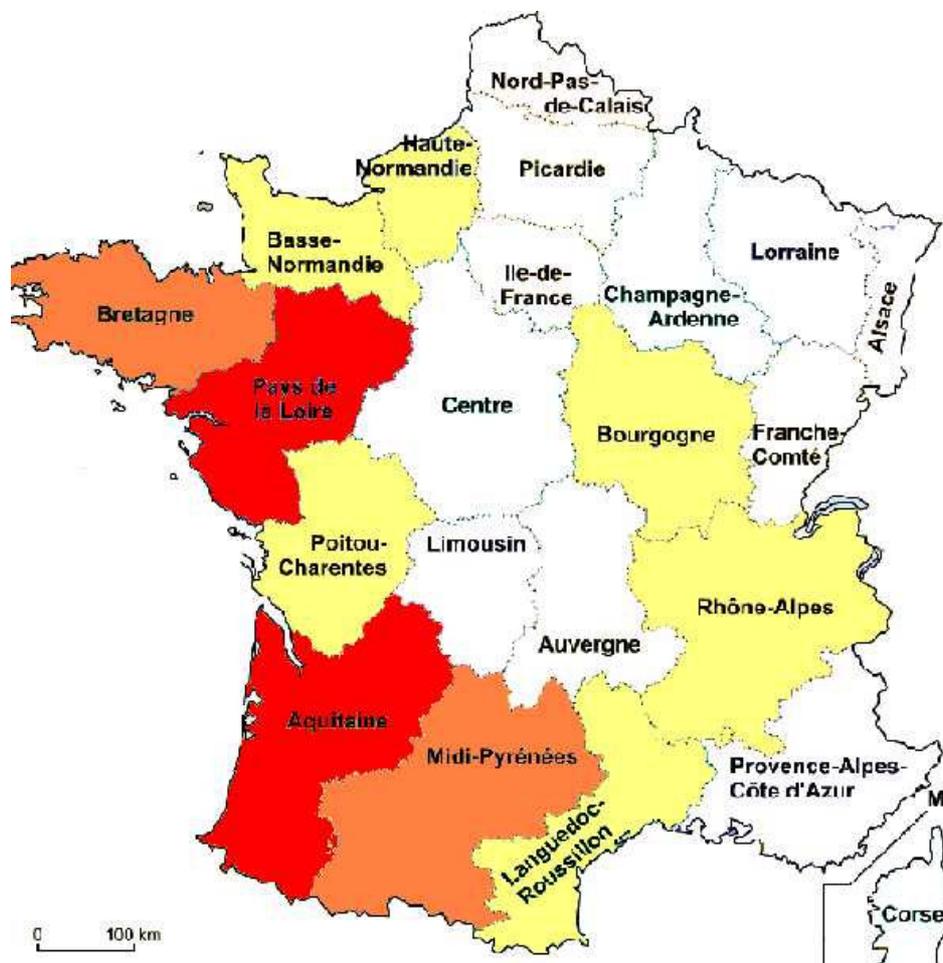
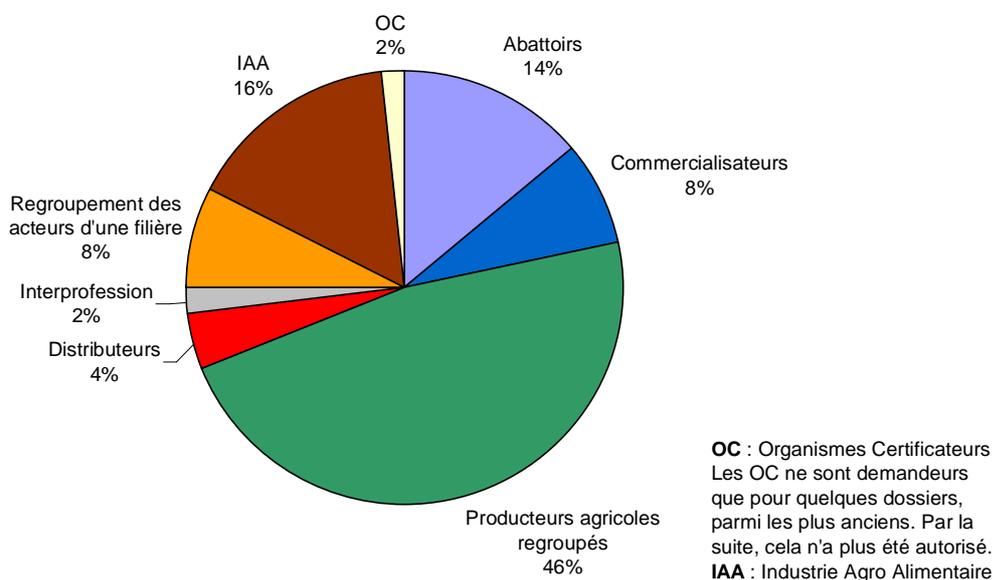


Figure 9. Activité économiques des détenteurs de CCP



Source : DPEI – traitement Marion BONNET

2.5.1.6 Les organismes certificateurs,

De très nombreux organismes certificateurs coexistent. Quatre d'entre eux assurent la certification de 62% des dossiers en cours de validité : Qualicert, Qualite France, Bvqi France⁴⁸ et Qualisud.

2.5.1.7 Utilisation des logos et des mentions communicantes

Parmi les dossiers en cours de validité précisant si l'opérateur utilisera un logo sur sa production sous CCP (soit 203 dossiers), 85% indiquent vouloir apposer sur le produit l'un des logos CCP (AQC, CQC ou CQ), 13% indiquent ne pas vouloir apposer de logo sur le produit, enfin, 2% seulement prévoient d'utiliser un logo personnel.

Les critères certifiés sont l'ensemble des critères de production qui sont contrôlés par l'organisme certificateur. La certification ne peut s'appliquer qu'aux produits remplissant toutes ces conditions.

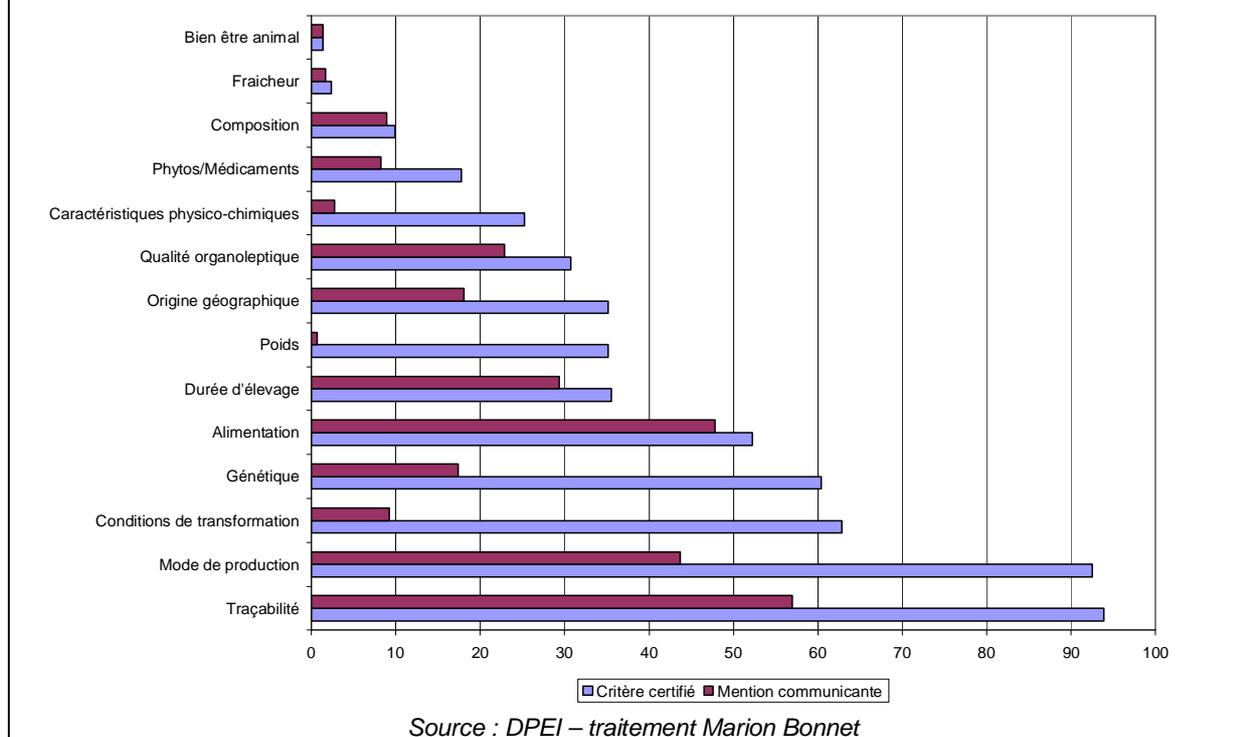
Les caractéristiques communicantes sont les critères apposés sur l'étiquette du produit. Elles font obligatoirement partie des critères certifiés.

Concernant les critères certifiés mentionnés dans les dossiers en cours de validité⁴⁹ (cf. figure 10), on citera en premier lieu la traçabilité (certifiée pour 94% des dossiers), le mode de

⁴⁸ Qualité France et BVQI ont maintenant fusionné.

production (92% des dossiers), les conditions de transformation (63% des dossiers), la génétique (60%) et l'alimentation animale (52%). A l'opposé, le bien être animal ou la protection de l'environnement, ne sont certifiés que dans 1 à 2% des dossiers.

Figure 10 Les critères certifiés et les caractéristiques communicantes (en % des 293 dossiers validés)



2.5.1.8 Les objectifs des détenteurs de CCP

Les opérateurs détenant aujourd'hui un dossier CCP, en cours de validité, déclaraient vouloir⁵⁰ (les dossiers pouvant contenir plusieurs objectifs, voir encadré) : à 37% « se différencier », à 32% « obtenir une garantie officielle », à 16% « améliorer la qualité », « rassurer le consommateur » à 15% et « organiser la filière » à 13%.

2.5.1.9 CCP et autres signes officiels de qualité

Certains opérateurs possèdent parfois d'autres signes officiels de qualité pour certains produits qu'ils commercialisent (autre que celui faisant l'objet du dossier CCP). Ainsi 11% d'entre eux utilisent un label, 14% une autre CCP et 2% la mention « agriculture biologique »⁵¹.

⁴⁹ Plusieurs critères sont certifiés par dossier. En moyenne sur la population étudiée, on obtient près de 6 critères certifiés par dossier.

⁵⁰ Objectifs exposés avec les motivations des demandeurs en introduction des cahiers des charges.

⁵¹ La mention Agriculture Biologique est le seul signe cumulable avec l'un des 3 autres signes officiels, sous réserve que le produit suive les deux cahiers des charges.

Les objectifs répertoriés dans les dossiers de demande de CCP

Contraindre l'amont : la CCP vise à assurer que le fournisseur remplit le cahier des charges qui lui incombe

Protéger une dénomination : le but recherché est la protection d'une dénomination (le plus souvent géographique)

Rester/devenir compétitif : la CCP doit permettre de rester ou de devenir compétitif sur le marché

Assurer de nouveaux débouchés : la CCP permet de garantir des débouchés à la production (par exemple, les porcs pour les jambons labels)

Se différencier : par le biais de la CCP, le produit se distingue du produit courant

Fidéliser une clientèle : l'objectif est de fidéliser une clientèle autour d'un produit

Organiser la filière : la CCP est un outil d'organisation / de standardisation de la filière

Obtenir une garantie officielle : la CCP apporte une caution externe sur le produit et sa fabrication

Améliorer l'homogénéité de la production : la CCP doit permettre d'avoir une production de qualité et de quantité plus constantes

Motiver les employés : la CCP est un outil de motivation interne

Améliorer la qualité : l'amélioration qualitative du produit est visée

Pérenniser une production locale : la CCP est un outil de soutien à des productions locales et doit leur permettre de subsister

Rassurer : la CCP est utilisée pour assurer au consommateur la qualité (sanitaire) du produit

Valoriser la production : la CCP doit permettre la valorisation financière d'une production plus qualitative, donc plus coûteuse à produire

2.5.2 Analyse par secteur de production

2.5.2.1 Les productions animales

Comme nous l'avons vu précédemment, **le secteur de la viande représente près de 60% des dossiers de CCP. Près de 40% d'entre eux ont été déposés en 1997 et en 2000 (effet « ESB⁵² »)**. Parmi les dossiers « viande », nous l'avons vu c'est le secteur de la volaille (lapin exclu) qui est prépondérant (38% des dossiers), suivi des secteurs bovin (32%), porcine (18%), et ovine (6%).

Les opérateurs de ce secteur déposant un dossier CCP sont à 40% des producteurs regroupés, à 23% des abattoirs et à 14% des IAA. Concernant leur statut juridique, il s'agit essentiellement de structures privées (47%), mais également d'associations (16%) et de groupements (10%).

***La filière bovine**

Cette filière représente à elle seule, **18% des dossiers en cours de validité**. 35% des dossiers concernant cette production ont été déposés en 1997, vraisemblablement suite à la première crise de l'ESB. En 2000 et 2001, on n'observe pas de pics de dépôt de dossier. Il semble en fait que tous les opérateurs intéressés par cette démarche aient déposé des dossiers en 1997.

Parmi les 55 dossiers « viande bovine », 61% concernent une production de viande « gros bovins », le reste de la viande de veau (30%) et de jeunes brouillards.

⁵² ESB : Encéphalite Spongiforme Bovine, « vache folle »

Dans ce secteur, ce sont les organismes certificateurs Qualicert et Qualite France, le plus souvent rencontrés (respectivement 48% et 12% des dossiers).

22% des CCP « viande bovine » détiennent un autre signe officiel de qualité (11% du label et 11% une autre CCP).

Sur la base des objectifs déclarés dans les dossiers, les opérateurs de cette filière cherchent majoritairement à obtenir une garantie officielle (31% des dossiers), à se différencier (19%), à organiser la filière (19%) et à rassurer le consommateur (19%).

Pour ces mêmes dossiers, sont certifiés les critères suivant : la traçabilité (100% des dossiers), le mode de production (93%) et l'alimentation (74%) et les caractéristiques communicantes portent sur la traçabilité, l'alimentation et la durée de maturation.

****La filière porcine**

Avec 34 dossiers, **cette filière représente 12% des dossiers en cours de validité** tous secteurs confondus. **Les tonnages produits sous CCP en porc, occupent cependant en 2002, la première place** (toutes filières confondues).

41% des dossiers concernant cette production ont été déposés entre 1997 et 2000, vraisemblablement suite aux crises de l'ESB et à l'épidémie de peste porcine qui débute dans le Nord de l'Europe en 1997. Durant les crises de l'ESB, un report de consommation s'est opéré des viandes rouges (bœuf) vers les viandes blanches (porc et volailles). On peut supposer que les consommateurs ont cependant pris conscience à cette occasion de l'alimentation et des conditions de production (intensives) dans ces filières. La recherche d'une « amélioration de la qualité » a sans doute motivé les opérateurs.

Ici, ce sont les organismes certificateurs Qualicert, Avicert, Bvqi France et Qualite France qui sont le plus souvent rencontrés (respectivement 17%, 14%, 12% et 12% des dossiers).

Les dossiers en cours de validité sont principalement détenus par des groupements de producteurs (65% des dossiers).

Sur la base des objectifs déclarés dans les dossiers analysés, les opérateurs de cette filière cherchent majoritairement à obtenir une garantie officielle (47% des dossiers), à se différencier (29%), à obtenir des débouchés (26%%) et à améliorer la qualité (24%) et à valoriser leur production (21%).

Pour ces mêmes dossiers, les critères certifiés sont majoritairement : la traçabilité (97% des dossiers), le mode de production (91%) et l'alimentation (91%), les conditions de transformation (82%) et la génétique (79%). La communication se fait quant à elle sur les caractéristiques suivantes : alimentation (88%), traçabilité (82%) et mode de production (47%).

*****La filière volaille**

Cette filière représente 22% des dossiers en cours de validité. 70% d'entre eux ont été déposés sur la période 1998-2000 (pic en 1999).

En 1993 l'entreprise DUC dépose un dossier CCP. Grâce à cela, elle gagne d'importantes parts de marché. A partir de 1997-98, les autres opérateurs (LDC notamment) réagissent, en déposant également des dossiers. On peut rajouter que la crise de la dioxine (juin 1999) et la réduction du contingent d'exportations subventionnées pour le poulet (1998-99) ont sans doute également incité les opérateurs à se tourner vers les SOQ.

Parmi les 65 dossiers « volaille », 43% concernent une production de viande de poulet, 14% de la viande de dinde, 9% de la viande de pintade. On notera que dans ce secteur, 6% des

dossiers concernent la production de foie gras, or les quantités produites sous CCP sont non négligeables (près de 3 500 tonnes en 2002, contre un peu plus de 1 500 tonnes en 1998), et représentent près de 20% de la production française. A titre de comparaison, pour le poulet de chair, la production sous CCP atteignait en 2002, près de 48 000 tonnes soit, environ 5% de la production nationale.

Pour la plupart des secteurs, aucun zonage géographique clair ne ressort quant à la production sous CCP. Dans le cas de la filière volaille, 61% de la production se concentre dans trois régions : les Pays de la Loire (28%), l'Aquitaine (17%) et la Bretagne (16%).

Dans cette filière, on retrouve principalement les organismes certificateurs suivant : Bvqi France, Quali Ouest, et Avicert (respectivement 25%, 15% et 14% des dossiers).

Les dossiers en cours de validité sont principalement détenus par des abattoirs (43%), des IAA (25%) et des agriculteurs regroupés (25%), soit principalement des entreprises privées.

32% des détenteurs de CCP « volailles » détiennent une autre CCP et 23% un label .

Sur la base des objectifs déclarés dans les dossiers analysés, il semble que les opérateurs de cette filière cherchent majoritairement à se différencier (48% des dossiers), à rassurer le consommateur (29%), à obtenir une garantie officielle (28%), et à améliorer l'homogénéité de la production (26%).

Les principaux critères certifiés sont : le mode de production (98% des dossiers), l'alimentation (94%), la durée d'élevage (91%), la traçabilité (89%), la génétique (88%) et les conditions de transformations (69%). Les caractéristiques communicantes les plus utilisées concernent alors : l'alimentation (94%) et la durée d'élevage (80%).

Dans le secteur de la viande, l'utilisation de la CCP semble donc s'être développée pour diverses raisons.

Dans le *secteur bovin*, les opérateurs y ont essentiellement eu recours pour continuer à vendre leur production en période de crise sanitaire. Alors que le consommateur souhaitait connaître l'origine de la viande qu'il achetait (méfiance vis à vis de la viande anglaise notamment), les opérateurs de la filière ont fait certifier la traçabilité de leur produit et ont communiqué sur ce critère.

Dans le *secteur porcin*, la stratégie des opérateurs est sans doute plus complexe. Hors période de crise sanitaire, la CCP a sans doute été utilisée d'une part pour améliorer la qualité générale de la filière et d'autre part pour limiter l'accès du marché aux produits standards. En pleine crise de l'ESB, alors que le consommateur reportait son choix de viande sur le porc et la volaille, il a fallu lui donner des gages de fiabilité concernant notamment l'alimentation donnée aux porcs. Les opérateurs souhaitent donc majoritairement faire certifier la traçabilité certes, mais également l'alimentation et le mode de production. Ils communiquent d'ailleurs prioritairement sur le thème de l'alimentation animale.

Enfin, dans le *secteur de la volaille*, l'analyse est plus difficile à mener, dans la mesure où cette filière regroupe des productions très diverses (poulet d'un côté, foie gras de l'autre !). En tout état de cause et dans le cas de la viande de poulet, la crise de la vache folle et celle de la dioxine ont sans doute « dopé » les dépôts de dossiers CCP. Hors période de crise sanitaire, il semble que la CCP ait permis de répondre à une « demande du consommateur » concernant un produit moins cher que le label mais cependant différent du poulet standard. Les opérateurs cherchent alors principalement à se différencier et à obtenir une garantie officielle. Ils font certifier en priorité le mode de production et l'alimentation animale et communiquent sur ce dernier thème.

2.5.2.2 Les productions végétales

Nous l'avons vu précédemment, **les productions végétales représentent moins de 25% des dossiers de CCP**. Parmi les 73 dossiers concernés, plus de 85% relèvent de la catégorie « fruits et légumes », les autres de celle des « céréales et dérivés ». En terme de volume, les productions végétales sous CCP sont, en 2001, de niveau quasiment trois fois moindre que celui des productions animales sous CCP (environ 360 000 tonnes pour les productions de viandes de bœuf, volaille et porc ; poissons et produits laitiers contre un peu moins de 115 000 tonnes pour les productions de céréales et fruits et légumes).

Au sein des 63 dossiers de la filière « fruits et légumes », **70% ont été déposés sur la période 1996-1998**. Pour ces mêmes dossiers, 3 régions concentrent la production : Rhône Alpes (22%), Aquitaine (19%) et Languedoc Roussillon (13%).

Près de 50% des dossiers de cette filière sont à rattacher à la production de fruits frais et 37% de productions de légumes frais.

Dans ce secteur, les détenteurs d'une CCP, sont à 70% des producteurs regroupés et à 25% des commercialisateurs. Concernant leur statut juridique, il s'agit essentiellement de structure privée (47%) mais également de coopératives(17%).

***Les fruits**

La production de fruits frais sous CCP, représente, en terme de dossiers, 10% de la totalité des CCP en cours de validité (tous secteurs confondus). En volume, près de 68 000 tonnes de fruits frais ont été produit sous CCP en 2002, soit environ 2% de la production française.

Parmi les 30 dossiers concernés, **près des deux tiers ont été déposés entre 1997 et 1998**.

Parmi les dossiers étudiés, 23% concernent les pommes, 20% les pêches - nectarines - abricots et 17% les melons. En 2002, les productions sous CCP de pommes pêches - nectarines - abricots et melon représentaient respectivement 0,5%, 2% et 10% de la production française.

Dans cette production, c'est Qualicert le principal organisme certificateur (70% des dossiers).

Les dossiers en cours de validité sont principalement détenus par des agriculteurs regroupés (63%) et des commercialisateurs (30%). Il s'agit d'ailleurs souvent de coopérative (27% des dossiers).

Sur la base des objectifs déclarés dans les dossiers analysés, les opérateurs de cette filière cherchent majoritairement à améliorer la qualité de leur production (29% des dossiers), à la valoriser (26%), et à se différencier (26%).

Les principaux critères certifiés sont : le mode de production (100% des dossiers), la traçabilité (100%) et la maturité optimale (97%). Les caractéristiques communicantes les plus utilisées concernent : la maturité optimale (83%) et le mode de production (63%)

****Les légumes**

Avec 32 dossiers, **cette filière représente 11% des dossiers en cours de validité tous secteurs confondus. 37% des dossiers en cours ont été déposés en 1998**.

Une très grande variété de légumes est concernée par la production sous CCP. Trois produits représentent cependant à eux seuls 61% des dossiers « légumes » : la salade (29%), les tomates (23%), et les pommes de terre (9%). Pour chacun de ces légumes, la production sous CCP représente à peine 1% de la production nationale.

Ici, ce sont les organismes certificateurs Qualicert et Ocacia qui sont le plus souvent rencontrés (respectivement 43% et 13% des dossiers).

Les dossiers en cours de validité sont principalement détenus par des groupements de producteurs (68% des dossiers).

Parmi les dossiers « légumes » en cours de validité, aucun opérateur ne détient un autre signe officiel de qualité. 6% d'entre eux utilisent cependant une autre CCP pour leur gamme.

Sur la base des objectifs déclarés dans les dossiers analysés, les opérateurs de cette filière cherchent majoritairement à se différencier (53% des dossiers), à organiser la filière (19%) et à améliorer l'homogénéité de la production (19%).

Les critères certifiés sont majoritairement : le mode de production et la traçabilité (94% des dossiers), la variété (81%). Les caractéristiques communicantes utilisées sont alors : la traçabilité (72%) et le mode de production (69%).

Pour le secteur des fruits et légumes, l'analyse est très complexe à mener, tant l'agrégat considéré regroupe de produits différents, avec des marchés variés et qui concernent, au niveau national des volumes de production divers. Contrairement au secteur de la viande, où la CCP a sans doute été utilisée en partie, pour faire face aux crises sanitaires, ce n'est pas du tout le cas ici. Le marché des fruits et légumes est exposé à de très grandes variations de prix (alternance d'années de surproduction ou de sous production). De plus, cette Organisation Commune de Marché ne bénéficie ni d'aides directes ni de prix garantis, ce qui l'expose plus aux lois du marché. Ici, il semble en fait que la CCP ait été utilisée pour organiser la filière et pour différencier le produit et donc soit pour maintenir des parts de marché (en période de surproduction par exemple), soit pour mieux valoriser le produit.

Conclusion

L'étude des données issues du dépouillement des 547 dossiers de demandes de CCP a permis de mettre en lumière les acteurs économiques impliqués, les secteurs de production concernés. Nous les avons autant que possible mis en relation avec des événements extérieurs ayant pu avoir une influence sur les objectifs de demandes de CCP.

Si la CCP s'est aussi fortement développée à partir de 1997, c'est en effet grâce au secteur de la viande qui a subi de plein fouet la crise de l'ESB et a voulu réagir vis à vis de la crise de confiance alimentaire qui a suivi.

Le secteur des fruits et légumes a plutôt utilisé la CCP comme un outil d'organisation de la filière et de différenciation sur un marché très variable selon les années.

L'hétérogénéité des objectifs et des utilisations nous amènent à approfondir les intentions stratégiques des différents utilisateurs.

3 Les intentions stratégiques des utilisateurs de CCP

L'un des objectifs de cette étude était de mieux cerner les raisons de la démarche des détenteurs de CCP et la façon dont ils s'en servent pour atteindre leurs objectifs.

Pour cela, sur la base des données du dépouillement et complétées par les données issues de l'enquête du SCEES, des intentions stratégiques ont été identifiées : en effet, des groupes de détenteurs poursuivant des buts comparables via la CCP se distinguent.

Il sera expliqué ici la manière dont ces intentions stratégiques ont été identifiées ; elles seront ensuite décrites.

Seulement 291 des 293 dossiers ont été classés dans ces groupes, car deux dossiers, très anciens, étaient trop lacunaires pour pouvoir identifier une intention stratégique.

3.1 Les intentions stratégiques : méthode d'identification

3.1.1 3 critères discriminants

La constitution des groupes s'est basée sur plusieurs critères discriminants.

3.1.1.1 1^{er} critère discriminant : le principal objectif assigné par le demandeur à la CCP

Parmi l'ensemble des objectifs assignés à la CCP, trois se distinguent.

Le premier est de se différencier par rapport aux autres produits équivalents sur le marché ; il concerne 37% des dossiers de demandes de CCP validés.

⇒ C'est un objectif de **segmentation**.

Le deuxième est d'obtenir une garantie officielle (31% des dossiers). Il est souvent associé à la volonté de rassurer. Les détenteurs citent généralement la crise de confiance alimentaire pour justifier leur besoin d'un signe de qualité destiné à rassurer le consommateur.

⇒ C'est un objectif de **crédibilité**.

Le troisième objectif touche une petite population, celle des CCP couplées à une Indication Géographique Protégée (IGP), mais est quasi unanimement partagé par les détenteurs de ces CCP particulières (90% d'entre eux) : il s'agit pour eux, via ce signe de qualité de protéger une dénomination géographique.

⇒ C'est un objectif de **protection d'une dénomination**.

Ces trois objectifs permettent de distinguer trois groupes de taille inégale : un groupe correspondant aux CCP-IGP et dont l'objectif est de protéger une dénomination géographique (31 dossiers) ; un groupe qui veut obtenir une garantie officielle (environ 92 dossiers) ; un groupe (168 dossiers) dont les demandeurs veulent principalement se différencier.

3.1.1.2 2^{ème} critère discriminant : le secteur de production

Le secteur de production a une grande influence sur la façon dont la CCP est utilisée par le demandeur, notamment pour le groupe dont l'objectif est de se différencier. En effet, le but, et surtout la mise en œuvre de la certification, n'est pas la même dans des secteurs très segmentés tels que la volaille, et des secteurs peu segmentés, tels que les fruits et légumes.

Dans le premier cas, la différenciation par la qualité existe déjà, notamment grâce au label ; la CCP est alors un moyen de toucher un nouveau segment, à un niveau de qualité moins important que le label, mais à des prix inférieurs.

Dans le cas des fruits et légumes, la segmentation par la qualité est quasiment absente, si ce n'est quelques AOC (comme le Chasselas de Moissac). La CCP permet alors de s'affirmer comme un produit de qualité plus importante que la moyenne des produits proposés.

3.1.1.3 3^{ème} critère discriminant : les caractéristiques communicantes utilisées

Le groupe dont l'objectif est de protéger une dénomination utilise comme première caractéristique communicante l'origine géographique.

Le groupe qui cherche une garantie officielle pour rassurer communique sur la traçabilité et sur l'alimentation des animaux.

Outre la segmentation du secteur, les deux groupes dont l'objectif premier est de se différencier utilisent des caractéristiques communicantes différentes. Dans le cas de secteurs segmentés, elles portent sur l'alimentation des animaux et leur durée d'élevage ; pour les secteurs peu segmentés, sur le mode de production et la traçabilité.

3.1.2 Les 4 groupes d'intentions stratégiques identifiés

Ces trois critères discriminants permettent de distinguer 4 groupes de détenteurs de CCP :

Tableau 4. Récapitulatif des 4 groupes « intentions stratégiques » identifiés

Groupe	Nombre de dossiers	Objectif(s) affiché(s)	Principale(s) caractéristique(s) communicantes	Caractéristiques du secteur de production
1	31	Protection d'une dénomination	Origine géographique	-
2	92	Obtenir une garantie officielle	Traçabilité Alimentation des animaux	Secteurs ayant subi une crise de confiance alimentaire (bovins en 1997 et 2000 ; volaille en 1999)
3	80	Se différencier	Alimentation des animaux Durée d'élevage	Secteurs segmentés
4	88	Se différencier	Mode de production Traçabilité	Secteurs peu segmentés (peu de stratégies de marques)

3.2 Caractérisation des 4 groupes d'intentions stratégiques

L'objectif de cette partie est de décrire les 4 groupes identifiés. Cette analyse est basée sur les 293 dossiers en cours de validité.

3.2.1 Intention stratégique 1 : Appropriation d'une notoriété géographique

3.2.1.1 Définition

Les demandeurs ayant cette intention stratégique ont **des produits dont le nom contient une indication géographique** qui est évocatrice pour le consommateur : demander une IGP est alors un moyen pour eux de limiter l'utilisation de ce nom aux seules personnes respectant le cahier des charges *ad hoc*.

Ces producteurs ont d'ailleurs souvent le sentiment que la notoriété de leur produit est détournée par des fabricants peu scrupuleux des règles de fabrication « traditionnelles ». Ils s'estiment garants de la réputation de leurs produits, considérant qu'ils respectent « les règles de l'art ».

Ceci présente un double avantage : d'une part, l'IGP crée une barrière et limite le nombre de producteurs à ceux de la région concernée ; d'autre part, la seule mention géographique sur le produit évoque pour le consommateur un produit de qualité.

Le produit concerné par l'IGP peut être à la base de la notoriété de la région (canard du Gers) ou profiter de la bonne image du lieu de production, sans en être particulièrement responsable (viande bovine du Gers).

La demande de CCP est souvent faite dans le seul but d'obtenir une IGP, la certification en elle-même n'est pas le plus intéressant pour le demandeur : certains, voyant leur demande d'IGP refusée, ont d'ailleurs abandonné leur démarche d'obtention de CCP.

La CCP doit aussi leur permettre de se différencier, et fédérer les actions autour de l'organisation de la filière de production : le cahier des charges à respecter constitue une base de travail pour homogénéiser les pratiques de travail des acteurs de la filière.

3.2.1.2 Description des demandes de CCP couplées à une IGP

Evolution des dépôts de demande

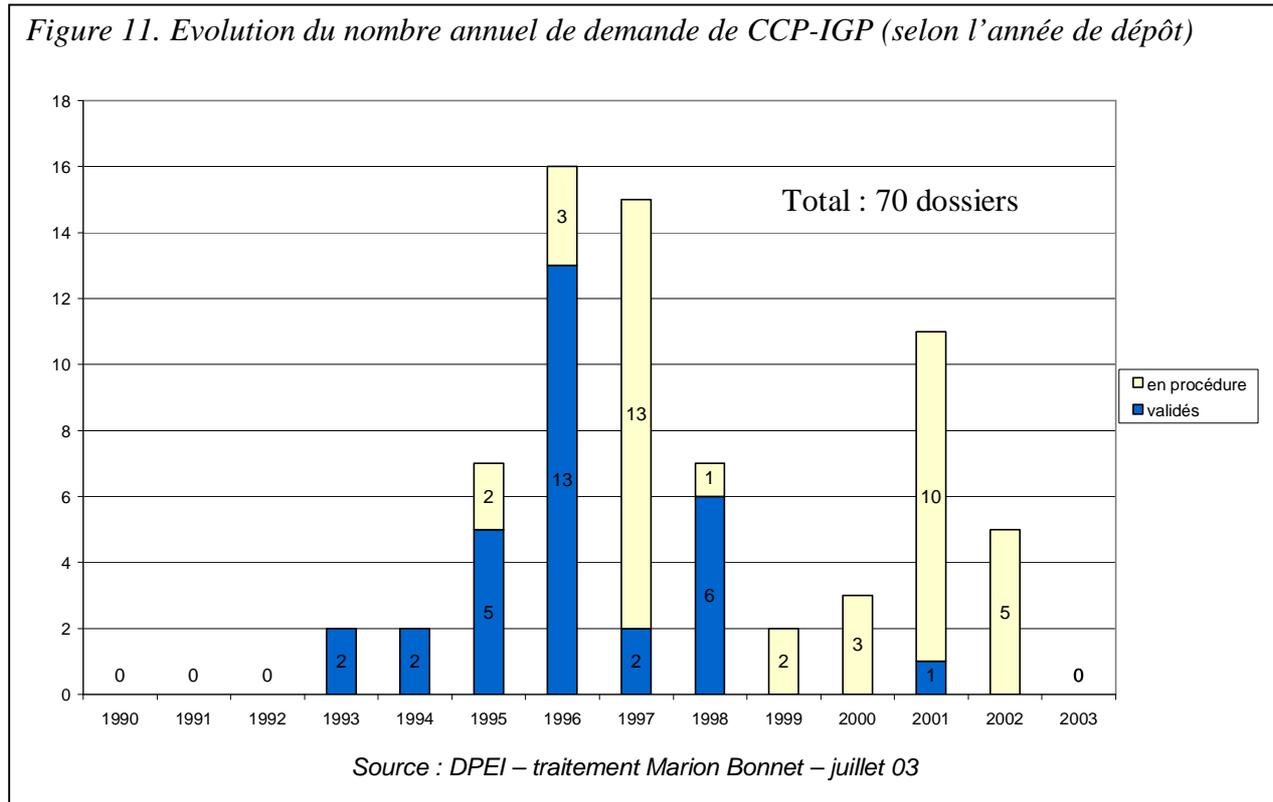
Les dépôts des demandes de certification de conformité couplée avec une IGP s'étalent entre 1993, date de création de l'IGP, et 2002 (cf. figure 11.)

1996 et 1997 sont les deux plus fortes années de demande, cependant si l'essentiel des dossiers de 1996 ont été validés, la plupart des dossiers de 1997 sont encore en cours de procédure.

Après trois années de faibles demandes, 2001 est un pic avec onze demandes dont une seule a été validée, la Clémentine de Corse.

31 dossiers CCP-IGP ont été validés, 39 demandes sont en cours de procédure.

Figure 11. Evolution du nombre annuel de demande de CCP-IGP (selon l'année de dépôt)



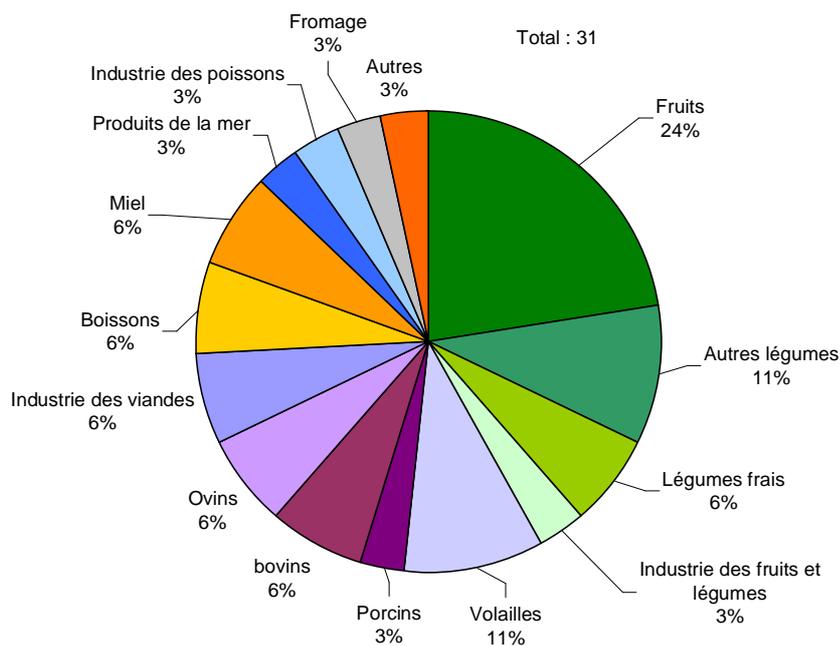
Les secteurs de production

L'IGP touche **la plupart des secteurs de production.** (cf figure 12.)

Les secteurs de production sont répartis de façon équilibrée avec une légère prédominance pour les fruits et légumes qui représentent 44% du nombre de dossiers, les produits carnés 32%. De nombreux secteurs sont présents, dont certains uniquement dans cette intention stratégique : c'est le cas du secteur des boissons (cidre) et du miel.

Il convient de noter que ces secteurs sont en général peu propices à l'obtention d'une AOC, si ce n'est celui du fromage. Cette intention stratégique pourrait donc être un complément de l'AOC : les demandeurs ne pouvant établir le lien avec le terroir ou ne voulant pas se soumettre aux contraintes de l'AOC (notamment en terme de limitation de la région de production, plus restreinte pour l'AOC) utilisent la CCP et l'IGP pour mettre en avant un nom géographique attractif.

Figure 12. Répartition des secteurs de production au sein des CCP-IGP validées (en% des 293 dossiers validés)

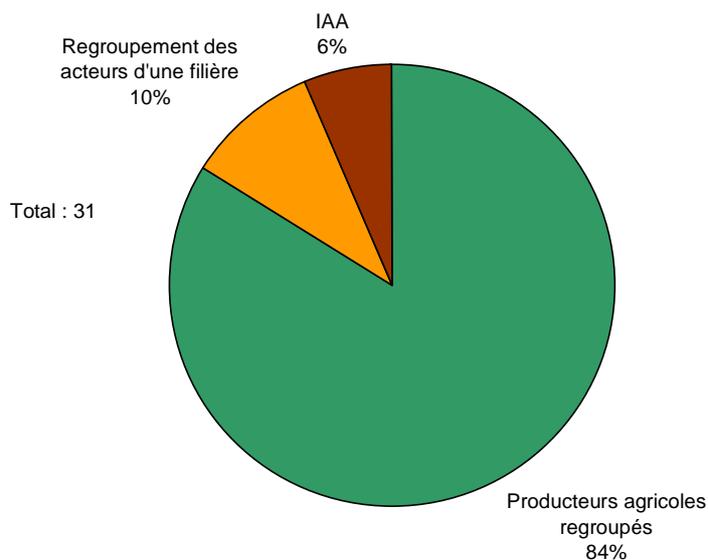


Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

3.2.1.3 Les organisations demandeuses

Les détenteurs de CCP-IGP sont principalement des **producteurs agricoles**, qui se sont regroupés afin de faire leur demande (cf. figure 13).

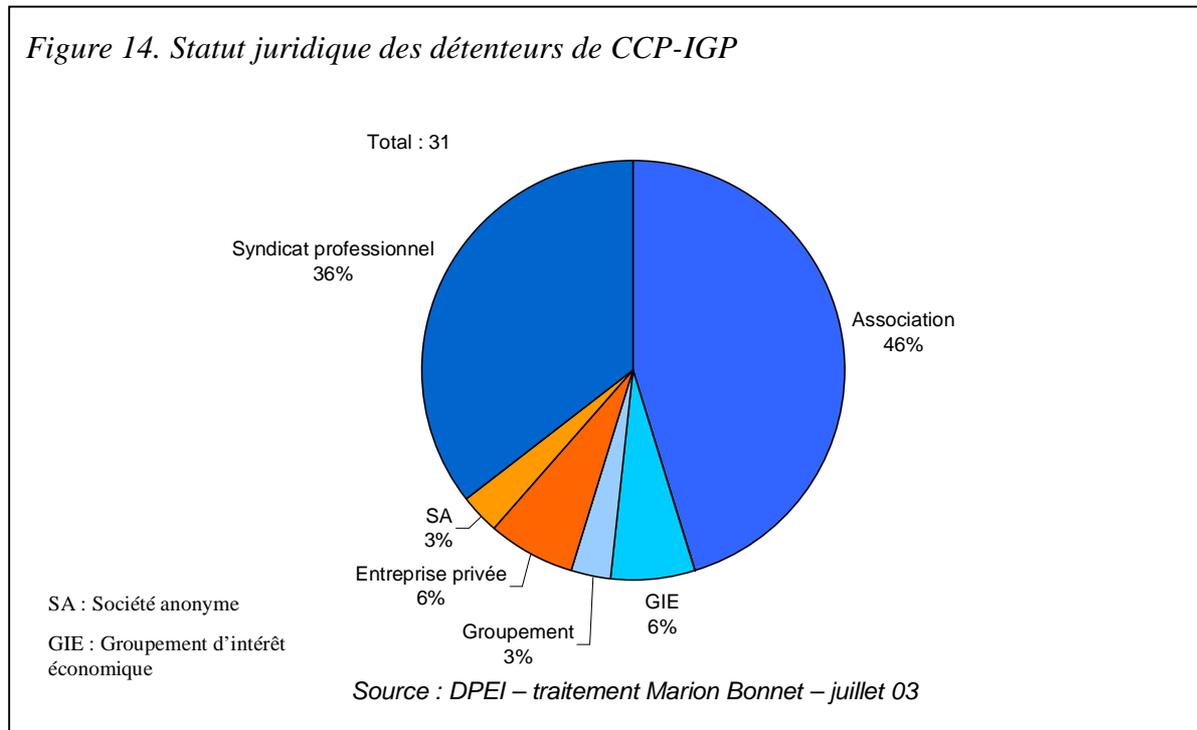
Figure 13. Activité économique des détenteurs de CCP-IGP



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Ces détenteurs sont généralement fédérés dans **des structures associatives**, de type association (à 46%) , groupement (3%) ou syndicat (36%). La demande d'IGP se fait obligatoirement par un groupement qualité. (cf. figure 14)

Figure 14. Statut juridique des détenteurs de CCP-IGP



Le conseil d'administration de ces détenteurs est dans 7 cas sur 10 **présidé par un producteur**. Cette catégorie professionnelle est d'ailleurs presque toujours représentée au conseil d'administration (dans 89% des cas), les transformateurs dans 61% des cas et les distributeurs dans 33% des cas. On y trouve même parfois des représentants d'association de consommateurs (dans 6% des cas).

L'encadrement de l'organisation se fait dans 75% des cas par un directeur, assisté dans 55% des cas par un responsable qualité et un responsable communication. Par contre, peu de ces détenteurs emploient un responsable commercial (15%).

Ces gestionnaires de CCP-IGP ont pour principale fonction **de promouvoir et/ou de défendre leur signe de qualité**, mais ils interviennent aussi fréquemment dans les arbitrages de litiges, dans les contrôles de la production et apportent également un soutien technique aux producteurs. En revanche, ils sont plus rarement impliqués dans l'organisation de la production, et dans la négociation des prix.

Ils sont **peu engagés dans d'autres démarches de signes de qualité** : seuls 13% d'entre eux ont un autre signe de qualité que la CCP, en l'occurrence un label.

3.2.1.4 La communication sur le produit

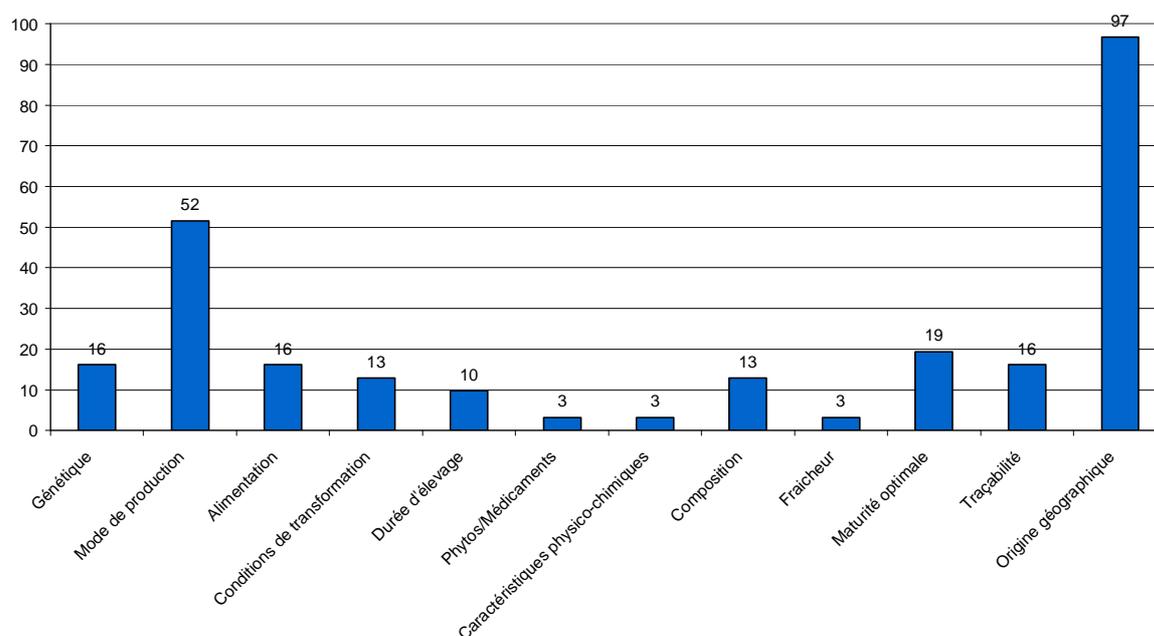
La communication sur le produit se fait par trois biais : une marque commerciale, un logo de certification et les caractéristiques communicantes.

58% des produits sous CCP-IGP portent une marque commerciale : c'est plus faible que l'ensemble des CCP où 80% des produits sont estampillés d'une marque. La moitié environ (30%) de ces produits arborent une marque de distributeur : c'est une proportion légèrement plus importante que dans l'ensemble de la population des CCP (25%).

70% des gestionnaires déclarent utiliser le logo facultatif de la certification (AQC, CQC ou CQ), et seulement 20% le logo communautaire de l'IGP.

Les caractéristiques communicantes, que doit afficher obligatoirement le produit sous CCP, portent, dans **97% des cas sur la dénomination géographique** – ce qui est le but de la demande d'IGP- et c'est généralement la première des caractéristiques inscrites sur le produit (cf. figure 15)

Figure 15. Caractéristiques communicantes utilisées pour les produits avec une CCP-IGP (en %)



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

La moitié des détenteurs communiquent sur le mode de production.

Suivant les secteurs concernés, la communication porte également sur l'alimentation des animaux ou la durée d'élevage pour le secteur de la viande ou sur la maturité optimale à la cueillette pour les fruits et légumes.

3.2.1.5 La communication autour du signe officiel et du produit

Deux tiers des gestionnaires de l'ensemble des CCP mènent des campagnes de promotion, cependant, leurs budgets restent très faibles : la moitié d'entre eux disposent de moins de 30.000 euros.

80% des gestionnaires de CCP-IGP mènent une campagne promotionnelle ou prévoient d'en mener une.

Le questionnaire du SCEES définit plusieurs niveaux de communication possible : régional, national ou international. Un cinquième seulement des gestionnaires de CCP-IGP ne communique qu'à un seul niveau (13% au niveau de la région, 7% au niveau national) : ils sont donc plutôt polyvalents de ce point de vue, et multiplient les niveaux de communication (57% de l'ensemble des gestionnaires ne communiquent qu'à un niveau).

Cependant la plupart a un niveau de communication où il mène la majorité de sa campagne : pour 40%, c'est l'échelon régional, pour 47% le niveau national.

13% des gestionnaires de CCP-IGP réalisent une partie de leur promotion à l'international (de l'ordre de 10% de la campagne).

3.2.1.6 La commercialisation

Ventilation géographique des ventes

De même que les campagnes de promotion, la commercialisation peut se faire dans la région de production, dans le reste de la France, dans l'Union européenne ou dans le reste du monde.

La moitié des gestionnaires de CCP-IGP (53%) vendent majoritairement leurs produits en France au delà de leur région de production. 20% commercialisent plus de la moitié de leur production au niveau régional.

Les produits sont les plus « internationaux » puisque, même si aucun produit n'est vendu majoritairement hors de France, près de la moitié (47%) sont commercialisés en partie dans l'union européenne, et 7% dans le reste du monde

Circuits de distribution

80% des gestionnaires vendent plus de la moitié de leur production en grande et moyenne surface (GMS).

Mais les produits sous CCP-IGP sont également ceux qui sont le plus commercialisés en vente directe (27% des gestionnaires y vendent une partie de leur production), et en restauration hors foyer (20% des gestionnaires y vendent une partie de leur production).

BILAN : Intention stratégique « Appropriation d'une notoriété régionale »

L'objectif principal de ces détenteurs est de protéger une dénomination géographique associée à leurs produits ; la CCP est souvent uniquement le moyen d'accéder à l'IGP.

Les détenteurs sont issus de tous les secteurs ; il s'agit majoritairement de producteurs agricoles regroupés en associations ou en syndicats professionnels.

Ces produits, soutenus par des campagnes de promotion, sont principalement commercialisés en grande et moyenne surfaces (GMS).

3.2.2 Intention stratégique 2 : Réassurance du consommateur

3.2.2.1 Définition

La CCP a été utilisée comme un moyen de **redonner confiance au consommateur**. Elle a permis de mettre en avant la traçabilité des produits et l'alimentation 100% végétale, sous couvert d'une certification officielle, garantie par l'Etat.

Les détenteurs de CCP de cette intention stratégique appartiennent à **des secteurs ayant subi de plein fouet les différentes crises de confiance alimentaire** qui ont émaillé les années 90 : ESB, poulet à la dioxine, listéria... La méfiance des consommateurs s'est accrue envers les produits de ce type.

La CCP a donc permis de réaffirmer la qualité sanitaire de nombreux produits, au delà de la réglementation. La CCP a répondu à deux logiques : **redonner confiance au consommateur et aux acteurs de la filière, et redéfinir la sécurité au sein de la filière**.

Comme dans l'intention stratégique 1, où les acteurs économiques convergeaient autour d'un standard relatif à l'origine, les acteurs de cette intention stratégique se réunissent autour d'un standard de sécurité sanitaire.

3.2.2.2 Description des demandes de CCP « Réassurance du consommateur »

Evolution des dépôts de demande

Les dossiers validés appartenant à cette intention stratégique ont connu une **forte augmentation des dépôts en 1997**, suite à la crise de l'ESB. D'ailleurs, cette année là, 76% des demandes sont issus du secteur bovin (cf. figure 16).

Le deuxième pic, en 2000, est lui dû à la volaille, secteur représentant 45% des demandes cette année là.

Les secteurs de production

L'essentiel des secteurs représentés dans cette intention stratégique sont **issus de la viande**. **Le secteur bovin domine** avec 45% des dossiers concernés (cf. figure 17).

Le secteur porcin n'a pas été touché directement par une crise, mais en a subi les contrecoups, positifs en termes de volumes dans un premier temps, puis négatifs en terme d'image de l'élevage intensif ; c'est par ailleurs un produit dont la qualité est globalement en baisse dans l'esprit du consommateur (élevage hors sol).

3.2.2.3 Les organisations demandeuses

Contrairement aux détenteurs de CCP avec IGP, les producteurs agricoles ne sont pas ici en majorité : ils ne représentent que 30 % des détenteurs (cf. figure 18)

Le nombre vient ici plutôt des **acteurs de l'aval de la filière** : abattoirs, industries agro-alimentaires, distributeurs. Il convient d'ailleurs de noter que les distributeurs (GMS) sont presque uniquement présents dans cette intention stratégique.

La CCP est-elle un moyen pour l'aval de la filière d'imposer une démarche qualité chez les producteurs agricoles ?

Figure 16. Evolution du nombre de demandes de CCP « Réassurance du consommateur », (selon l'année de dépôt de la demande)

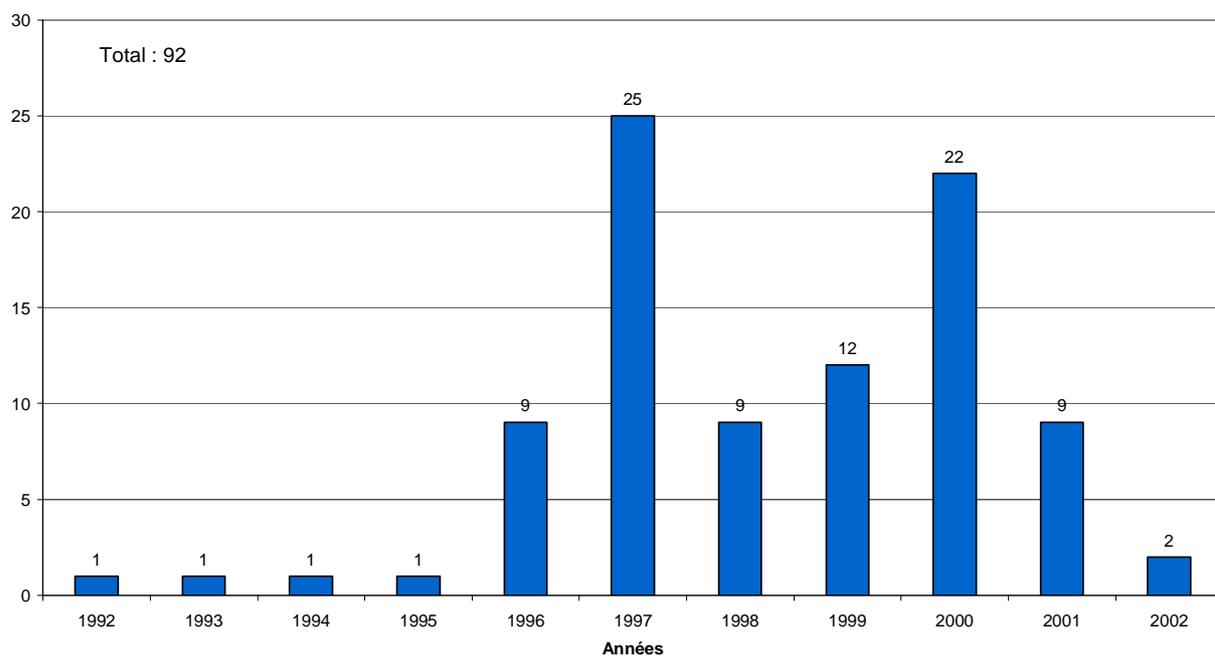


Figure 17. Intention stratégique « Réassurance du consommateur » : répartition des secteurs de production

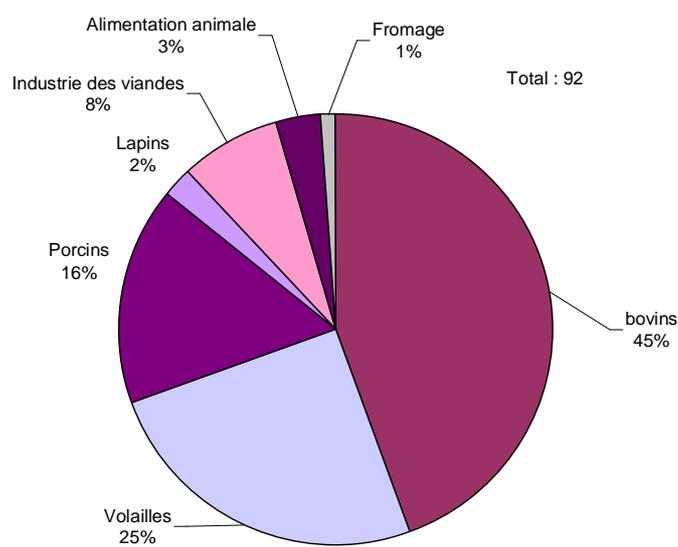
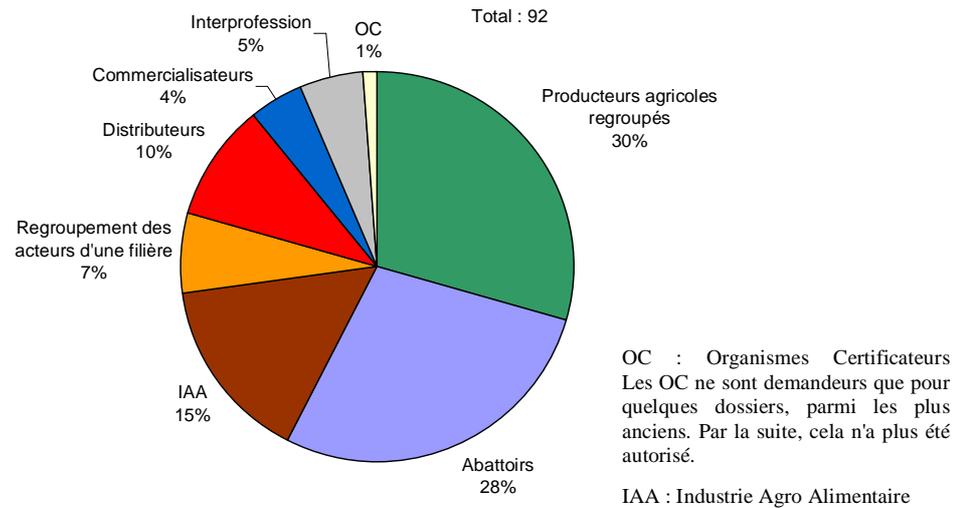


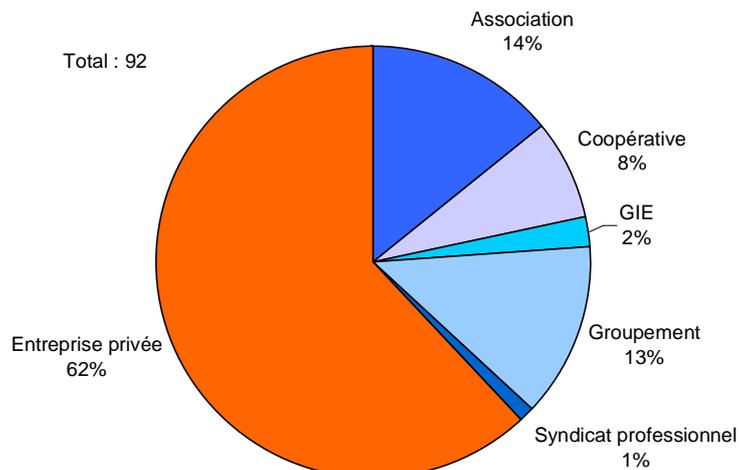
Figure 18. Intention stratégique « Réassurance du consommateur » : activité économique des détenteurs de CCP



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Ces détenteurs sont majoritairement de type **privé** (pour près des deux tiers d'entre eux) (cf. figure 19).

Figure 19. Intention stratégique « Réassurance du consommateur » : statut juridique des détenteurs de CCP



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Le conseil d'administration de ces détenteurs est dans la moitié des cas dirigé par un producteur (48%), et dans un tiers des cas par un transformateur (35%). La **composition du conseil d'administration est assez variée** puisque 57% des assemblées comptent des producteurs, des transformateurs en font partie dans 53% des cas, et des représentants des distributeurs sont présents dans 21% des cas.

Ces structures sont parmi les plus encadrées : elles comptent un directeur dans 88% des cas, un responsable qualité dans 81% des cas, un responsable commercial (54%), voire un responsable communication (46%).

Ces gestionnaires s'occupent principalement de la **promotion du signe de qualité**, ainsi que d'apporter du **soutien technique aux producteurs**. Ils se chargent aussi de **contrôler la production et d'arbitrer les litiges**.

Ils sont parfois impliqués dans plusieurs démarches qualité : **28% ont un deuxième signe officiel de qualité**, soit pour 21% une autre CCP, pour 12% un label.

3.2.2.4 La communication sur le produit

84% des produits commercialisés sous CCP appartenant à cette intention **stratégique portent une marque commerciale**. Il s'agit d'une **marque distributeur dans 23% des cas**.

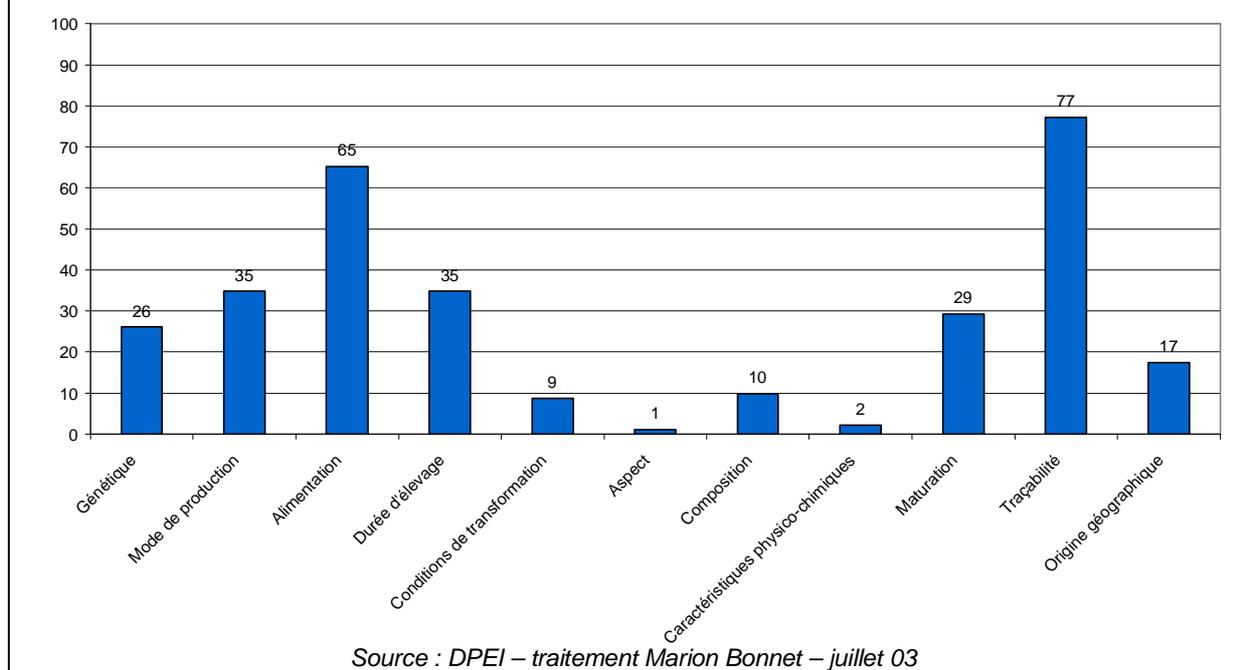
Les deux tiers de ces produits portent un logo de la certification (AQC, CQC, CQ). Seulement 6% déclarent utiliser un logo communautaire.

77% des produits portent une caractéristique communicante relative à la **traçabilité** ; deux tiers des produits portent une mention sur **l'alimentation des animaux** (cf. figure 20.).

Ces deux caractéristiques sont révélatrices de la volonté de rassurer le consommateur : elles apportent d'une part la certitude qu'en cas de problème, l'exploitation agricole d'origine de l'animal peut être retrouvée, et d'autre part assure que les animaux n'ont pas consommé de farines animales (en indiquant ce que l'animal a réellement consommé), point qui avait fortement marqué les esprits lors de la crise de l'ESB.

29% des produits ont une caractéristique relative à la durée de maturation de la viande, facteur considéré comme déterminant dans la qualité organoleptique de la viande.

Figure 20. Caractéristiques communicantes utilisées dans l'intention stratégique « Réassurance du consommateur »



N.B : L'origine géographique n'est pas à prendre ici au sens de l'IGP mais au sens de la réglementation sur l'étiquetage de la viande bovine. Cette réglementation impose d'afficher le lieu de naissance, d'élevage et d'abattage. Si les trois opérations sont réalisées dans le même pays, l'affichage peut être du type « origine France ».

3.2.2.5 La communication autour du signe officiel et du produit

Si **71% des gestionnaires de CCP de cette intention stratégique mènent ou prévoient de mener une campagne promotionnelle**, il faut cependant souligner que les budgets dont ils disposent sont très faibles, et leurs moyens par conséquent limités.

Un tiers des gestionnaires communique uniquement au niveau régional ; un autre tiers ne communique qu'au niveau national. Seulement 4% des gestionnaires réalisent une partie de leur campagne à l'international.

3.2.2.6 La commercialisation

Ventilation géographique des ventes

De même que les campagnes de promotion, la commercialisation peut se faire à différents niveaux.

45% des gestionnaires réalisent plus de la moitié de leurs ventes au niveau national, alors que 19% seulement commercialisent leurs produits majoritairement au niveau régional.

Dans cette intention stratégique, la commercialisation à l'étranger est anecdotique : 3% des gestionnaires vendent quelques pour cent de leur production dans l'Union Européenne.

Circuits de distribution

Cette intention stratégique présente la plus faible proportion de gestionnaires commercialisant leur produit majoritairement en grande distribution : **ils ne sont en effet que 43% à vendre plus de la moitié de leur production à une GMS.**

Par contre, 10% d'entre eux utilisent principalement le petit commerce.

BILAN : Intention stratégique « Réassurance du consommateur »

L'objectif de ces détenteurs est de rassurer le consommateur : ils sont en effet issus de secteurs ayant subi les crises de confiance alimentaire (bovins, volaille).

Les demandes ont connu deux pics, en 1997 et en 2000.

Les détenteurs sont souvent des acteurs de l'aval de la filière (abattoirs, industries agro-alimentaires, distributeurs). Les distributeurs ne sont d'ailleurs présents que dans cette intention stratégique.

Pourtant, seulement 43% de ces produits sont vendus majoritairement en grande surface.

3.2.3 Intention stratégique 3 : Positionnement intermédiaire

3.2.3.1 Définition

Le but premier des détenteurs de CCP de cette intention stratégique est de **se différencier**. Cependant, ils sont issus de **secteurs très segmentés du point de vue de la qualité**, par la présence notamment de nombreux labels. Ils utilisent alors la CCP comme **un moyen d'atteindre un nouveau segment de marché**, laissé vacant entre le produit standard et le label.

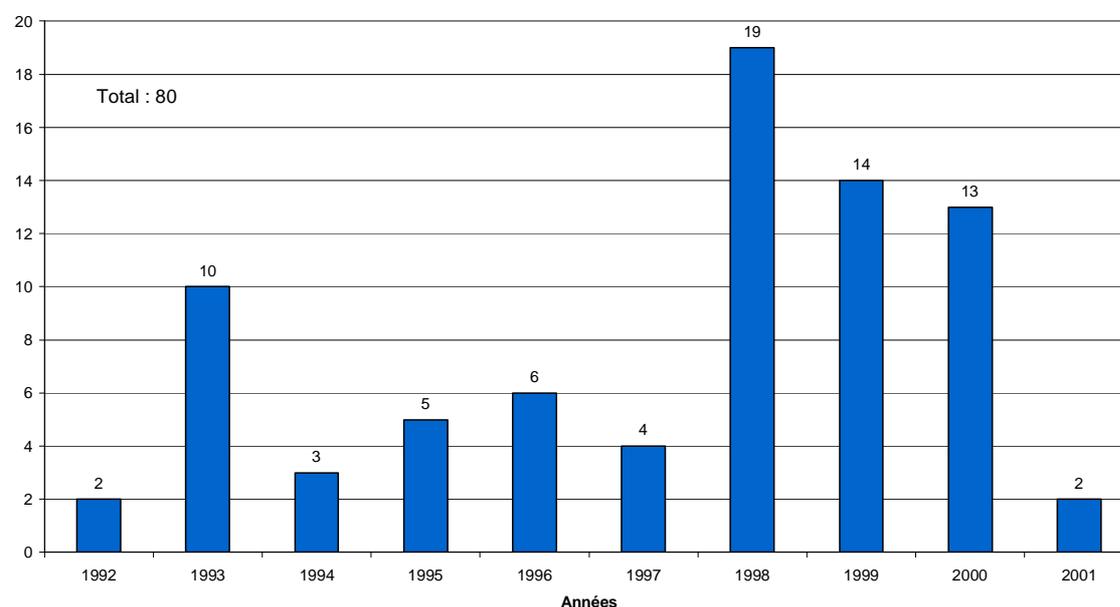
Ceux qui ont déjà un label obéissent ainsi à la logique d'extension de gamme, en couvrant tous les créneaux du marché.

3.2.3.2 Description des demandes de CCP « Positionnement intermédiaire »

Evolution des dépôts de demande

Les demandes relatives à cette intention stratégique commencent dès 1992, mais l'essentiel des demandes s'échelonne entre 1998 et 2000, période qui concentre 58% des demandes (cf. figure 21).

Figure 21. Evolution du nombre de demandes de CCP « Positionnement intermédiaire » (selon l'année de dépôt)

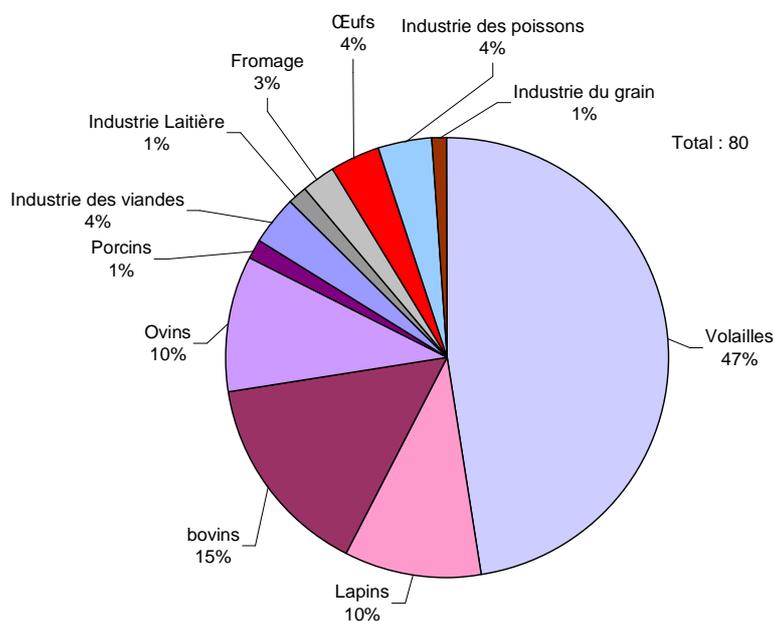


Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Les secteurs de production

Cette intention stratégique de positionnement intermédiaire touche surtout **des secteurs de la viande, et principalement la volaille** (47% des demandes) (cf. figure 22).

Figure 22. Intention stratégique « Positionnement intermédiaire » : répartition des secteurs de production



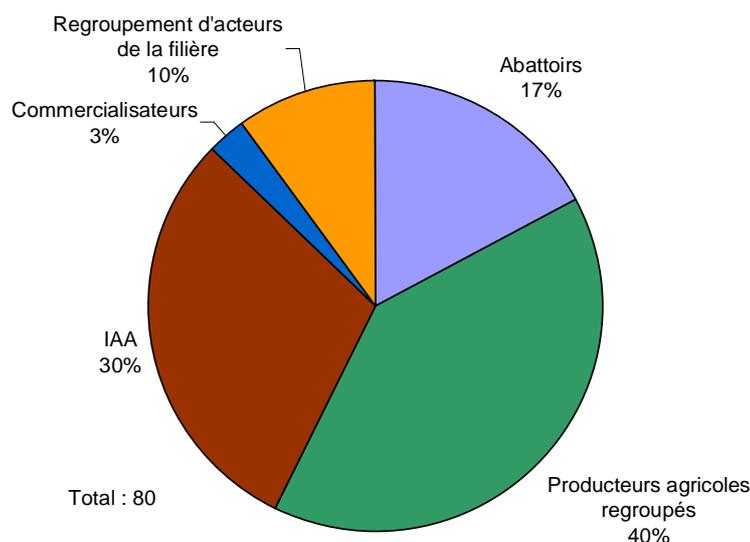
Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Il convient de noter que les dossiers de lapins sont presque tous dans cette intention stratégique, ainsi que les ovins.

3.2.3.3 Les organisations demandeuses

Les transformateurs (abattoirs et industries agro-alimentaires) représentent ici 47% des détenteurs. Les producteurs agricoles comptent pour 40% (cf. figure 23).

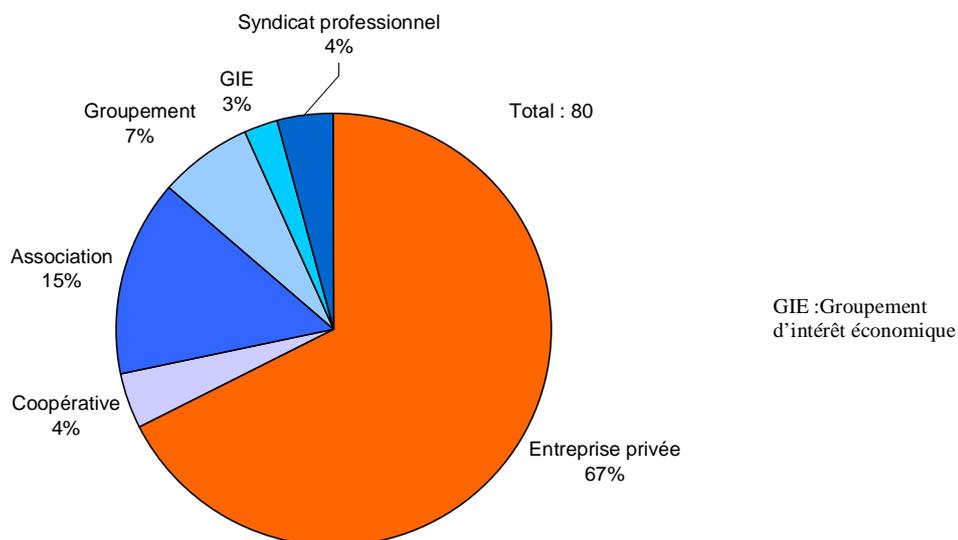
Figure 23. Intention stratégique « Positionnement intermédiaire » : activité économique des détenteurs



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Ces détenteurs sont principalement **privés** (cf. figure 24).

Figure 24. Intention stratégique « Positionnement intermédiaire » : statut juridique des détenteurs



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Le conseil d'administration de ces organisations est présidé par un producteur dans 47% des cas, par un transformateur dans 38% des cas. Une assemblée sur deux comprend des producteurs (51%), et la même proportion des transformateurs (47%). Des distributeurs sont membres du conseil d'administration dans 13% des cas.

Dans la plupart des cas, ces organisations ont un directeur (82%), ainsi qu'un responsable qualité (73%). Mais les responsables commerciaux sont plus rares (56%), et les responsables communication encore plus (27%).

Les gestionnaires de cette intention stratégique sont **investis dans de nombreuses fonctions**. Dans 7 cas sur 10, ils s'occupent du soutien technique aux producteurs, de la promotion du signe et/ou de l'arbitrage des litiges. Ils participent également aux contrôles (à 62%), et plus de la moitié d'entre eux intervient dans la fixation de primes à la qualité ou de sanctions.

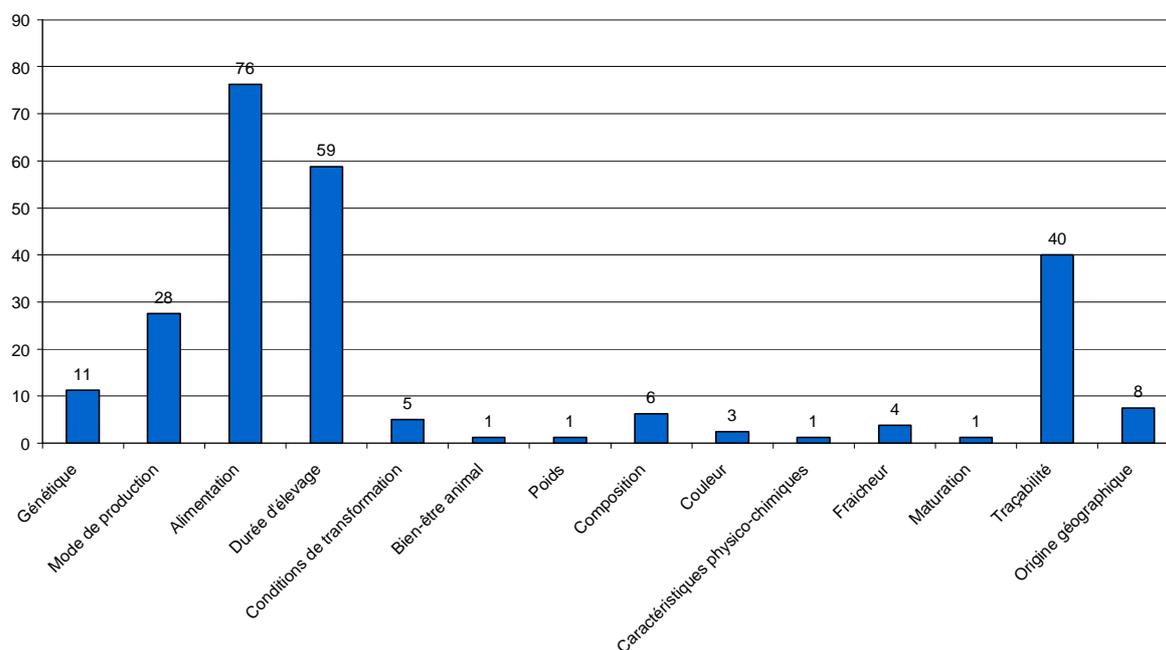
Ces gestionnaires sont impliqués dans une démarche qualité : **35% d'entre eux ont un ou plusieurs autres signes de qualité officiels**. 20% ont une autre CCP, 15% un label et 6% ont la mention Agriculture Biologique.

3.2.3.4 La communication sur le produit

91% des produits sous CCP de cette intention stratégique **portent une marque commerciale**. C'est la plus forte proportion parmi les 4 groupes. 22% des produits de cette intention stratégique sont commercialisés sous marques de distributeurs.

82% des gestionnaires déclarent utiliser le logo de la certification, c'est également la plus forte proportion dans les 4 intentions stratégiques.

Figure 25. Caractéristiques communicantes utilisées dans l'intention stratégique « Positionnement intermédiaire »



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

Les caractéristiques communicantes les plus utilisées portent sur **l'alimentation des animaux** (76% des dossiers) et leur **durée d'élevage** (59%) ; il s'agit des mentions typiques de la volaille, secteur fortement représenté dans cette intention stratégique (cf. figure 25).

La traçabilité est utilisée dans 40% des cas, le mode de production dans 28%.

3.2.3.5 La communication autour du signe officiel et du produit

Deux tiers des gestionnaires de cette intention stratégique Positionnement intermédiaire **mènent une campagne promotionnelle ou prévoient d'en mener une**, là encore avec de faibles budgets.

La plupart réalise ces campagnes majoritairement à l'échelon national (62%), la moitié menant l'ensemble de leur campagne à ce niveau. Ils ne sont que 23% à mener entièrement leur campagne à l'échelle de la région.

3.2.3.6 La commercialisation

Ventilation géographique des ventes

Les ventes se font principalement en France au delà de la région de production (53% y commercialisent l'essentiel de leurs produits). 15% des gestionnaires exportent jusqu'à 10% de leur production en Union Européenne, et même 3% commercialisent dans le reste du monde.

Circuits de distribution

Deux tiers des gestionnaires commercialisent la majorité de leur production en GMS.
11% travaillent majoritairement avec le petit commerce.

BILAN : Intention stratégique « Positionnement intermédiaire »

L'objectif de ces détenteurs est de se différencier dans des secteurs très segmentés du point de vue de la qualité. La CCP doit alors leur permettre d'atteindre un nouveau segment de marché, intermédiaire entre le produit courant et le produit haut de gamme (label).

Les détenteurs, issus des secteurs de la viande (principalement volaille), sont plutôt des transformateurs (abattoirs, industries agro-alimentaires) privés.

Ils sont très investis dans les signes de qualité, et en possèdent généralement plusieurs.

Les deux tiers de ces produits sont commercialisés principalement en GMS.

3.2.4 Intention stratégique 4 : Différenciation par un niveau de qualité supérieure

Dans toute cette partie, la notion de qualité supérieure est à prendre au sens de qualité supérieure à la moyenne des produits et non pas au sens de qualité supérieure dans l'absolu.

3.2.4.1 Définition

Les détenteurs de CCP de cette intention stratégique font partie **de secteurs où la segmentation par la qualité est quasi-inexistante**. La CCP leur permet alors de se différencier en **créant un niveau de qualité supplémentaire**, supérieur au produit courant.

Au delà de la volonté de se distinguer, ces détenteurs souhaitent également profiter de la certification pour améliorer la qualité de leur production et organiser la filière en instaurant des pratiques communes sur la base du cahier des charges de CCP.

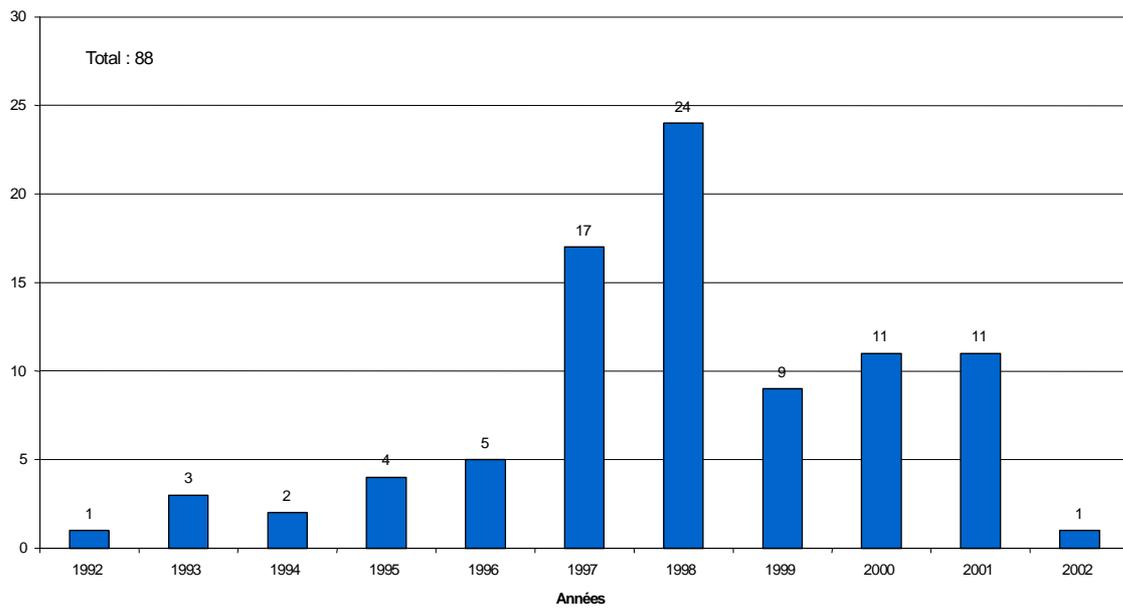
La CCP est dans ce cas un premier pas vers une segmentation de la qualité, **un apprentissage de la gestion collective d'un signe officiel de qualité**.

3.2.4.2 Description des demandes de CCP « Différenciation par un niveau de qualité supérieure »

Evolution des dépôts de demande

Le dépôt de demande débute dès 1992, mais les demandes décollent à partir de 1997 (cf. figure 26).

Figure 26. Evolution du nombre de demandes de CCP « Différenciation par un niveau de qualité supérieure », (selon l'année de dépôt de la demande)



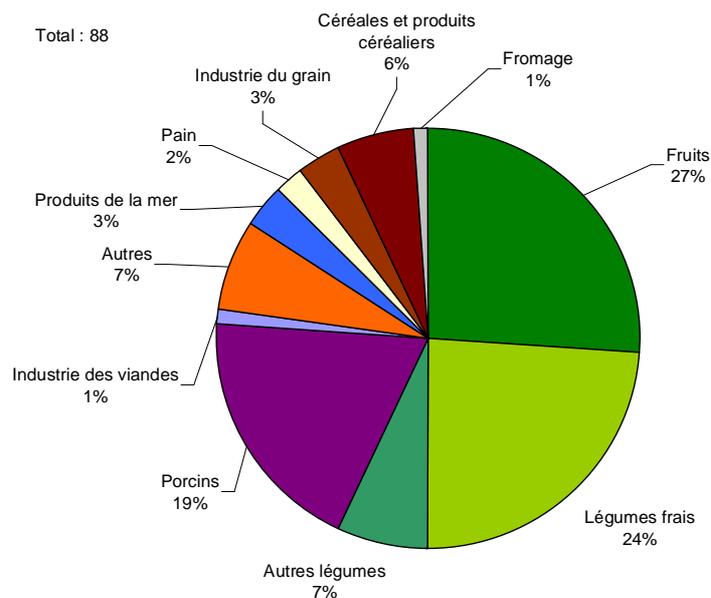
Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

Les secteurs de production

Les fruits et légumes sont majoritaires dans cette intention stratégique avec 58% des dossiers (cf. figure 27).

Le secteur porcin représente 19% des demandes.

Figure 27. Intention stratégique « Différenciation par un niveau de qualité supérieure » : répartition des secteurs de production

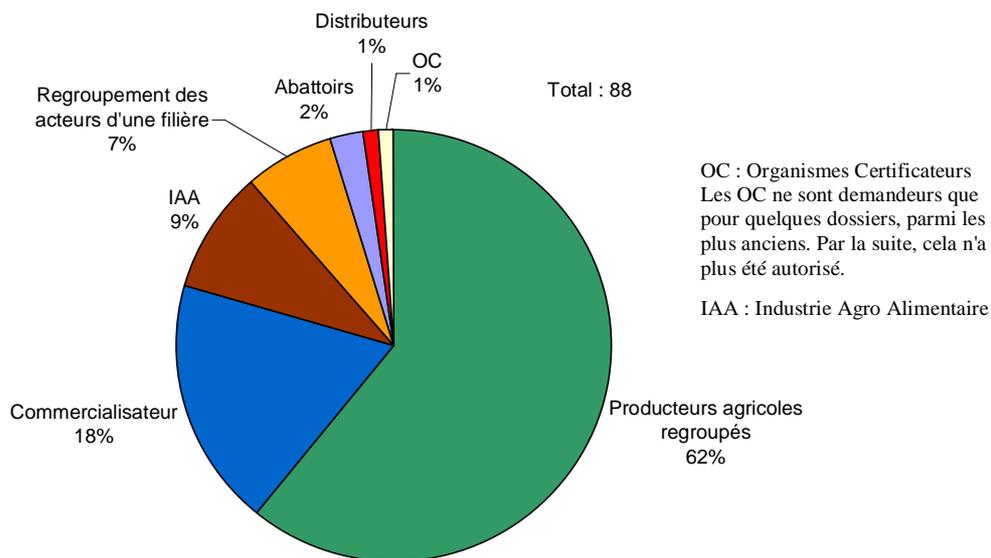


Source : DPEI – traitement Marion Bonnet

3.2.4.3 Les organisations demandeuses

Les demandeurs sont principalement des producteurs agricoles (62%) mais aussi des commercialisateurs (18%) (cf. figure 28).

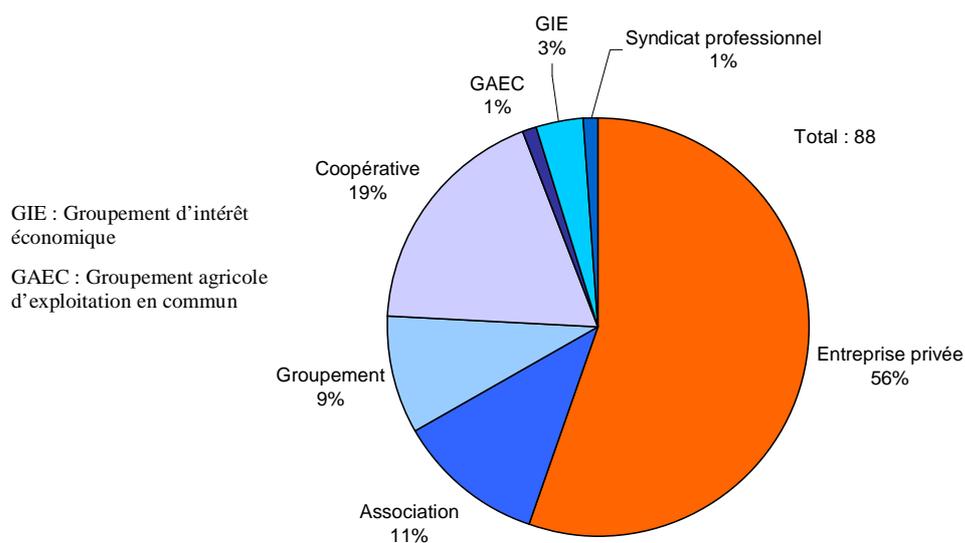
Figure 28. Intention stratégique « Différenciation par un niveau de qualité supérieure » : activité économique des détenteurs



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Au sein de ces demandeurs, les structures privées dominent légèrement (58%) (cf. figure 29).

Figure 29. Intention stratégique « Différenciation par un niveau de qualité supérieure » : statut juridique des détenteurs



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

Le conseil d'administration de ces organisations est dirigé à 66% par un **producteur agricole**, à 14% par un transformateur. Il convient de souligner que **10% des conseils d'administration sont présidés par un distributeur**, proportion importante qui ne se retrouve dans aucune autre intention stratégique.

69% de ces conseils d'administration comptent des producteurs, 23% des transformateurs. Des distributeurs sont membres de l'assemblée dans 13% des cas.

Ces organisations sont très encadrées : 88% d'entre elles ont un directeur, 78% un responsable qualité, 72% ont un responsable commercial, plutôt rare dans les autres intentions stratégiques. Seul le responsable communication est moins présent (dans 48% des cas, soit plus que la moyenne de l'ensemble des CCP qui est de 42%).

Ces gestionnaires remplissent de nombreuses fonctions : 80% d'entre eux participent aux contrôles de la production, 74% apportent un soutien technique aux producteurs, 68% arbitrent les litiges, 64% promeuvent le signe, 64% organisent la production, 60% fixent les sanctions ou les primes à la qualité et 58% interviennent dans la négociation des prix.

13% des gestionnaires disposent d'un autre signe de qualité, ce qui confirme que cette CCP est souvent pour eux un premier pas dans la qualité officielle : 8% ont une autre CCP, 5% un label.

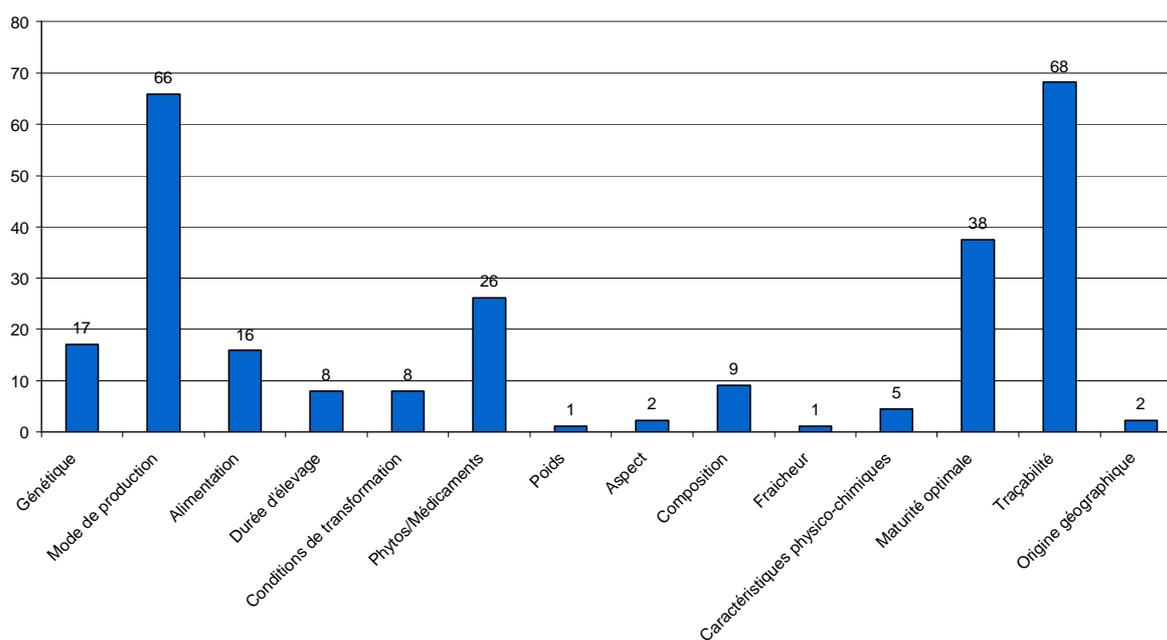
3.2.4.4 La communication sur le produit

77% des produits sous CCP de cette intention stratégique **portent une marque commerciale**. Pour 28%, il s'agit d'une marque de distributeur.

70% des gestionnaires déclarent utiliser le logo de la certification.

Les caractéristiques communicantes les plus utilisées portent sur la traçabilité et le mode de production. 38% des produits arborent une mention sur la maturité optimale, indicateur de la qualité organoleptique des fruits et légumes (cf. figure 30).

Figure 30. Caractéristiques communicantes utilisées dans l'intention stratégique « Différenciation par un niveau de qualité supérieure »



Source : DPEI – traitement Marion Bonnet – juillet 03

3.2.4.5 La communication autour du signe officiel et du produit

Seulement **52% des gestionnaires** de cette intention **stratégique mènent une campagne promotionnelle ou prévoient d'en mener une**, proportion beaucoup plus faible que dans les autres intentions stratégiques (de 67 à 80%).

Un tiers mènent cette campagne uniquement au niveau régional. Et 45% réalisent leur promotion majoritairement au niveau national. C'est par contre l'intention stratégique dont les gestionnaires interviennent le plus à l'international : 15% d'entre eux mènent une partie de leur campagne à l'étranger (jusqu'à 10%).

3.2.4.6 La commercialisation

Ventilation géographique des ventes

Les ventes de ces produits se font majoritairement en France pour 43% des gestionnaires, et principalement dans la région pour 26% d'entre eux.

La commercialisation se fait aussi en partie hors de France : 28% des produits sont vendus en partie dans l'Union Européenne, 13% en partie dans le reste du monde.

Circuits de distribution

Près de deux tiers des détenteurs (**63%**) **travaillent majoritairement avec la grande distribution** ; et 9% avec le petit commerce.

BILAN : Intention stratégique Différenciation par un niveau de qualité supérieure

L'objectif de ces détenteurs est de se différencier dans des secteurs peu segmentés du point de vue de la qualité. La CCP est alors un moyen de créer un niveau de qualité au dessus du produit courant. La CCP permet de procéder à un apprentissage collectif de la gestion d'un signe officiel de qualité.

Les détenteurs, issus majoritairement des secteurs des fruits et légumes, sont plutôt des producteurs agricoles et des commercialisateurs.

Les deux tiers de ces produits sont commercialisés principalement en grande surface.

Tableau 5. Comparaison des 4 intentions stratégiques

	1	2	3	4
NOM	Appropriation d'une notoriété régionale grâce à une IGP	Réassurance du consommateur suite aux crises de confiance alimentaire	Positionnement intermédiaire entre label et produit standard	Différenciation par un niveau de qualité supérieure
SPECIFICITES	CCP systématiquement associée à une IGP	Crises de la vache folle : 1996 et 2000 Crise de la dioxine : 1999	Secteurs segmentés : - Présence importante de labels - Marques connues du consommateur - Produits "transformables" - Filières historiquement organisées	Secteurs peu segmentés - Présence faible de labels - Marques peu connues du consommateur (non déterminantes dans son choix) - Produits "bruts" - Filières historiquement peu organisées
OBJECTIF PRINCIPAL	Protection d'une dénomination (90%)	Rassurer (49%) Obtenir une garantie officielle (46%)	Se différencier (64%)	Se différencier (53%)
SECTEUR	Fruits et légumes : 44% Viande : 32%	Produits carnés à 99% Bovins : 45% Volailles : 25%	Produits carnés à 87% Volailles : 47% Bovins : 15%	Fruits et légumes à 58% Porcins : 19%
DETENTEUR	Collectif à 91% Agricole à 84%	Privé à 61% Non agricole : 62% Présence de GMS	Privé à 67% Agricole/ non agricole : 50/50	Privé/Collectif : 56/44 Agricole : 62%
CCC* PRINCIPALE	Origine géographique (97%)	Traçabilité (77%)	Alimentation 100% végétale (76%)	Traçabilité (68%) Mode de production (66%)
AUTRES CCC*	Mode de production (52%) Maturité optimale (19%)	Alimentation 100% végétale (65%)	Durée d'élevage (59%) Traçabilité (40%)	Maturité optimale (38%)
UTILISATION LOGO	40% national 20% communautaire	85%	83%	87%
UTILISATION MARQUE	58%	84%	91%	77%
AUTRES SOQ* DETENUS PAR LE GESTIONNAIRE	13% ont un label	28% ont un autre SOQ dont 20% une autre CCP et 10% un label	35% ont un autre SOQ dont 20% une autre CCP et 15% un label	13% ont un autre SOQ dont 8% une autre CCP et 5% un label
PERIODE DES DEMANDES	1995-1998 (surtout 1996)	Après 1996, surtout en 1997 et 2000	Dès 1992, fortes demandes entre 1998 et 2000	Après 1996
NOMBRE DE DOSSIERS	31	92	80	88

* CCC : Caractéristique certifiée communicante / SOQ : signe officiel de qualité

Conclusion

Sur la base de l'analyse des données du CEPRAL, de l'enquête sur les signes officiels de qualité réalisée par le SCEES et des informations issues du dépouillement des dossiers de demande de CCP déposés auprès du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales, nous nous sommes efforcés de déterminer les raisons pour lesquelles les demandeurs s'engageaient dans une démarche officielle de demande d'un signe de qualité.

Il est apparu que les gestionnaires considéraient la CCP comme faire un outil participant à l'élaboration d'une stratégie et qu'ils l'ont utilisé de manière différente suivant leurs buts.

L'on peut distinguer 4 intentions stratégiques principales :

- **APPROPRIATION D'UNE NOTORIÉTÉ REGIONALE** : il s'agit de **protéger une dénomination géographique associée à la qualité dans l'esprit du consommateur** et ainsi bénéficier d'une rente de notoriété (le consommateur est prêt à payer plus pour ce produit).
- **REASSURANCE DU CONSOMMATEUR** : il s'agit de **redonner confiance dans la sécurité sanitaire de produits dont le secteur de production a été touché par des crises de confiance alimentaire** : la CCP met en avant les éléments, au delà de la réglementation, qui prouvent la sécurité sanitaire du produit.
- **POSITIONNEMENT INTERMÉDIAIRE** : il s'agit de **se différencier dans des secteurs segmentés en se positionnant sur un segment intermédiaire** entre le produit courant et le produit haut de gamme (souvent label).
- **DIFFÉRENCIATION PAR UN NIVEAU DE QUALITÉ SUPÉRIEURE** : il s'agit de **se différencier dans des secteurs peu segmentés en créant un niveau de qualité supérieur à la moyenne des produits** présents sur le marché.

Ces quatre intentions stratégiques traduisent les différents objectifs des demandeurs au moment de la demande. Cependant, ces intentions stratégiques restent au stade d'ébauches puisqu'elles sont identifiées au début de la démarche de certification : l'obtention de la CCP, l'environnement économique ou des événements inattendus peuvent changer les données et nécessiter des ajustements de stratégies. **L'objet de la suite de l'étude sera notamment de vérifier dans quelle mesure ces intentions stratégiques correspondent aux stratégies effectives ou s'en éloignent.**

Ce rapport connaît plusieurs limites :

- Nous avons identifié la population des CCP couplées à une IGP comme un groupe très spécifique. Une analyse plus poussée, avec notamment la comparaison avec les IGP reposant sur des labels, permettrait d'approfondir notre étude et de mieux comprendre le rôle de l'IGP au sein du dispositif des signes officiels de qualité.
- Le manque de données économiques a été un vrai handicap. Pour remédier à ce problème dans l'avenir, une fiche de renseignements économiques simples (taille de l'entreprise, chiffre d'affaire, tonnages, gain supplémentaire espéré grâce à la CCP) pourrait être définie et jointe au cahier des charges lors de la demande. Elle servirait de point de comparaison pour évaluer l'impact de la CCP par la suite. Une procédure de suivi des dossiers pourrait également être instaurée, afin de saisir l'impact de la CCP sur la production et sur l'organisation du demandeur, avec obligation pour le demandeur d'envoyer des données (soit la fiche de renseignements économiques, soit un autre document plus détaillé) chaque année ou tous les deux ans.

Annexes

ANNEXE 1 : Procédure de demande de validation d'un cahier des charges de certification de conformité produit	
ANNEXE 2 : Construction de la grille et dépouillement des dossiers de demande de CCP	
ANNEXE 3 : Grille de dépouillement : glossaire et mode d'emploi	
ANNEXE 4 : Appariement des données avec l'enquête sur les produits agro-alimentaires sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine réalisée par le SCEES	
1 Le protocole de traitement des données issues de l'enquête du SCEES.....	
1.1 Etape préalable : Appariement des données INRA et SCEES	
1.2 Réalisation d'un traitement test	
1.3 Le traitement principal : comparaison des 4 intentions stratégiques entre elles.....	
1.4 Le traitement secondaire : comparaison des 4 intentions stratégiques avec les autres signes de qualité (AOC/Label Rouge)	
1.5 Le traitement le moins prioritaire : Comparer les populations avec IGP.....	
1.6 Les traitements de données issues du questionnaire produit.....	
2 Résultats obtenus.....	
2.1 Les résultats issus du questionnaire gestionnaire.....	
2.2 Les résultats issus du questionnaire produit	
2.3 Les résultats issus du questionnaire gestionnaire – niveau fonctions	
3 Les questionnaires de l'enquête sur les signes de qualité du SCEES concernant la CCP	

6

ANNEXE 1 : Procédure de demande de validation d'un cahier des charges de certification de conformité produit

Pour solliciter une CCP, le demandeur doit faire parvenir son cahier des charges au Bureau des Signes de Qualité et de l'Agriculture Biologique du MAAPAR, qui le transmet à la CNLC, s'il est recevable (voir figure 1).

Le cahier des charges doit comprendre :

- l'identité du demandeur ;
- l'indication précise du produit ;
- les caractéristiques spécifiques du produit ou les règles préalablement fixées pouvant donner lieu à certification ainsi que les méthodes de contrôle correspondantes ;
- un modèle d'étiquetage.

Il est accompagné d'une fiche de synthèse du dossier indiquant notamment les caractéristiques certifiées qui figureront sur l'étiquetage du produit.

Le cahier des charges fait alors l'objet d'une consultation publique d'une durée de deux mois, et est transmis parallèlement au président de la SER, à la DGCCRF, aux deux rapporteurs désignés par le président de la section « examen des référentiels », aux bureaux techniques du MAAPAR (DGAL), à la DRAF du siège du demandeur, aux organismes techniques concernés (ex : INRA, CTIFL...) et éventuellement soumis à expertise dans le cas d'une demande conjointe d'IGP.

Après 2 mois de mise en consultation, le référentiel est examiné par la section "Examens des référentiels" de la Commission Nationale des Labels et des Certifications (CNLC), qui peut émettre 4 avis différents :

- Avis « Favorable » : le cahier des charges est validé immédiatement (sauf en cas de demande d'IGP).
- Avis « Acceptable avec quelques questions mineures »⁵³ : le cahier des charges est globalement satisfaisant, mais certains points restent à préciser ou à éclaircir. Le référentiel est confié au groupe restreint, composé de membres de la DGCCRF, du MAAPAR et des rapporteurs, qui formule les questions envoyées au demandeur. Suite à ses réponses, qui doivent leur parvenir sous 4 mois, le dossier est réexaminé par le groupe restreint qui peut :
 - Emettre un avis favorable et valide le cahier des charges.
 - Se poser encore quelques questions mineures : il les soumet au demandeur, qui doit répondre sous 4 mois. Cet échange de questions-réponses entre le groupe restreint et le demandeur peut s'effectuer plusieurs fois.
 - Emettre un avis défavorable et demande le réexamen du dossier par la SER. Le dossier peut être ainsi soumis jusqu'à trois fois à la section.

⁵³ La rédaction de cette mention pose des problèmes. La précédente version « Avis favorable sous réserve de » laissait croire à l'opérateur que son dossier était validé. Elle a donc été changée en « Acceptable avec quelques questions mineures », et fait l'objet d'un nouveau remaniement à l'heure actuelle.

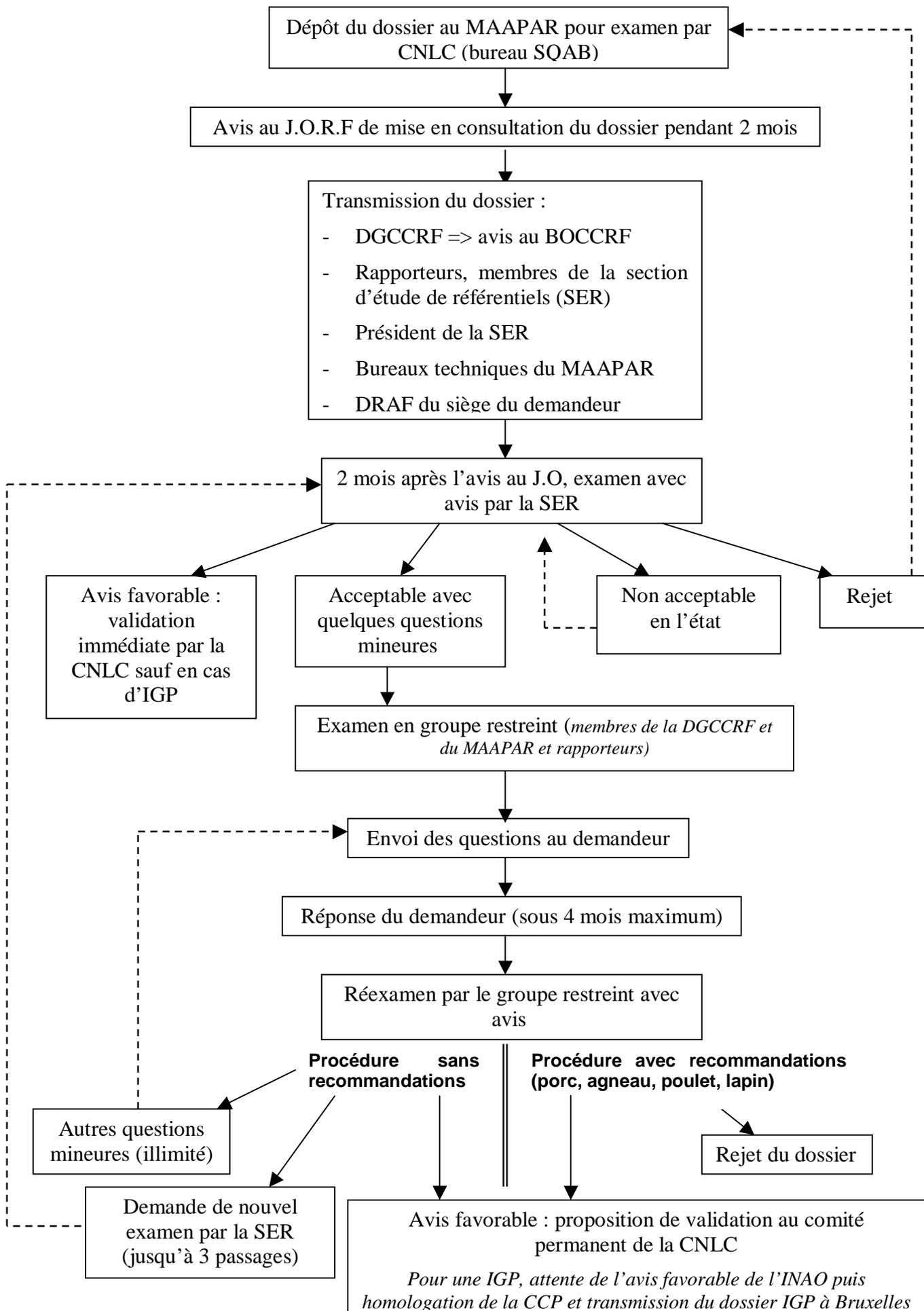
- Avis « Non acceptable en l'état » : la section demande à l'opérateur de revoir son cahier des charges avant de l'examiner à nouveau.
- Avis « Défavorable » : le dossier est rejeté. Si le demandeur souhaite déposer un nouveau cahier des charges, il doit reprendre la procédure à zéro avec une nouvelle mise en consultation.

Suite à des réclamations des professionnels qui souhaitaient voir leurs demandes aboutir plus rapidement, la procédure a été légèrement remaniée.

Des exigences et recommandations s'appliquant à chaque catégorie de produit ont été rédigées : elles spécifient les exigences minimales de la SER, et tout cahier des charges prétendant à un examen par la section doit satisfaire au minimum ces recommandations. Le dossier ne peut plus être soumis à la section qu'une seule fois, et le groupe restreint n'accepte plus qu'un unique échange de questions-réponses pour les questions mineures ; le cahier des charges est alors accepté ou rejeté. Dans ce dernier cas, le demandeur doit reprendre la procédure au début et soumettre un nouveau projet à la mise en consultation s'il veut obtenir une CCP.

Après avis favorable concernant un cahier des charges, la section « Agrément des organismes certificateurs » évalue le plan de contrôle du dossier par l'organisme certificateur.

Figure 1. Procédure d'examen de demande de CCP



ANNEXE 2 : Construction de la grille et dépouillement des dossiers de demande de CCP

Description du processus de construction

La construction initiale de la grille s'est appuyée sur l'étude de quelques cahiers de charges, de différentes époques. L'objectif était là de répertorier le maximum d'informations que l'on pouvait recueillir, avant de distinguer celles qui étaient utiles et pertinentes des autres. Au début du processus de recherche, le type d'informations utiles était inconnu et il ne fallait pas laisser passer des données dont l'importance pourrait apparaître ultérieurement.

Le dossier de demande s'étant avéré plus fourni que le seul cahier des charges (échanges SER-demandeur, avis des rapporteurs et des administrations...), la grille a été enrichie.

Enfin, le dépouillement sur la base de cette version déjà modifiée de la grille d'une première série de dossiers a permis d'affiner les critères de recherche.

Deux contraintes déterminent la forme de la grille de dépouillement

L'élaboration de la grille devait obéir à deux contraintes : recueillir le plus de renseignements possibles et permettre un traitement statistique des données facile par la suite. L'association de ces deux contraintes a déterminé la forme de la grille d'analyse.

La forme : un document excel

Excel a été choisi pour sa simplicité d'utilisation et sa notoriété. Ce logiciel avait l'avantage de permettre une saisie facile des données, il n'obligeait pas à apprendre le maniement d'un nouveau logiciel et offrait la possibilité que les données soient à la disposition immédiate d'autres personnes, ce que l'utilisation d'un logiciel moins répandu aurait interdit.

Le moyen de traitement : une codification des informations recueillies

Le traitement statistique des données impliquait leur codification, afin de pouvoir en tirer des indicateurs. Il fallait pour cela une codification pertinente qui n'oublie pas de possibilités et ne biaise pas (trop) le contenu des informations.

Nous nous sommes appuyés sur un travail réalisé pour le SCEES⁵⁴, qui pour une étude sur les signes de qualité avait déjà réalisé une nomenclature similaire. L'essentiel du travail a consisté à l'adapter (légèrement) aux dossiers qui nous intéressent. (*voir 3. Grille de dépouillement, glossaire et mode d'emploi*)

L'avantage de cette nomenclature est son aspect officiel et reconnu de tous. L'un de ses inconvénients tient dans sa construction : par exemple, le foie gras est classé dans Volaille, alors qu'il s'agit d'un produit bien différent d'un poulet.

⁵⁴ « Conception d'un système d'information sur les produits agro-alimentaires sous signes officiels de qualité », E. Valceschini, L. Lagrange, M. Ansidei.

Recueillir le plus d'informations possibles : ajout de colonnes « qualitatives »

L'utilisation d'une nomenclature précise avait l'avantage de faciliter le traitement statistique, mais également le désavantage de réduire la diversité des données récoltées dans chaque dossier. C'est pourquoi des colonnes « qualitatives » ont été rajoutées à chaque critère, pour avoir la possibilité de noter textuellement ce que contenait le dossier, afin de ne pas en perdre le sens ni la formulation.

La plupart des critères sont donc renseignés dans 2 colonnes : une première qualitative et une seconde avec un codage de l'information.

Résultat : présentation de la grille finale de dépouillement

La grille a été construite autour de 8 grands domaines d'information concernant :

1- La procédure de validation :

- Numéro de la CCP : numéro officiel attribué au dossier lors de son arrivée au ministère de l'agriculture (de type CC/01/95 : ce dossier de certification de conformité est le premier déposé en 1995)
- Nom du référentiel : nom désignant le cahier des charges, reprenant en général la dénomination du produit certifié
- Année de dépôt
- Date de dépôt de la demande : date du courrier demandant l'examen et la mise en consultation du cahier des charges
- Date de validation : date de la réunion de la SER à laquelle celle-ci a prononcé l'avis favorable

2- Le demandeur :

- Demandeur de la CCP : qualité de la personne morale faisant la demande (producteurs, distributeurs...)
- Statut du demandeur : statut juridique de l'organisation demandeuse
- Opérateurs engagés dans la CCP : types d'opérateurs engagés dans la démarche de certification par choix (par exemple, une association peut regrouper des producteurs, des fabricants d'aliments, des abatteurs)
- Autres entreprises impliquées : entreprises à qui la certification est imposée par le demandeur (sous-traitants, fournisseurs, distributeurs...)
- Type d'accord : accord liant les opérateurs de la CCP
- Taille de l'entreprise : taille de l'organisation demandeuse. Dans le cas d'un groupement ou d'une association, nombre d'adhérents.
- Indépendance : indépendance par rapport à un groupe industriel (cas de petite filiale appartenant à un grand groupe)

3- l'organisme certificateur :

- nom de l'organisme responsable des contrôles

4- le produit sous certification :

- Type de production : catégorie de produit soumis à la certification (viande bovine, fruits, fromage...)
- Quantités annuelles produites (selon des estimations ou un historique) : quantités annuelles produites sous CCP
- La présence d'une IGP sur ce produit

5- l'environnement de l'entreprise :

- Position économique : informations concernant la position de l'opérateur sur le marché, ses débouchés, sa part de marché...
- Région de production : région de production concernée par la production sous CCP
- Région de commercialisation : région de commercialisation des produits sous CCP
- Les autres systèmes qualité de l'entreprise (préexistants ou simultanés) : autres systèmes qualités mis en place (HACCP, ISO)
- Les autres signes officiels de qualité détenus par le demandeur : détention éventuelle d'autres SOQ par l'opérateur (AB, AOC, Label Rouge)
-

6- les objectifs de la demande de certification

- Contexte de la certification : éléments de marché, tendances...
- Objectifs de la certification : objectifs attendus de l'utilisation de la CCP

7- les critères certifiés : pour chacun des 5 grands types de critères (règles de fabrication, composition du produit, caractéristiques organoleptiques, traçabilité, origine géographique) :

- Critères certifiés : critères soumis à contrôle par l'organisme certificateur
- Caractéristiques communicantes : critères contrôlés apposés sur l'étiquette
- Demandes de précisions par la section « examen des référentiels » : points soulevés par la section à propos des critères certifiés et des caractéristiques communicantes lors des examens successifs du dossier

8- Stratégie de signalisation :

- Cible des caractéristiques communicantes : cible finale de la CCP (consommateurs, entreprise en aval)
- Accompagnement marketing : moyens marketing prévus pour soutenir la certification (PLV, leaflets...)
- Marque commerciale : marque utilisée sur le produit certifié
- Remarque de la section concernant l'étiquetage : utilisation d'un nom géographique, d'une illustration trompeuse pour le consommateur...
- Sigle : utilisation d'un sigle de certification (AQC, CQC, CQ) ou non

Dépouillement

Au total, 547 dossiers ont été consultés. 293 ont été dépouillés (les dossiers validés).

Le problème s'est posé de l'ordre dans lequel dépouiller ces dossiers.

Pour les 50 premiers, une sélection a été effectuée dans différentes périodes, correspondant à la périodisation qui avait été construite sur la base des critères Origine/Qualité/Sécurité : quelques dossiers de 1992-1993 ; quelques uns de 1995-1996 ; quelques uns de 1998-1999, puis quelques uns parmi les plus récents validés, de 2001.

Pour la suite, et pour éviter d'en oublier, les dossiers ont été sélectionnés dans l'ordre anti-chronologique, du plus récent au plus ancien.

ANNEXE 3 : Grille de dépouillement : glossaire et mode d'emploi

La grille de dépouillement a été construite selon une batterie de critères, placés en colonne ; chaque ligne est consacrée à un dossier.

Ici sont présentés les intitulés des colonnes, avec l'explication du type d'information qu'elles peuvent contenir. Le codage utilisé pour le traitement statistique est également détaillé.

Numéro de la CCP : numéro officiel attribué au dossier lors de son arrivée au ministère de l'agriculture (de type CC/01/95 : ce dossier de certification de conformité est le premier déposé en 1995)

Nom du référentiel : nom désignant le cahier des charges, reprenant en général la dénomination du produit certifié

Année de dépôt : cette colonne, qui reprend une information contenue ailleurs, est utilisée pour trier les dossiers de manière simple et rapide.

Date de dépôt de la demande : date du courrier demandant l'examen et la mise en consultation du cahier des charges

Date d'homologation : date à laquelle la SER a prononcé l'avis favorable

Demandeur de la CCP : qualité de la personne morale faisant la demande.

Les possibilités de codage pour cette colonne sont :

Abattoir

Commercialisateur (metteur en marché)

Producteurs agricoles regroupés

Distributeur

Interprofession

Regroupement d'acteurs d'une filière

Industrie Agro-alimentaire (IAA)

Organisme certificateur

La colonne « qualitative » peut apporter des informations complémentaires telles que le nom ou une particularité de l'organisme.

Statut du demandeur : statut juridique de l'organisation demandeuse. Les possibilités de codage pour cette colonne sont :

Association	}	Structures associatives, nécessitant le regroupement de plusieurs acteurs économiques pour leur constitution
Coopérative		
GAEC		
GIE		
Groupement		
Syndicat professionnel	}	Structures privées
Entreprise privée		
SA		
SARL		
SICA		

De même, une colonne « qualitative » apporte des précisions le cas échéant.

Opérateurs engagés dans la CCP : types d'opérateurs engagés dans la démarche de certification par choix (par exemple, une association peut regrouper des producteurs, des fabricants d'aliments, des abatteurs)

Le codage pour cette colonne est :

Filière : regroupement de différents acteurs de la filière

Individu

Profession : regroupement de différents acteurs de la filière exerçant la même profession

La colonne « qualitative » détaille les opérateurs engagés.

Autres entreprises impliquées : entreprises à qui la certification est imposée par le demandeur (sous-traitants, fournisseurs, distributeurs...). Cette colonne n'a pas été codée.

Type d'accord : accord liant les opérateurs de la CCP, et les autres entreprises impliquées. Dans les faits, cette colonne est restée quasiment vide, ce point étant généralement peu détaillé dans les dossiers.

Taille de l'entreprise : taille de l'organisation demandeuse. Dans le cas d'un groupement ou d'une association, nombre d'adhérents.

Indépendance : indépendance par rapport à un groupe industriel (cas de petite filiale appartenant à un grand groupe). Dans les faits, cette colonne a peu été utilisée.

Organisme certificateur : nom de l'organisme responsable des contrôles. Ils en existe 26 :

ABCQS, ACLAVE, ADF Certification, AFAQ Certification, AGROCERT, Ascert, AVICERT, BVQI France, CERTI CENTRE, CERTILIM, CERTIPAQ, CERTIQUAL, CERTIS, CERTISUD, FRANCERT, OCACIA, QBV, QUALI OUEST, QUALISUD,

QUALITE France, Qualité Nord Pas de Calais, Sequal, SGS (QUALICERT), Syndim, ULASE, Vericert.

Type de production : catégorie de produit soumis à la certification. La nomenclature retenue est la suivante :

Produits de la mer	Fruits	Industrie du grain
Bovins	Café, thé, cacao bruts	Industrie des poissons
Ovins	Epices	Industrie laitière
Caprins	semences	Beurre
Porcins	Lait de vache	Fromage
Volailles	Lait de brebis	Huile
Lapins	Lait de chèvre	Boissons
Céréales et produits céréaliers	Œufs	Alimentation animale
Légumes frais	Industrie des viandes	Pain
Autres légumes	Industrie des fruits et légumes	Miel
		Autres

Pour les produits carnés, la viande fraîche (n'ayant subi qu'une découpe) est classée dans Bovins/Ovins/Caprins/Porcins/Volaille/Lapins ; les produits transformés (charcuterie, saucisses, ...) sont classés dans Industrie des viandes.

La colonne « qualitative » précise au sein de ces catégories le produit concerné.

Quantités annuelles produites : quantités annuelles produites sous CCP. Ces données sont basées sur un historique de production, ou sur une estimation de la production à venir. Elles sont exprimées en tonnes, ou à l'unité.

Position économique : informations concernant la position de l'opérateur sur le marché, ses débouchés, sa part de marché...

Région de production : région de production concernée par la production sous CCP

Le codage a été fait selon les régions administratives françaises, auxquelles sont venu s'ajouter quelques pays :

Alsace, Aquitaine, Auvergne, Basse Normandie, Bourgogne, Bretagne, Centre, Champagne-Ardenne, Corse, Franche-Comté, Haute Normandie, Ile de France, Languedoc-Roussillon, Limousin, Lorraine, Midi-Pyrénées, Nord, Pays de la Loire, Picardie, Poitou-Charentes, Provence Alpes Côte d'Azur, Rhône-Alpes, *Ecosse, Espagne, Hongrie, Irlande, Norvège.*

La colonne « qualitative » précise éventuellement le département ou la région géographique.

Région de commercialisation : région de commercialisation des produits sous CCP. Elle reprend le même codage que la précédente mais est beaucoup moins renseignée.

Les autres systèmes qualité de l'entreprise (préexistants ou simultanés) : autres systèmes qualités mis en place, de type HACCP, ISO.

Les autres signes officiels de qualité détenus par le demandeur : détention éventuelle d'autres SOQ par l'opérateur : AB, AOC, Label Rouge, autre(s) CCP.

La présence d'une IGP sur ce produit : Si la CCP s'accompagne d'une IGP, le numéro de celle-ci est noté dans cette colonne (numéro du type IG/01/97)

Contexte de la certification : éléments de marché, tendances de consommation, démarches entreprises auparavant par le demandeur...

Objectifs de la certification : objectifs attendus de l'utilisation de la CCP. Le codage est le suivant :

Contraindre l'amont : la CCP vise à assurer que le fournisseur remplit le cahier des charges qui lui incombe

Protéger une dénomination : le but recherché est la protection d'une dénomination (le plus souvent géographique)

Rester/devenir compétitif : la CCP doit permettre de rester ou de devenir compétitif sur le marché

Assurer de nouveaux débouchés : la CCP permet de garantir des débouchés à la production (par exemple, les porcs pour les jambons Labels Rouges)

Se différencier : par le biais de la CCP, le produit se distingue du produit courant

Fidéliser une clientèle : l'objectif est de fidéliser une clientèle autour d'un produit

Organiser la filière : la CCP est un outil d'organisation / de standardisation de la filière

Obtenir une garantie officielle : la CCP apporte une caution externe sur le produit et sa fabrication

Améliorer l'homogénéité de la production : la CCP doit permettre d'avoir une production de qualité et de quantité plus constantes

Motiver les employés : la CCP est un outil de motivation interne

Améliorer la qualité : l'amélioration qualitative du produit est visée

Pérenniser une production locale : la CCP est un outil de soutien à des productions locales et doit leur permettre de subsister

Rassurer : la CCP est utilisée pour assurer au consommateur la qualité (sanitaire) du produit

Valoriser la production : la CCP doit permettre la valorisation financière d'une production plus qualitative, donc plus coûteuse à produire

Critères certifiés : Pour chacun des 5 grands types de critères (règles de fabrication, composition du produit, caractéristiques organoleptiques, traçabilité et origine géographique), trois types d'informations sont relevées.

1) Critères certifiés : critères soumis à contrôle par l'organisme certificateur. Ils sont aussi notés CC (pour critères certifiés)

2) Caractéristiques communicantes : critères contrôlés apposés sur l'étiquette. Elles sont aussi notées CCC (pour caractéristiques certifiées communicantes)

Le codage pour ces deux catégories est le même.

Pour *règles de fabrication* :

Génétique

Mode de production

Conditions de transformation

Alimentation

Durée d'élevage

Phytos/Médicaments

Respect de l'environnement

Bien-être animal

Pour *composition du produit* :

Poids

Aspect

Caractéristiques physico-chimiques

Couleur

Composition

Fraîcheur

Tendreté

Les trois derniers critères (qualité organoleptique (maturation pour la viande, maturité optimale pour les fruits et légumes, traçabilité, origine géographique) sont de type booléens (oui/non)

3) Demandes de précisions par la section « examen des référentiels » : points soulevés par la section lors des examens successifs du dossier

Cible des caractéristiques communicantes : cible finale de la CCP. Il s'agit des consommateurs, ou d'une entreprise en aval. La colonne « qualitative » en précisera l'activité.

Accompagnement marketing : moyens marketing prévus pour soutenir la certification (PLV⁵⁵, leaflets...)

Marque commerciale : marque utilisée sur le produit certifié

⁵⁵ PLV : Publicité sur le Lieu de Vente

Remarque de la section concernant l'étiquetage : remarques de la section pouvant concerner l'utilisation d'un nom géographique, une formulation ou une illustration trompeuse pour le consommateur...

Sigle : utilisation d'un sigle de certification (AQC, CQC, CQ) ou non

ANNEXE 4 : Appariement avec les données de l'enquête sur les produits agro-alimentaires sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine réalisée par le SCEES

1 Le protocole de traitement des données issues de l'enquête du SCEES

La masse de données disponibles étant conséquente et le temps pour les traiter limité, un protocole de traitement a été établi de manière à cibler les informations les plus importantes.

L'ensemble du protocole est réalisé avec la terminologie et le plan des questionnaires du SCEES.

1.1 Etape préalable : Appariement des données INRA et SCEES

Afin de traiter les données du SCEES selon les critères INRA, et notamment l'appartenance à l'une ou l'autre des intentions stratégiques (IS), il est nécessaire d'identifier cas par cas l'ensemble des dossiers de chacune des deux bases, de manière à les appairer.

L'appariement est possible grâce au numéro de CCP relevé dans chacune des deux bases (variables VALIDNUM1 et VALIDNUM2 – Numéro national du questionnaire Gestionnaire).

Pour des raisons de secret statistique, l'INRA met ses données à disposition du SCEES, qui se charge de faire l'appariement.

1.2 Réalisation d'un traitement test

Pour valider notre méthode, un traitement test sera effectué sur un type de données.

Il portera sur une partie du point 4 du questionnaire gestionnaire, portant sur les instances de gestion.

- Questionnaire gestionnaire, 4.2 : A quelle catégorie professionnelle appartient le président de l'entreprise ou de l'organisme ?

→ *Variable à traiter :*

CSPP – catégorie socioprofessionnelle du président

→ *Traitements :*

- Répartition des catégories professionnelles du président du conseil d'administration par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Producteurs					
Transformateurs					
Distributeurs					
Associations de consommateurs					
Autres					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est la répartition des catégories professionnelles des présidents au sein des conseils d'administration pour chacune des intentions stratégiques ?

1.3 Le traitement principal : comparaison des 4 intentions stratégiques entre elles

Ces traitements portent sur la population totale des produits sous CCP, divisée en sous populations selon les 4 intentions stratégiques définies. Les résultats des différents traitements seront donnés pour chacune des intentions stratégiques et pour l'ensemble de la population des produits sous CCP.

Ces traitements ont été classés selon trois niveaux de priorité, du plus important au moins important.

Les traitements prioritaires

Les traitements de données issues du questionnaire gestionnaire

Point 1 – Le demandeur de la Certification de Conformité Produit (CCP)

→ *Variable à traiter :*

STATJURG – Statut juridique du demandeur

→ *Traitements :*

▪ Répartition des statuts juridiques par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Association Loi 1901					
Coopérative agricole					
SARL					
Société Anonyme					
Syndicat professionnel					
GIE					
SICA					
Entreprise individuelle					
Autre					

➔ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est la répartition des statuts juridiques des demandeurs dans chaque intention stratégique ?

Cette information permettra de recouper les données avec notre propre base de données.

Hyp : l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » regroupe des demandeurs de type collectif (association, coopérative, GIE..).

Hyp : les intentions stratégiques 2 « Réassurance du consommateur » et 3 « Positionnement intermédiaire » regroupent des demandeurs de type privés (entreprise individuelle, SA, SARL...)

Hyp : Le type de demandeur est partagé dans l'intention stratégique 4 « Différenciation par un niveau de qualité supérieure ».

Point 3 – Qui assure les fonctions suivantes ?

➔ *Variables à traiter :*

STGEST/STDIST/STCERTIF - soutien technique

PROMGEST/PROMDIST/PROMCERTIF - promotion ou défense du signe

CIGEST/CIDIST/CICERTIF - contrôle interne sur le produit ou chez les opérateurs

PRIMGEST/PRIMDIST/PRIMCERTIF - fixation de primes à la qualité

LITGEST/LIDIST/LICERTIF - arbitrage des litiges

PRODGEST/PRODDIST/PRODCERTIF - organisation de la production

PRIGEST/PRIDIST/PRICERTIF - négociation ou échange d'informations sur les prix

STATJURG – Statut juridique du demandeur

➔ *Traitements :*

▪ Répartition des fonctions de 3 acteurs pour chacune des intentions stratégiques

Un tableau semblable sera présenté pour chaque intention stratégique

	Gestionnaire du signe	Distributeurs	Organismes Certificateurs
Soutien technique aux opérateurs	STGEST	STDIST	STCERTIF
Promotion et/ou défense du signe	PROMGEST	PROMDIST	PROMCERTIF
Contrôle interne sur le produit ou chez les opérateurs	CIGEST	CIDIST	CICERTIF
Fixation de primes à la qualité	PRIMGEST	PRIMDIST	PRIMCERTIF
Arbitrage des litiges	LIGEST	LIDIST	LICERTIF
Organisation de la production	PRODGEST	PRODDIST	PRODCERTIF
Négociation ou échange d'informations sur les prix	PRIGEST	PRIDIST	PRICERTIF

Note : l'hypothèse a été faite que le gestionnaire est également le demandeur, et de ce fait, le traitement se limite au gestionnaire, et exclut les producteurs et les transformateurs.

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelles fonctions de gestion assure le gestionnaire du signe ?

Hyp : Les demandeurs de l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » n'assurent pas les fonctions de gestion.

Dans quelles fonctions s'investissent les distributeurs ?

Hyp : Les distributeurs s'investissent plus dans l'intention stratégique 2 « Réassurance du consommateur ».

A quoi servent les organismes certificateurs ? (en dehors de la certification en elle-même)

▪ Répartition des fonctions par type d'organisation

	Association loi 1901	Coopérative agricole	SARL	Société Anonyme	Etc...
Soutien technique aux opérateurs	STATJURG x ST	STATJURG x ST	STATJURG x ST	STATJURG x ST	
Promotion et/ou défense du signe	STATJURG x PROM	STATJURG x PROM	STATJURG x PROM	STATJURG x PROM	
Contrôle interne sur le produit ou chez les opérateurs	STATJURG x CI	STATJURG x CI	STATJURG x CI	STATJURG x CI	
Fixation de primes à la qualité	STATJURG x PRIM	STATJURG x PRIM	STATJURG x PRIM	STATJURG x PRIM	
Arbitrage des litiges	STATJURG x LI	STATJURG x LI	STATJURG x LI	STATJURG x LI	
Organisation de la production	STATJURG x PROD	STATJURG x PROD	STATJURG x PROD	STATJURG x PROD	
Négociation ou échange d'informations sur les prix	STATJURG x PRI	STATJURG x PRI	STATJURG x PRI	STATJURG x PRI	

➔ *Nos questions / Nos hypothèses*

L'exercice des fonctions de gestion varie-t-il selon les types d'organisation ?

Point 4 – Les instances de décision et de gestion

- 4.1 : Les catégories suivantes sont-elles représentées au sein du conseil d'administration de l'entreprise ou de l'organisme demandeur ?

➔ *Variables à traiter :*

CAPROD – producteurs

CATRANS – transformateurs

CADIST – distributeurs

CAAUT – autres

CACONS – associations de consommateurs

➔ *Traitements :*

- Répartition des catégories professionnelles au sein du conseil d'administration par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
CAPROD – Producteurs					
CATRANS – Transformateurs					
CADIST – Distributeurs					
CACONS – Associations de consommateurs					
CAAUT – Autres					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est la répartition des différentes catégories professionnelles au sein de chaque intention stratégique ?

Hyp : Les demandeurs de l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » sont des producteurs.

Hyp : Les associations de consommateurs sont faiblement représentées dans toutes les intentions stratégiques.

Hyp : Les distributeurs sont présents essentiellement dans l'intention stratégique 2 « Réassurance du consommateur ».

Point 5 : La promotion commerciale de la CCP en 2001

- 5.3 : Les actions de promotion sont réalisées principalement à quel niveau ?

→ *Variables à traiter :*

PROMRD – niveau régional et départemental

PROMNAT – niveau national

PROMINT – niveau international

→ *Traitements :*

- Niveau de promotion par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Niveau régional et départemental					
Niveau national					
Niveau international					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Le niveau des actions de promotion est-il lié à l'intention stratégique ?

Ces données sont à comparer avec la ventilation des ventes (Questionnaire Produit, point 4.1) : le niveau de promotion est-il en adéquation avec les ventes réalisées ?

Hyp : La promotion des produits de l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » se fait plus à l'international que les autres.

Hyp : La promotion des produits de l'intention stratégique « Réassurance des consommateurs » se fait au niveau régional et départemental.

- 5.4 : Quels arguments ont été utilisés lors de la dernière campagne promotionnelle/publicitaire ?

→ *Variables à traiter :*

ARG1 – argument 1

ARG2 – argument 2

ARG3 – argument 3

→ *Traitements :*

- Utilisation des arguments publicitaires par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Sécurisation du consommateur					
Provenance géographique					
Typicité et qualité traditionnelle du produit					
Conditions ou techniques de transformation					
Aspect naturel du produit					
Qualité nutritionnelle					
Mode d'élevage ou de culture					
Respect de l'environnement					
Qualité organoleptique supérieure					
Autre					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Ces données sont à comparer avec les caractéristiques des intentions stratégiques telles que nous les avons définies, et aux objectifs affichés par le demandeur.

Hyp : Les arguments utilisés pour la promotion dans l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » portent sur la provenance géographique et la typicité.

Hyp : Les arguments utilisés pour la promotion dans l'intention stratégique 2 « Réassurance du consommateur » portent sur la sécurisation du consommateur et le mode d'élevage/de culture.

Hyp : Les arguments utilisés pour la promotion dans l'intention stratégique 3 « Positionnement intermédiaire » portent sur le mode d'élevage/de culture

Hyp : Les arguments utilisés pour la promotion dans l'intention stratégique 4 « Différenciation par un niveau de qualité supérieure » portent sur la qualité organoleptique supérieure.

- 5.9 : Sur le produit présenté au consommateur, en particulier sur l'étiquette, quel logo ou mention est apposé ?

→ *Variables à traiter :*

LOGOSIG – logo du signe officiel

LOGOAB – logo AB

LOGOCOM – logo communautaire

MEDCONC – Médaille, concours

MARDIST – Marques de distributeurs

MARAUT – Marques autres que distributeurs

AUTMENT – Autre

→ *Traitements :*

- Apposition de logos et mentions sur le produit par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
LOGOSIG - Logo du signe officiel					
LOGOAB - Logo AB					
LOGOCOM - Logo communautaire					
MEDCONC - Médaille, concours					
MARDIST - Marques distributeurs					
MARAUT - Marques autres que distributeurs					
AUTMENT - Autre					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Le logo de la CCP est-il beaucoup utilisé ?

Quelles autres mentions y sont associées, voire le supplantent ?

Hyp : Les médailles sont utilisées dans l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale ».

Hyp : Le logo du signe officiel est peu utilisé avec une marque distributeur.

Hyp : Le logo communautaire est très utilisé dans l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale ».

Hyp : Les marques (de distributeurs et autres) sont peu utilisées dans l'intention stratégique 1 « Appropriation d'une notoriété régionale ».

Les traitements de données issues du questionnaire produit

NB : Les points 2.1 et 2.2 (Nombre de producteurs agricoles par région / Nombre d'organisations de producteurs) ne seront pas étudié, du fait de la difficulté à le traiter.

Point 2 – La production agricole en 2001

- 2.3 : Volume et prix unitaire

→ *Variables à traiter :*

Produits animaux

PTANI – production totale certifiée (tête)

PMANI – poids moyen (kg net/tête)

PUANI – prix unitaire moyen HT (eurocent / kg)

Produits végétaux

PRVEG – production récoltée (tonne)

SVEG - Superficie (ha)

PUVEG – prix unitaire moyen HT (eurocent / kg)

Produits divers

PDIVER – production totale certifiée

PUANI – prix unitaire moyen HT (unité à préciser)

Les boissons et produits laitiers ne seront pas utilisés du fait du petit nombre de dossiers correspondant.

→ *Traitements :*

- Données économiques

Un tableau semblable sera présenté pour chacune des 4 intentions stratégiques

	Produits animaux	Produits végétaux	Autres	Total
Production totale certifié (PTANI/PRVEG/PDIVER)				
Poids moyen (PMANI)				
Superficie (SVEG)				
Prix unitaire moyen HT (PUANI/PUVEG/PUDIVER)				
Prix moyen du produit standard sans CCP**				

**** Attention !!** : cette dernière donnée ne provient pas de l'enquête comme les autres. Lors de notre rencontre, Philippe Pauwels a mentionné ce type de données, que vous pouvez avoir par ailleurs.

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est la production certifiée (en tête et en poids) ? Pour quel prix moyen ?

Le prix unitaire moyen sera comparé au prix moyen des produits standards comparables, de façon à saisir l'écart de prix entre produits sous CCP et produits sans CCP. Ces données seront utilisées dans la mesure de leur pertinence, et seront rapprochées du volume certifié et du chiffre d'affaires.

Point 3 – La transformation en 2001

- 3.3 : Volume et chiffre d'affaires HT en 2001 de la CCP pour les transformateurs

→ *Variables à traiter :*

Produits animaux et produits végétaux

VOLACSQ – Volume certifié commercialisé

CACF – Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée

Produits divers

VOLACDIV – Volume certifié commercialisé

CACF – Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée

Les boissons et produits laitiers ne seront pas utilisés du fait du petit nombre de dossiers correspondant.

→ *Traitements :*

▪ Données économiques

Un tableau semblable sera présenté pour chacune des 4 intentions stratégiques

	Produits animaux	Produits végétaux	Autres	Total
Volume certifié commercialisé (VALOCSQ/VOLACDIV)				
Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée (CACF)				

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Les volumes certifiés, les chiffres d'affaires sont-ils comparables entre intentions stratégiques ?

Ces données seront rapprochées du point 2.3.

Point 4 – La commercialisation en 2001

▪ 4.1 : La ventilation des ventes

→ *Variables à traiter :*

VENTREG – en France dans la région

VENTAREG – en France au delà de la région

VENTUE – Dans l'Union Européenne (hors France)

VENTRM – dans le reste du monde

→ *Traitements :*

▪ Ventilation géographique des ventes par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
VENTREG – en France dans la région					
VENTAREG – en France au delà de la région					
VENTUE – Dans l'Union Européenne (hors France)					
VENTRM – dans le reste du monde					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quel est le niveau de commercialisation des produits de chaque intention stratégique ?

Quel type de produits sont commercialisés à l'international ?

- 4.2 : Les circuits de distribution de la CCP, répartition du volume par point de vente en France

→ *Variables à traiter :*

VENTGD – grande distribution/distribution organisée

VENTPC – petit commerce, commerce traditionnel

VENTHF – restauration hors foyer

VENTDIRSQ – vente directe

VENTAUT - autre

→ *Traitements :*

- Répartition des circuits de distribution par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
VENTGD – grande distribution/distribution organisée					
VENTPC – petit commerce, commerce traditionnel					
VENTHF – restauration hors foyer					
VENTDIRSQ – vente directe					
VENTAUT – autre					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quel type de circuit correspond à chaque intention stratégique ?

Les circuits sont-ils variés pour toutes les intentions stratégiques ?

Les traitements secondaires

Les traitements de données issues du questionnaire gestionnaire

Point 4 : Les instances de décision et de gestion

- 4.3 : L'organisme de l'entreprise ou de l'organisme comprend-il... ?

→ *Variables à traiter :*

DIR – directeur ou animateur

RCOMSQ – responsable commercial

RQUAL – responsable qualité

RPRM – responsable de la communication/promotion

STATJURG – Statut juridique du demandeur

→ *Traitements :*

- Présence des fonctions suivantes par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
DIR – Directeur ou animateur					
RCOMSQ – Responsable commercial					
RQUAL – Responsable qualité					
RPPROM – Responsable de la communication/promotion					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

L'existence d'un directeur, d'un responsable commercial, de la qualité ou de la promotion est révélatrice du degré d'organisation du demandeur.

Les postes sont-ils représentés dans toutes les intentions stratégiques ou existe-t-il des postes spécifiques à certaines intentions stratégiques ?

Point 5 – La promotion commerciale de la CCP en 2001

- 5.1 : La CCP est-elle soutenue par des actions promotionnelles/publicitaires ?

→ *Variables à traiter :*

PUB – publicité en 2001

PREPUB - publicité en prévision

voire COUPUB – budget annuel 2001 de promotion

→ *Traitements :*

- Proportion de demandeurs menant ou prévoyant de mener des actions promotionnelles par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
PUB - Action promotionnelle menée en 2001					
PREPUB - Action promotionnelle prévue					
Aucune action promotionnelle					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle proportion des demandeurs mène des actions publicitaires ou prévoit d'en mener ?

Faut-il étudier le budget annuel 2001 de promotion ? Si oui, à quoi le comparer ? ?

- 5.7 : Existe-t-il des évaluations de la perception de la CCP par les consommateurs ?

→ *Variables à traiter :*

EVALCONS – évaluation par des consommateurs

ENQNOT – enquête de notoriété

TESTPREF – test de préférence

ANASENS – analyse sensorielle

PERCAUT - autre

→ *Traitements :*

▪ Taux de consultation des consommateurs par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Evaluation existante					
Enquête de notoriété					
Test de préférence					
Analyse sensorielle					
Autre					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Comment est pris en compte l'avis / le goût des consommateurs et dans quelle mesure ?

Hyp : l'implication des consommateurs est faible pour les intentions stratégiques 1 « Appropriation d'une notoriété régionale » et 2 « Réassurance su consommateur »

Les traitements de données issues du questionnaire produit

Pas de traitements demandés.

Les traitements les moins prioritaires

Les traitements de données issues du questionnaire gestionnaire

Point 4 : Les instances de décision et de gestion

▪ 4.3 : L'organisme de l'entreprise ou de l'organisme comprend-il... ?

→ *Variables à traiter :*

DIR – directeur ou animateur

RCOMSQ – responsable commercial

RQUAL – responsable qualité

RPPROM – responsable de la communication/promotion

STATJURG – Statut juridique du demandeur

→ *Traitements :*

▪ Présence des fonctions suivantes par type d'organisation

	Association loi 1901	Coopérative agricole	SARL	Etc...	Total
Directeur ou animateur	STATJURG x DIR	STATJURG x DIR	STATJURG x DIR		
Responsable commercial	STATJURG x RCOMSQ	STATJURG x RCOMSQ	STATJURG x RCOMSQ		
Responsable qualité	STATJURG x RQUAL	STATJURG x RQUAL	STATJURG x RQUAL		
Responsable de la communication/promotion	STATJURG x RPROM	STATJURG x RPROM	STATJURG x RPROM		

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

L'existence d'un directeur, d'un responsable commercial, de la qualité ou de la promotion est révélatrice du degré d'organisation du demandeur.

Dans quel type d'organisation trouve-t-on ces postes ?

Hyp : l'existence de responsable de la gestion du signe augmente avec le caractère privé du demandeur.

Point 5 – La promotion commerciale de la CCP en 2001

▪ 5.1 : La CCP est-elle soutenue par des actions promotionnelles/publicitaires ?

→ *Variables à traiter :*

PUB – publicité en 2001

PREPUB - publicité en prévision

voire COUPUB – budget annuel 2001 de promotion

→ *Traitements :*

▪ Proportion de demandeurs menant ou prévoyant de mener des actions promotionnelles par type d'organisation

	Association loi 1901	Coopérative agricole	SARL	Etc...	Total
Action promotionnelle menée en 2001	STATJURG x PUB	STATJURG x PUB	STATJURG x PUB		
Action promotionnelle prévue	STATJURG x PREPUB	STATJURG x PREPUB	STATJURG x PREPUB		
Aucune action promotionnelle					

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quel type d'organisation mène des actions publicitaires ou prévoit d'en mener ?

▪ 5.8 : Entretenez-vous des relations avec les associations de consommateurs ?

→ *Variables à traiter :*

ASSOCONS – relation avec les associations de consommateurs

ASSOINFO – informations échangées

ASSOREU – organisation de réunions

ASSOAUT - autre

→ *Traitements :*

▪ Taux de consultation des associations de consommateurs par intention stratégique

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
ASSOCONS - Relations avec des associations de consommateurs					
ASSOINFO - Informations échangées					
ASSOREU - Réunions organisées					
ASSOAUT - Autre					

▪ Taux de consultation des associations de consommateurs par type de demandeur

	Association	Coopérative	SARL	Etc...	Total
Relations avec des associations de consommateurs	STATJURG x ASSOCONS	STATJURG x ASSOCONS	STATJURG x ASSOCONS		
Informations échangées	STATJURG – ASSOINFO	STATJURG – ASSOINFO	STATJURG – ASSOINFO		
Réunions organisées	STATJURG x ASSOREU	STATJURG x ASSOREU	STATJURG x ASSOREU		
Autre	STATJURG x ASSOAUT	STATJURG x ASSOAUT	STATJURG x ASSOAUT		

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est l'influence / le rôle des associations de consommateurs ? Dans quelle mesure sont-elles consultées ? Par qui ?

Les traitements de données issues du questionnaire produit

Pas de traitements demandés.

1.4 Le traitement secondaire : comparaison des 4 intentions stratégiques avec les autres signes de qualité (AOC/Label Rouge)

Trois populations sont comparées dans les traitements suivants : les produits sous CCP, les produits sous Label Rouge, et les produits sous AOC.

La comparaison entre les CCP et les AOC et Labels Rouges portera sur 4 traitements.

Ces traitements sont identiques à ceux effectués dans le II, mais les populations à comparer sont différentes.

Les traitements de données issues du questionnaire gestionnaire

Point 4 – La commercialisation en 2001

- 4.1 : Les catégories suivantes sont-elles représentées au sein du conseil d'administration de l'entreprise ou de l'organisme demandeur ?

→ *Traitements :*

- Répartition des catégories professionnelles au sein du conseil d'administration

	Total CCP	AOC	Label Rouge	Total
CAPROD – Producteurs				
CATRANS – Transformateurs				
CADIST – Distributeurs				
CACONS – Associations de consommateurs				
CAAUT – Autres				

- 4.2 : A quelle catégorie professionnelle appartient le président de l'entreprise ou de l'organisme ?

→ *Traitements :*

- Répartition des catégories professionnelles du président du conseil d'administration

	Total CCP	AOC	Label Rouge	Total
Producteurs				
Transformateurs				
Distributeurs				
Associations de consommateurs				
Autres				

Point 5 : La promotion commerciale de la CCP en 2001

- 5.3 : Les actions de promotion sont réalisées principalement à quel niveau ?

→ *Traitements :*

- Niveau de promotion

	Total CCP	AOC	Label Rouge	Total
Niveau régional et départemental				
Niveau national				
Niveau international				

- 5.4 : Quels arguments ont été utilisés lors de la dernière campagne promotionnelle/publicitaire ?

→ *Traitements :*

- Utilisation des arguments publicitaires

	Total CCP	AOC	Label Rouge	Total
Sécurisation du consommateur				
Provenance géographique				
Typicité et qualité traditionnelle du produit				
Conditions ou techniques de transformation				
Aspect naturel du produit				
Qualité nutritionnelle				
Mode d'élevage ou de culture				
Respect de l'environnement				
Qualité organoleptique supérieure				
Autre				

Les traitements de données issues du questionnaire produit

Pas de traitements demandés.

1.5 Le traitement le moins prioritaire : Comparer les populations avec IGP

La population étudiée ici regroupe la totalité des produits sous IGP. Elle se divise en deux sous populations : les produits sous IGP avec CCP et les produits sous IGP avec Label Rouge.

Le but est ici d'obtenir des informations sur la spécificité de la population CCP-IGP au regard des Labels-IGP et de l'ensemble des IGP.

Les traitements de données issues du questionnaire gestionnaire

Point 2 – Liste des différentes CCP gérées par le demandeur

➔ *Variables à traiter :*

TYPROD

➔ *Traitements :*

- Répartition des types de production par sous population IGP

	CCP-IGP	Label-IGP	Total IGP
Bovins			
Porcins			
Volaille			
Fruits			
Etc...			

1.6 Les traitements de données issues du questionnaire produit

Point 2 – La production agricole en 2001

NB : Les points 2.1 et 2.2 (Nombre de producteurs agricoles par région / Nombre d'organisations de producteurs) ne seront pas étudiés, du fait de la difficulté à le traiter.

▪ 2.3 : Volume et prix unitaire

→ *Variables à traiter :*

Produits animaux

PTANI – production totale certifiée (tête)

PMANI – poids moyen (kg net/tête)

PUANI – prix unitaire moyen HT (eurocent / kg)

Produits végétaux

PRVEG – production récoltée (tonne)

SVEG - Superficie (ha)

PUVEG – prix unitaire moyen HT (eurocent / kg)

Produits divers

PDIVER – production totale certifiée

PUANI – prix unitaire moyen HT (unité à préciser)

Les boissons et produits laitiers ne seront pas utilisés du fait du petit nombre de dossiers correspondant.

→ *Traitements :*

▪ Données économiques

Un tableau semblable sera présenté pour chacune des trois populations (total IGP, IGP-CCP et IGP-Label Rouge)

	Produits animaux	Produits végétaux	Autres	Total
Production totale certifiée (PTANI/PRVEG/PDIVER)				
Poids moyen (PMANI)				
Superficie (SVEG)				
Prix unitaire moyen HT (PUANI/PUVEG/PUDIVER)				
Prix moyen du produit standard sans CCP**				

**** Attention !!** : cette dernière donnée ne provient pas de l'enquête comme les autres. Lors de notre rencontre, Philippe Pauwels a mentionné ce type de données, que vous pouvez avoir par ailleurs.

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quelle est la production certifiée (en tête et en poids) ? Pour quel prix moyen ?

Le prix unitaire moyen sera comparé au prix moyen des produits standards comparables, de façon à saisir l'écart de prix entre produits sous SOQ et produits sans SOQ.

Ces données seront utilisées dans la mesure de leur pertinence, et seront rapprochées du volume certifié et du chiffre d'affaires.

Point 3 – La transformation en 2001

▪ 3.3 : Volume et chiffre d'affaires HT en 2001 de la CCP pour les transformateurs

→ *Variables à traiter :*

Produits animaux et produits végétaux

VOLACSQ – Volume certifié commercialisé

CACF – Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée

Produits divers

VOLACDIV – Volume certifié commercialisé

CACF – Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée

Les boissons et produits laitiers ne seront pas utilisés du fait du petit nombre de dossiers correspondant.

→ *Traitements :*

▪ Données économiques

Un tableau semblable sera présenté pour chacune des trois population (total IGP, IGP-CCP et IGP-Label Rouge)

	Produits animaux	Produits végétaux	Autres	Total
Volume certifié commercialisé (VALOCSQ/VOLACDIV)				
Chiffre d'affaires HT 2001 de la CCP commercialisée (CACF)				

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Les volumes certifiés, les chiffres d'affaires sont-ils comparables entre CCP et Label ?

Ces données seront rapprochées du point 2.3.

Point 4 – La commercialisation en 2001

▪ 4.1 : La ventilation des ventes

→ *Variables à traiter :*

VENTREG – en France dans la région

VENTAREG – en France au delà de la région

VENTUE – Dans l'Union Européenne (hors France)

VENTRM – dans le reste du monde

→ *Traitements :*

- Ventilation géographique des ventes par sous population IGP

	CCP-IGP	Label-IGP	Total IGP
VENTREG – en France dans la région			
VENTAREG – en France au delà de la région			
VENTUE – Dans l'Union Européenne (hors France)			
VENTRM – dans le reste du monde			

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quel est le niveau de commercialisation des produits de chaque sous population ?

Quel type de produits sont commercialisés à l'international ?

- 4.2 : Les circuits de distribution de la CCP, répartition du volume par point de vente en France

→ *Variables à traiter :*

VENTGD – grande distribution/distribution organisée

VENTPC – petit commerce, commerce traditionnel

VENTHF – restauration hors foyer

VENTDIRSQ – vente directe

VENTAUT - autre

→ *Traitements :*

- Répartition des circuits de distribution par sous population IGP

	CCP-IGP	Label-IGP	Total IGP
VENTGD – grande distribution/distribution organisée			
VENTPC – petit commerce, commerce traditionnel			
VENTHF – restauration hors foyer			
VENTDIRSQ – vente directe			
VENTAUT – autre			

→ *Nos questions / Nos hypothèses*

Quel type de circuit correspond à chaque sous population ?

Les circuits sont-ils variés pour toutes les sous populations ?

2 Résultats obtenus

2.1 Les résultats issus du questionnaire gestionnaire

Les résultats se basent sur 163 gestionnaires.

Ces questionnaires se répartissent de la façon suivante dans les 4 intentions stratégiques :

- 20 pour l'intention stratégique 1 (31 dossiers dans la base INRA)
- 48 pour l'intention stratégique 2 (92 dossiers dans la base INRA)
- 45 pour l'intention stratégique 3 (80 dossiers dans la base INRA)
- 50 pour l'intention stratégique 4 (88 dossiers dans la base INRA)

L'interprétation devra être très prudente chaque fois qu'elle concerne un très petit nombre d'unités.

Publicité et action promotionnelle

Influence de l'intention stratégique sur la conduite d'une campagne promotionnelle

Parmi les 163 gestionnaires, 55% ont réalisé des actions promotionnelles ou publicitaires en 2001. Parmi ceux qui n'en font pas, 23% prévoient d'en faire.

La répartition est assez contrastée entre les intentions stratégiques : 75% des gestionnaires de l'intention stratégique 1 font de la publicité, contre 58% des gestionnaires des intentions stratégiques 2 et 3, et seulement 40% de ceux de l'intention stratégique 4. Et ceux qui n'en font pas prévoient peu d'en faire (20% des gestionnaires des intentions stratégiques 1, 3 et 4, 30% de ceux de l'intention stratégique 2).

Tableau 5. Pourcentage de gestionnaires menant ou prévoyant de mener une action publicitaire/promotionnelle par intention stratégique.

Population concernée	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Ensemble des gestionnaires
% des gestionnaires	80	71	67	52	65

Les budgets alloués à la campagne promotionnelle s'échelonnent de 1000 à 2,5 millions d'euros ; cependant dans l'ensemble, les sommes allouées restent faible : la moitié des budgets est inférieure à 30 000 euros et près des trois quarts restent inférieurs à 100 000 euros.

Influence du statut juridique sur la conduite d'une campagne promotionnelle

Le soutien d'une CCP par une campagne publicitaire ou promotionnelle dépend également du statut juridique du gestionnaire.

Les associations Loi 1901 sont de loin les plus engagées dans le soutien publicitaire : 78% d'entre elles mènent une campagne et 8% prévoient de le faire. Au contraire, les coopératives agricoles ne sont que 32% à faire de la publicité et 10% à prévoir d'en faire.

Tableau 6. Pourcentage de gestionnaires menant ou prévoyant de mener une action publicitaire/promotionnelle par statut juridique.⁵⁶

Population concernée	Association Loi 1901	Coopérative agricole	SARL	GIE	SA	Autre	Ensemble des gestionnaires
% de gestionnaires ayant mené une campagne en 2001	78	32	55	64	44	44	55
% de gestionnaires prévoyant d'en mener une	8	10	9	9	6	31	10

Niveau de promotion

La promotion peut se faire à trois niveaux différents : régional, national ou international.

Pour chaque niveau ont été comptabilisés les gestionnaires y faisant plus de 50% de leur promotion (en terme de budget). Cela signifie donc que les cas qui ne réalisent pas majoritairement leur promotion à un niveau ne sont pas comptés.

Tableau 7. Niveau de réalisation des opérations de promotion.

Part de gestionnaires réalisant leur promotion...	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Ensemble des gestionnaires
<i>Majoritairement</i> au niveau régional	40%	43%	31%	45%	39%
<i>Uniquement</i> au niveau régional	13%	32%	23%	35%	27%
<i>Majoritairement</i> au niveau national	47%	43%	62%	45%	49%
<i>Uniquement</i> au niveau national	7%	32%	50%	20%	30%
<i>En partie</i> à l'international	13%	4%	4%	15%	8%

NB : les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de gestionnaires réalisant une campagne de promotion.

Les gestionnaires de l'intention stratégique 3 communiquent majoritairement au niveau national (62% d'entre eux), la moitié d'entre eux réalisent même la totalité de ses campagnes de promotion à ce niveau.

Les gestionnaires de l'intention stratégique 1 sont plus partagés : 40% communiquent majoritairement au niveau régional et 47% au niveau national. Cependant ils sont plus polyvalents : peu communiquent uniquement à un niveau (13% au niveau régional, 7% au niveau national). Une partie non négligeable d'entre eux réalisent même des opérations au niveau international (13%).

Les gestionnaires de l'intention stratégique 2 sont vraiment partagés : 43% réalisent majoritairement leurs actions de promotions au niveau régional (et 32% uniquement à ce

⁵⁶ Certains statuts juridiques, qui concernent un trop faible nombre d'observations ne sont pas présentés ici.

niveau) ; et les mêmes proportions sont concernés par le national. Ils sont par contre peu nombreux à communiquer à l'international (4%).

Les gestionnaires de l'intention stratégique 4 communiquent en plus grande proportion au niveau régional uniquement (32%) qu'au niveau national uniquement (20%). Ils sont cependant les plus nombreux à communiquer à l'international (15%).

Argument des campagnes de promotion

55% des gestionnaires mènent une campagne promotionnelle, mais leur argumentation diffère.

Tableau 8. Pourcentage de gestionnaires utilisant cet argument comme premier argument

Premier argument	% de gestionnaires
Sécurisation	33%
Provenance géographique	20%
la typicité et la qualité traditionnelle	16%
le mode d'élevage ou de culture	13%
les conditions de transformations	4%
la qualité organoleptique	3%
la qualité nutritionnelle	1%
l'aspect naturel du produit	1%

53% des gestionnaires de l'intention stratégique 1 utilisent la provenance géographique comme premier argument. 27% utilisent la typicité et la qualité traditionnelle du produit.

La moitié des gestionnaires de l'intention stratégique 2 utilisent à la sécurisation.

23% des gestionnaires de l'intention stratégique 3 utilisent la sécurisation et le mode de culture ou d'élevage comme premier argument.

40% des gestionnaires de l'intention stratégique 4 utilisent la sécurisation comme premier argument.

Les mentions apposées sur le produit sous CCP

Différents logos, différentes marques peuvent apparaître sur l'emballage du produit sous CCP.

Tableau 9. Présence des différents logo sur les produits sous certification (en %)

	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Logo de la certification	70	67	82	70	72
Logo communautaire	20	6	0	4	6
Marque distributeur	30	23	22	28	25
Autre marque	35	42	33	28	34
Autre mention	30	21	20	14	20

Le logo de la certification est le plus utilisé, par 72% des gestionnaires. Les gestionnaires de l'intention stratégique 3 l'utilisent particulièrement (82%).

Le logo communautaire n'est apposé que par 6% des gestionnaires, et par 20% seulement des demandeurs de l'intention stratégique 1, qui ne comprend pourtant que des produits sous IGP.

Les marques distributeurs sont utilisées de manière quasiment uniforme dans chacune des intentions stratégiques à hauteur d'un quart des gestionnaires.

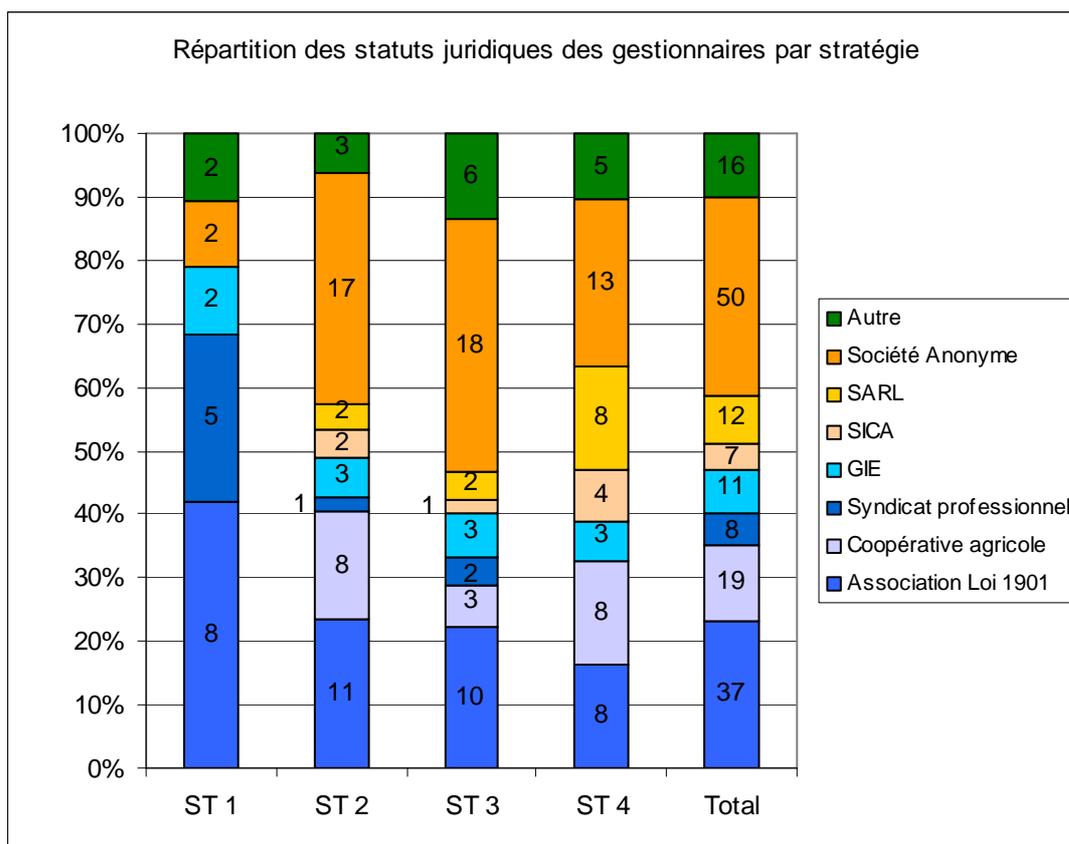
Et si 34% des gestionnaires utilisent une autre marque, ils sont 42% dans l'intention stratégique 2.

Les organisations

Statut juridique

Les statuts juridiques des gestionnaires se répartissent de la façon suivante :

- 37 associations Loi 1901
- 19 coopératives
- 11 SARL
- 50 SA
- 8 syndicats professionnels
- 11 GIE
- 7 SICA
- 1 entreprise individuelle
- 16 « autres »
- 3 non réponses



L'ensemble de la population se partage entre structures privées (SARL, SA, entreprise individuelle, SICA) et structures associatives (association, syndicat, coopérative, GIE) de manière presque égale : le privé représente 43% et l'associatif 47%. Le privé est dominé par les sociétés anonymes (31%), alors les structures coopératives sont plutôt des associations (22%).

L'intention stratégique 1 se distingue de toutes les autres par sa grande part d'organisations associatives, qui représentent 80% de ses gestionnaires. Ce sont essentiellement des associations et des syndicats professionnels.

La répartition des statuts juridiques des gestionnaires de l'intention stratégique 2 est la plus proche de l'ensemble de la population. Les intentions stratégiques 3 et 4 sont également assez proches : l'intention stratégique 3 se distingue par une plus grande part de SA et une plus faible part de coopérative ; l'intention stratégique 4 se démarque par une plus grande proportion de SARL et une absence de syndicats professionnels.

Le conseil d'administration

Le président du conseil d'administration est un producteur dans 56% des cas. Cela se vérifie pour chaque intention stratégique : c'est le plus souvent un producteur qui préside le conseil d'administration.

Il faut noter la part importante de transformateurs étant président dans les intentions stratégiques 2 et 3 (environ un tiers des cas), et la présence de distributeurs dans l'intention stratégique 4, qui président 10% des conseils d'administration.

Tableau 10. Répartition des présidents de conseils d'administration par catégorie professionnelle et par intention stratégique (en pourcentage)

Part des gestionnaires ayant comme président...	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Non réponse	0	4	4	6	4
Un producteur	70	48	47	66	56
Un distributeur	0	2	0	10	4
Un transformateur	10	35	38	14	26
Autre	20	10	11	4	10
Total	100	100	100	100	100

La répartition des membres du conseil d'administration varie d'une intention stratégique à l'autre.

Tableau 11. Pourcentage de conseils d'administrations comptant des représentants des catégories professionnelles suivantes.

En %	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Producteurs	89	57	51	69	63
Transformateurs	61	53	47	23	43
Distributeurs	33	21	13	13	18
Association de consommateurs	6	2	0	0	1
Autres	22	23	16	13	18

Les producteurs sont la catégorie professionnelle la plus souvent représentée : ils appartiennent au conseil d'administration dans 63% des cas. Cependant, s'ils sont très présents dans l'intention stratégique 1 (à 89%), ils n'appartiennent qu'à un conseil d'administration sur deux dans l'intention stratégique 3.

Par ailleurs, 66% des conseils d'administration avec producteurs ont au plus 20 de leurs représentants. 88% des CA regroupent moins de 20 producteurs.

Les transformateurs est la deuxième catégorie la plus représentée au sein des conseils d'administration des organisations détentrices de CCP. Ils sont particulièrement présents dans l'intention stratégique 1 (61% des cas) et peu présents dans l'intention stratégique 4 (23%).

Quand ils sont présents, les transformateurs sont peu nombreux puisque dans 76% des cas ils sont 3 ou moins.

Les distributeurs sont faiblement présents dans les conseils d'administration, et lorsqu'ils le sont, sont faiblement représentés en nombre (dans 82% des cas, ils ne sont qu'un ou deux).

La présence de représentants d'associations de consommateurs au sein des conseils d'administration est très faible, voire marginale. Il faut relativiser les 6 % de présence dans

l'intention stratégique 1 compte tenu du petit nombre de gestionnaires concernés (seulement 20) : cela ne représente qu'un gestionnaire !

Les instances de décision

L'organisation des gestionnaires diffère d'une intention stratégique à l'autre, mais aussi selon les statuts juridiques. La présence des postes de directeur, responsable commercial, responsable qualité et responsable promotion donne une indication de leur organisation.

Tableau 12. Pourcentage de gestionnaires dont l'organisation comprend ces postes.

en %	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Directeur	75	88	82	88	85
Responsable commercial	15	54	56	72	55
Responsable qualité	55	81	73	78	75
Responsable communication/promotion	55	46	27	48	42

Le poste de directeur est le plus répandu, existant chez 85% des gestionnaires.

La présence d'un responsable commercial est plus faible : ce poste existe chez 55% des gestionnaires, mais il est très peu présent dans l'intention stratégique 1 (15%) et plutôt fréquent dans l'intention stratégique 4 (72%).

Le poste de responsable qualité est répandu (dans 75% des cas), particulièrement parmi les gestionnaires des intentions stratégiques 2 et 4 (respectivement 81% et 78%).

Le poste de responsable de promotion est le moins fréquent (présent dans 42% des cas). On le trouve couramment dans l'intention stratégique 1 (55%) mais peu dans l'intention stratégique 3 (27%).

Tableau 13. Présence des postes suivants selon le statut juridique du demandeur

En %	Directeur	Responsable Commercial	Responsable Qualité	Responsable Promotion
Association Loi 1901	81	14	49	38
Coopérative agricole	95	68	95	26
Syndicat professionnel	75	0	75	25
GIE	91	36	82	55
SICA	86	86	100	29
SARL	91	82	73	64
Société Anonyme	88	78	86	50
Autre	88	81	75	50
Total	85	55	75	42

Le statut juridique a peu d'influence sur la présence ou non d'un directeur, qui existe dans la majorité des cas.

Par contre, la présence d'un responsable commercial est beaucoup plus fluctuante : quasiment absent dans les associations ou les syndicats professionnels, le poste existe dans 4 cas sur 5 dans les SARL et les SA.

Le poste de responsable qualité existe dans au moins trois quart des types d'organisation, mis à part les associations qui ne compte un responsable qualité que dans un cas sur deux.

Le responsable promotion est peu présent dans les structures associatives, sauf dans les GIE (55%). Il est plus répandu dans les structures privées de type SA ou SARL.

Le rôle des consommateurs et des associations de consommateurs

L'évaluation par les consommateurs se fait chez un ¼ des gestionnaires : il s'agit selon les cas d'enquêtes de notoriété, de tests de préférence, d'analyse sensorielle, voire plusieurs à la fois.

Tableau 14. Fréquence d'évaluation de la CCP par les consommateurs.

en %	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Evaluation par les consommateurs	35	31	27	14	25
DONT Enquêtes de notoriété	25	19	9	6	13
Test de préférence	5	4	7	4	5
Analyse sensorielle	10	8	20	4	10
Autre	10	2	2	2	3

L'évaluation d'un produit sous CCP directement par des consommateurs n'est pas très courante : elle se fait dans 25% des cas seulement, et le plus souvent sous forme d'enquêtes de notoriété (13%) ou d'analyses sensorielles (10%).

Les gestionnaires de l'intention stratégique 1 semblent plus enclins à soumettre leurs produits aux consommateurs que ceux de l'intention stratégique 4, qui ne sont que 14% à le faire.

Les relations avec des associations de consommateurs sont encore moins fréquentes, puisqu'elles n'existent que dans 16% des cas !

Tableau 15. Fréquence des relations gestionnaires – associations de consommateurs selon l'intention stratégique

en %	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Relations avec des associations de consommateurs	30	17	9	16	16
DONT Echange d'informations	20	8	4	12	10
Réunions organisées	20	2	2	6	6
Autre	5	6	2	4	4

Si les structures coopératives semblent plus enclines à avoir des liens avec des associations de consommateurs, cela reste dans de faible proportion (au mieux dans un cas sur trois).

Tableau 16. Fréquence des relations gestionnaires - associations de consommateurs selon le statut juridique

	Association Loi 1901	Coopérative agricole	Syndicat professionnel	GIE	SICA	SARL	SA	Autre	Total
Relation avec des associations de consommateurs	30	11	38	27	0	9	6	19	16

2.2 Les résultats issus du questionnaire produit

Les résultats se basent ici sur 215 CCP, réparties de la façon suivante :

- 21 pour l'intention stratégique 1
- 65 pour l'intention stratégique 2
- 68 pour l'intention stratégique 3
- 59 pour l'intention stratégique 4

La commercialisation

Ventilation géographique des ventes

En considérant l'ensemble de la population, on remarque que la plupart des produits sont vendus en France : un quart sont vendus majoritairement dans leur région de production, et la moitié sur l'ensemble du territoire français.

Tableau 17. Ventilation géographique des ventes selon l'intention stratégique.

Réalisation des ventes (en %)...	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Majoritairement en France dans la région	20	19	29	26	24
Majoritairement en France au delà de la région	53	45	53	43	48
en partie dans l'union européenne	47	3	15	28	17
en partie dans le reste du monde	7	2	3	13	6

La proportion de produits vendus en France et dans leur région est sensiblement semblable entre les intentions stratégiques.

Mais la commercialisation entre Europe et dans le reste du monde n'est pas la même : près de la moitié des produits de l'intention stratégique 1 sont commercialisés en partie dans l'Union Européenne, loin devant les produits de l'intention stratégique 4 (28%).

Ce sont les produits de l'intention stratégique 4 qui sont le plus vendus à l'international (13% d'entre eux y sont commercialisés en partie).

Les circuits de distribution

Les produits sous CCP sont commercialisés par la grande distribution en général : 58% d'entre eux sont majoritairement concernés par ce circuit de distribution.

Cette proportion est encore plus importante pour les produits de l'intention stratégique 1, dont 80% sont commercialisés en grande distribution.

Le petit commerce est le débouché le plus important de 10% des produits des intentions stratégiques 2, 3 et 4.

Tableau 18. Circuits de distribution des produits sous CCP selon l'intention stratégique.

Produits vendus...	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
<i>Majoritairement</i> en Grande distribution	80	43	65	63	58
<i>Majoritairement</i> en petit commerce	0	10	11	9	9
<i>en partie</i> en restauration hors foyer	20	10	17	7	13
<i>en partie</i> en vente directe	27	2	5	4	5
<i>en partie</i> "autre"	13	16	17	15	16

Si la restauration hors foyer représente rarement le débouché principal d'un produit (seulement 2 produits sous CCP sont majoritairement commercialisés en RHF), elle touche 13% de la production, surtout des produits des intentions stratégiques 1 et 3.

La vente directe (particuliers, VPC, internet) ne concerne que 5% des produits, principalement issus de l'intention stratégique 1.

Les prix, les poids, les surfaces...

La faible fiabilité des réponses à ces questions et la nécessité d'agréger les réponses pour éviter les informations individuelles ont rendu ce traitement peu pertinent, et ses résultats difficiles à analyser.

2.3 Les résultats issus du questionnaire gestionnaire – niveau fonctions

Les gestionnaires

Les gestionnaires de la CCP occupent en moyenne 3 à 4 fonctions différentes. Globalement, les 4 fonctions les plus remplies (par deux tiers des gestionnaires) sont le soutien technique, la promotion du signe, les contrôles et l'arbitrage des litiges.

Tableau 19. Fonctions remplies par les gestionnaires du signe.

en %	IS 1	IS 2	IS 3	IS 4	Total
Soutien technique	50	67	71	74	68
Promotion / défense du signe	75	67	73	64	69
Contrôles	60	60	62	80	67
Fixation de primes / sanctions	55	50	53	60	55
Arbitrage des litiges	65	60	71	68	66
Organisation de la production	25	52	49	64	52
Négociation ou échange d'informations sur les prix	20	42	49	58	46

Trois quart des gestionnaires de l'intention stratégique 1 s'occupent de la promotion du signe, deux tiers arbitrent les litiges. Seuls un gestionnaire sur deux s'occupe de soutien technique, alors que deux tiers à trois quart des gestionnaires des autres intentions stratégiques le font.

Outre cette fonction de soutien technique, les gestionnaires de l'intention stratégique 2 se chargent de la promotion / défense du signe.

Les gestionnaires de l'intention stratégique 3 occupent également largement ces deux fonctions, ainsi que de l'arbitrage des litiges.

Les gestionnaires de l'intention stratégique 4 apportent un appui technique, mais remplissent également certaines fonctions, plus massivement que les gestionnaires des autres intentions stratégiques : ils s'occupent des contrôles, mais aussi d'organisation de la production et de négociations sur les prix.

Les groupements de producteurs

La principale tâche des groupements de producteurs est d'organiser la production (répartition des quantités, plans d'élevage ou de récolte, fixation des quantités minimales/maximales à livrer). Cette fonction est une constante qui se retrouve dans chaque intention stratégique.

Cependant, les groupements de producteurs des intentions stratégiques 2 et 3 se chargent aussi des contrôles ; alors que ceux de l'intention stratégique 4 font office de soutien technique.

Les transformateurs

Les transformateurs occupent principalement deux fonctions, et ce, quel que soit l'intention stratégique que l'on considère : ils contrôlent et négocient sur les prix. C'est l'unique catégorie professionnelle pour laquelle cette fonction de négociation des prix est unanimement partagée.

Les distributeurs

Les distributeurs interviennent peu fréquemment dans la gestion de CCP. Dans ce cas, leur rôle consiste à promouvoir le signe ou à négocier sur les prix.

Les organismes certificateurs

Le rôle principal des organismes certificateurs, sans surprise, réside dans le contrôle des processus de production, des systèmes de gestion de la qualité ou du produit lui-même.

Ils interviennent également dans l'arbitrage des litiges et lors de la fixation de primes à la qualité ou à l'élaboration de systèmes de sanctions.

3 Les questionnaires de l'enquête sur les signes de qualité du SCEES concernant la CCP

Questionnaire C1 : le gestionnaire

Questionnaire C2 : CCP produit animal

Questionnaire C3 : CCP produit végétal

Questionnaire C4 : CCP produit laitier

Questionnaire C5 : CCP boissons

Questionnaire C6 : CCP produit divers

Volet 3

Les utilisations stratégiques de la CCP et ses fonctions économiques sur le marché : étude de cas

Isabelle Barcelord

Avec la collaboration de
Sandrine Blanchemanche et Marion Bonnet

Sommaire du volet 3

Introduction	175
1. Dispositif d'étude : des enquêtes auprès d'utilisateurs de CCP	175
1.1. Recueil des données par enquête	175
1.1.1. Un questionnaire structuré en six thèmes	175
1.1.2. Déroulement et conduite des entretiens.....	176
1.2. Critères de sélection des études de cas	177
1.2.1. Des cas répartis selon les 4 intentions stratégiques	177
1.2.2. Des cas sélectionnés selon trois critères	177
2. Analyse des cas	179
2.1. Les demandeurs de CCP : une population qui utilise inégalement la CCP	179
2.1.1. Un nombre de demandeurs important	181
2.1.2. Les demandeurs de CCP dont le dossier n'est pas validé	181
2.1.3. Les détenteurs de CCP ne produisant pas sous le référentiel de la CCP	181
2.1.4. Les détenteurs de CCP qui ne commercialisent pas sous CCP	183
2.1.5. Des coûts de négociation et d'élaboration élevés : un facteur d'explication ?	185
2.2. La manière dont les opérateurs comprennent la CCP	187
2.2.1. Un signe qui représente un niveau de qualité dans la hiérarchie des signes de qualités	187
2.2.2. Un signe qui doit servir à communiquer.....	187
2.2.3. La raison pour laquelle les GMS sont intéressées par la CCP	188
2.2.4. Un signe qui a un autre sens lorsqu'il est associé à une IGP	188
2.3. Utilisation effective de la CCP par les opérateurs	189
2.3.1. Utilisations effectives de la CCP.....	189
2.3.2. Correspondances avec les 4 intentions stratégiques	194
2.3.3. Conséquences de la CCP, transversales aux deux utilisations effectives.....	195
Conclusion	198
Annexe 1 : Descriptif des 27 études de cas	199
Annexe 2. Questionnaire destiné aux détenteurs de CCP	209

Introduction

L'analyse des dossiers de demande de Certification de conformité de produit (CCP) a permis d'avoir une vue d'ensemble sur ce qu'envisageaient de faire les **demandeurs de CCP** au moment du **dépôt du dossier**. Les 293 dossiers validés à ce jour ont été étudiés, de manière **exhaustive**, en terme d'**intention stratégique**, c'est-à-dire en faisant ressortir les raisons pour laquelle la demande a été déposée. Ainsi ont été élaborés 4 groupes dont les intentions stratégiques diffèrent :

- « appropriation d'une notoriété régionale »,
- « réassurance »,
- « positionnement intermédiaire »,
- « différenciation par un niveau de qualité supérieure ».

Des entretiens avec des détenteurs de CCP devraient permettre de déceler **a posteriori** ce qu'ils en attendaient et ce qu'ils en ont fait. Pour cela, nous avons choisi **27 cas** parmi les 293 dossiers validés et nous leur avons demandé les motivations de leur demande, ainsi qu'un bilan global sur l'utilisation de leur CCP.

Aussi, nous avons cherché à répondre aux questions suivantes :

- Quelle est la population des demandeurs de CCP ?
- Comment la CCP est-elle comprise par les opérateurs ?
- Quelle est l'utilisation effective de la CCP ?

Notons que l'étude se fait sur 27 cas et sont donc des cas particuliers de l'analyse des dossiers réalisée précédemment.

1. Dispositif d'étude : des enquêtes auprès d'utilisateurs de CCP

1.1. Recueil des données par enquête

1.1.1. Un questionnaire structuré en six thèmes

Le questionnaire doit permettre de saisir l'évolution de la CCP à partir de la phase de création jusqu'à aujourd'hui, d'esquisser des perspectives dans chaque cas. D'autre part, ces entretiens doivent aussi être le moyen de récolter des informations ne figurant pas dans les dossiers de demande.

Le questionnaire est articulé autour de 6 parties et comprend des questions fermées ou ouvertes sur :

Données générales sur la CCP et le détenteur

Cette partie concerne l'objectif de garantie de la CCP, les caractéristiques certifiées du produit, le statut juridique du détenteur et, s'il s'agit d'un groupement, sa composition.

Données économiques sur la production

Cette partie permet de retracer l'évolution économique de la CCP par des données concernant les volumes de production, la part de marché, le chiffre d'affaire, etc., ainsi que les dates données par le détenteur comme décisives dans leur évolution.

Données sur la commercialisation

Les informations recueillies concernent les zones géographiques de vente ainsi que les types de points de vente dans lesquels le produit est commercialisé, ainsi que la communication faite sur le produit.

Acteurs et organisation du système CCP

L'objectif de cette partie est de répertorier les différents acteurs impliqués dans le système CCP et le type de relations qu'ils entretiennent en mettant l'accent sur les éventuels changements apparus depuis la demande de CCP.

Evénements sectoriels

Il s'agit de mettre en avant les événements sectoriels, au plan national et régional, apparus depuis la demande de CCP et qui permettent de mettre en perspective certains des aspects de la trajectoire de la CCP.

Bilan global

Cette partie repose sur des questions ouvertes qui portent sur :

- les motivations de la demande de CCP,
- les difficultés rencontrées lors de l'homologation et par la suite,
- les facteurs de succès ou d'échec,
- les adaptations nécessaires,
- les perspectives envisagées par rapport à la CCP.

1.1.2. Déroulement et conduite des entretiens

L'objet

Le questionnaire a porté sur une seule CCP, même si plusieurs étaient détenues. Cependant, un avis général sur l'ensemble de la procédure et de la démarche CCP a été obtenu aussi.

Les interlocuteurs

L'interlocuteur a été dans 9 cas le directeur ou président du groupement et dans 18 cas un responsable qualité.

Deux interlocuteurs (non comptés dans les 27 cas) ont refusé de répondre au questionnaire. Plusieurs détenteurs avaient déjà eu à répondre à des enquêtes sur les signes de qualité qu'ils détiennent et se sont dit las de ce genre d'étude, pour eux peu exploitées. Dans l'ensemble, les interlocuteurs ont répondu à toutes les questions pour lesquelles il avait une réponse sans aucune réticence.

Les moyens

Concernant certaines données, notamment économiques, des documents spécifiques étant nécessaires pour la personne interrogée, le questionnaire a été adressé avant l'entretien.

Ceux-ci ont été réalisés par téléphone.

1.2. Critères de sélection des études de cas

1.2.1. Des cas répartis selon les 4 intentions stratégiques

Parmi la totalité des dossiers de CCP validés (293), analysés précédemment, nous avons sélectionné 27 cas répartis entre les 4 stratégies (6 ou 7 dans chacune).

1.2.2. Des cas sélectionnés selon trois critères

Au sein de chaque stratégie, le choix a été fait, pour refléter la diversité des dossiers, grâce à trois critères : le secteur de production, l'année de demande et le type de demandeur.

Premier critère : le secteur de production

Les cas sélectionnés se répartissent dans l'ensemble des secteurs de production (cf tableaux 1) avec une légère prédominance pour le secteur des volailles, des bovins et des fruits.

Tableau 1. Répartition des CPP et des 27 cas en fonction des secteurs de production

Secteur	Effectif de la population d'étude	Effectif total	Secteur	Effectif de la population d'étude	Effectif total
Volailles	5	65	Industrie des fruits et légumes	1	1
Bovins	4	55	Autres légumes	0	9
Fruits	4	31	Autres	0	7
Industrie des viandes	3	13	Fromage	0	5
Légumes frais	2	23	Industrie des poissons	0	4
Céréales et produits céréaliers	2	5	Industrie du grain	0	4
Produits de la mer	2	4	Alimentation animale	0	3
Porcins	1	34	Boissons	0	2
Ovins	1	10	Pain	0	2
Lapins	1	10	Miel	0	2
Œufs	1	3	Industrie Laitière	0	1

N.B : Le choix des 27 CCP n'est pas représentatif des secteurs de la totalité de la population (en pourcentage), mais des secteurs dominants dans chaque stratégie.

Deuxième critère : la date de demande de la CCP

La sélection des dossiers se fait sur l'ensemble des années de demande de CCP, s'échelonnant de 1994 à 2001 (cf. tableau 2). Les informations contenues dans les dossiers plus anciens sont

insuffisantes, nous avons donc commencé la sélection en 1994. Toutes les années sont ensuite représentées, avec un plus grand nombre de dossiers en 2000 (6 sur 27).

Tableau 2. Répartition de la totalité des CCP et des 27 cas par année de demande d'homologation

Année de demande	Effectif de la population d'étude	Effectif total de cette année
1990	0	2
1991	0	0
1992	0	6
1993	0	16
1994	1	8
1995	2	15
1996	3	33
1997	4	48
1998	6	58
1999	4	35
2000	6	46
2001	1	23
2002	0	3
Total	27	293

Troisième critère : le type de demandeur

Nous avons donc sélectionné 15 cas (sur 27) dont les groupements de producteurs sont les demandeurs car ils représentent 46 % (136/293) de la totalité des demandeurs (cf. tableau 3).

Tableau 3. Répartition des CCP et des 27 cas par type de demandeurs

Type de demandeur	Effectif dans la population d'étude	Effectif total
Groupements de producteurs	15	136
IAA	4	45
Abattoirs	2	40
Commercialisateurs	2	22
Regroupement des acteurs d'une filière	2	22
Distributeurs	1	12
Interprofession	1	5
OC*	0	5
Non précisé	0	6
Total	27	293

N.B. Les OC ne sont demandeurs que pour quelques dossiers parmi les plus anciens, ceci étant par la suite devenu impossible.

2. Analyse des cas

Les entretiens permettent de répondre aux questions énoncées dans l'introduction en trois points :

- Les demandeurs de CCP : une population qui utilise inégalement la CCP
- La manière dont les opérateurs comprennent la CCP
- Utilisation effective de la CCP par les opérateurs.

2.1. Les demandeurs de CCP : une population qui utilise inégalement la CCP

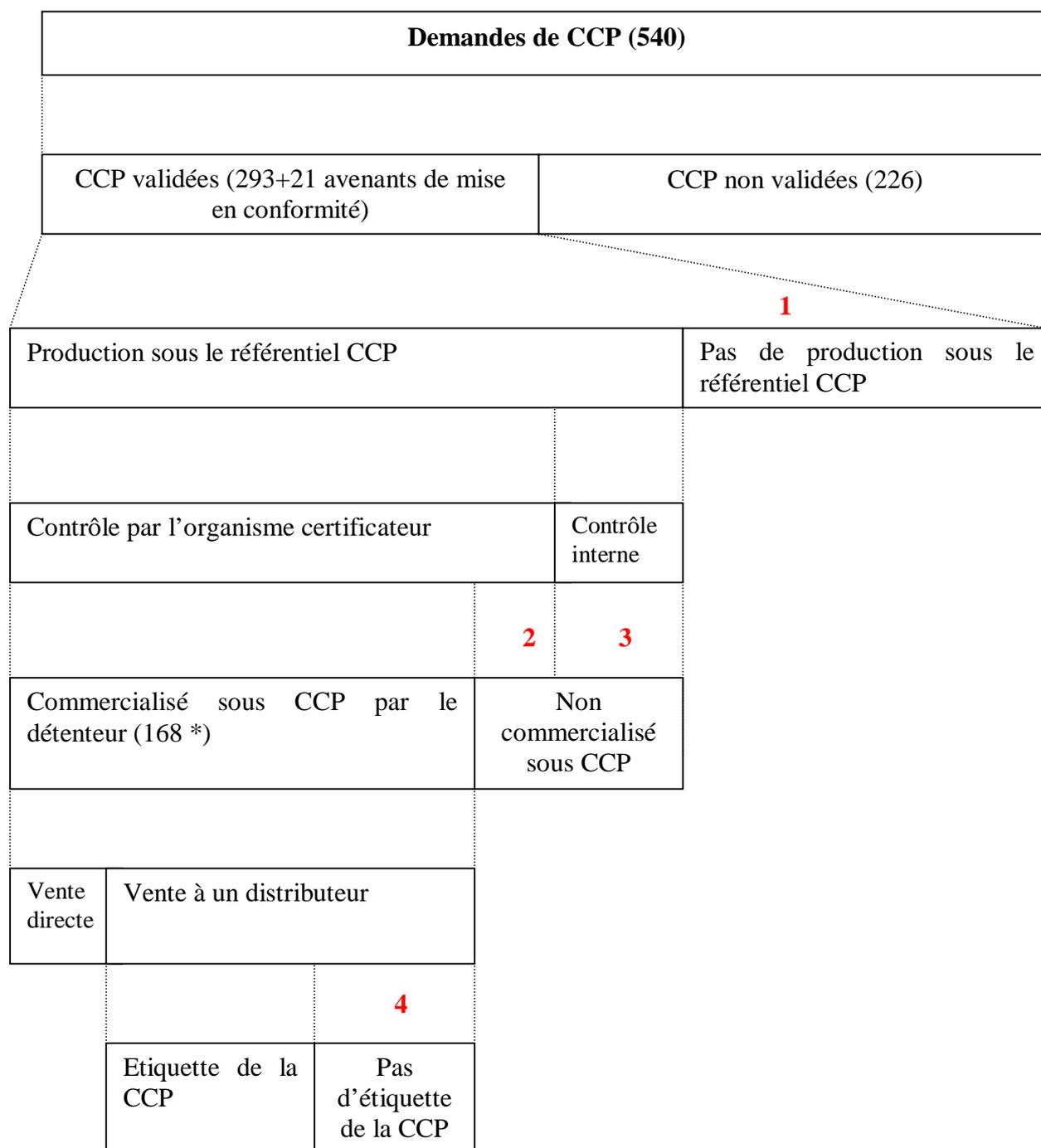
Lors des entretiens, nous avons constaté que les demandeurs de CCP pouvaient se trouver dans différentes situations depuis leur demande. Certains d'entre eux ne produisent pas ou ne commercialisent pas leurs produits sous CCP. Nous présenterons ici les différents cas de figure rencontrés. Notons cependant auparavant l'écart entre le nombre de demandeurs total de CCP (540), le nombre de CCP validées (314) et le nombre de CCP utilisées pour la commercialisation (168⁵⁷).

Dans un premier temps, nous avons rappelé l'ensemble de la population ayant demandé une CCP, puis nous nous sommes concentrés sur la partie ayant une CCP validée. Parmi cette population, nous avons observé une utilisation inégale de la CCP.

⁵⁷ Donnée du CEPRAL

Fig.1 . La population des demandeurs et utilisateurs de CCP entre 1990 et 2003

Source : DPEI – Traitement M. Bonnet, I. Barcelord sauf * CEPRAL



- 1** Détenteurs ne produisant pas sous le référentiel (cf. suite).
- 2** Détenteurs produisant suivant le référentiel de la CCP, faisant contrôler leur produits par l'organisme certificateur, mais ne commercialisent pas sous leur CCP (cf. suite).
- 3** Détenteurs produisant suivant le référentiel de la CCP, mais ne faisant pas réaliser les contrôles par l'organisme certificateur (cf. suite).
- 4** Une fois le produit vendu sous CCP, le distributeur peut décider de communiquer (au moins par l'étiquette) ou non sur la CCP.

2.1.1. Un nombre de demandeurs important

Depuis la conception de la CCP, 540 dossiers de demandes ont été déposés auprès du Ministère de l'agriculture. Sachant qu'environ 620 dossiers de Label Rouge ont été déposés en quatre fois plus de temps, ce nombre paraît relativement important, ce qui laisse penser **que la CCP répond à un besoin.**

2.1.2. Les demandeurs de CCP dont le dossier n'est pas validé

A ce jour, sur les 540 demandes, 293 dossiers ont été validés, auxquels il faut ajouter 21 dossiers de mise en conformité (ajustement aux exigences de la SER), soit 314 dossiers.

Il existe donc 226 dossiers non validés à ce jour. Parmi ces dossiers, **138 sont encore en cours de procédure**, et 88 ont été abandonnés ou refusés. Nous allons regarder plus en détail cette population.

Dossiers en cours de procédure

Les plus anciens dossiers toujours en instruction datent de 1995 : on peut penser que parmi eux, un certain nombre concerne des dossiers dont la procédure n'a jamais été clôturée ni par la SER, ni par le demandeur, mais qu'elle n'aboutira pas. C'est pourquoi, en ne comptant pas ces 28 dossiers anciens (déposés avant 1999), on peut estimer à 110 le nombre de dossiers réellement en cours de procédure. Ceci porte à 424 le nombre de dossiers déjà validés ou « potentiellement validables ».

Dossiers abandonnés ou refusés

Au sein des 88 dossiers de CCP non validés, seul 15 dossiers ont reçu un avis défavorable de la SER, les autres ont soit été abandonnés par le demandeur, soit été déclarés abandonnés par la section dans le cas de non réponse du demandeur au courrier de la SER.

Peu de demandes sont donc jugées « irrécupérables », mais **beaucoup de demandeurs abandonnent avant la validation.**

La CCP : un signe sélectif ?

Le nombre de dossiers qui ne seront jamais validés est donc estimé à 116 (88+28). Ce nombre donne une idée de la sélectivité du système CCP : 21% du nombre de dossiers déposés n'aboutissent pas à une certification. Ceci nous amène à formuler plusieurs hypothèses :

- **la CCP est un signe plus sélectif que le Label** où 12% des dossiers seulement ne sont pas validés (490 dossiers de Label Rouge homologués, 60 en procédure, et 70 refusés)
- **les demandeurs de labels ont des objectifs plus précis** et sont plus motivés que les demandeurs de CCP
- **les demandeurs de CCP font plusieurs démarches** de qualité concomitantes et peuvent abandonner celles qui n'aboutissent pas suffisamment vite.

2.1.3. Les détenteurs de CCP ne produisant pas sous le référentiel de la CCP

Il s'agit ici du cas noté **1** dans la figure 1.

Des détenteurs ne produisent pas selon le cahier des charges de la CCP pour différentes raisons (4 cas sur 27).

Une demande faite par la GMS puis retirée

Des GMS ont demandé des produits sous CCP à un moment donné, puis n'ont plus été intéressées.

Entretien n° 25

Un détenteur nous a expliqué que l'acquisition de la CCP a été motivée par **la demande d'une GMS** en produit sous CCP. Du fait du délai d'obtention de celle-ci, la GMS s'est désintéressée du produit sous CCP et elle n'est plus prête à l'acheter. La personne interrogée a émis l'hypothèse que ce désintéressement peut être dû au fait que le consommateur est moins méfiant et le client ne ressent donc plus autant le besoin de présenter un produit sous CCP pour le satisfaire.

Une autre garantie préférée à la CCP

D'autres détenteurs utilisent une **autre garantie** et estiment donc que celle de la CCP leur est inutile. Cette autre garantie peut être un autre signe officiel de qualité (SOQ), comme un Label rouge, ou un sigle non officiel.

Entretien n° 9

Un exemple illustrant le premier cas, est celui d'une société qui avait demandé une CCP lorsque son concurrent sorti un produit sous Label rouge. Elle a alors décidé de sortir elle aussi un produit sous Label et n'a jamais utilisée sa CCP une fois celle-ci validée.

Entretien n° 26

Le deuxième cas peut être illustré par une société qui veut informer les consommateurs sur le produit carné qu'elle vend et qui a préféré à sa CCP l'utilisation d'un sigle engageant une interprofession, le sigle « Viande Bovine Française ».

Remplacement de plusieurs CCP d'un même détenteur par une unique CCP

Un dernier exemple est celui d'un détenteur qui détient plusieurs CCP plus ou moins contraignantes et qui souhaite demander une IGP. Il décide pour cela de l'associer à **une CCP équivalente à la moins contraignante** qu'il possède déjà. Ainsi, il n'y a plus de production sous toutes les autres CCP validées auparavant.

2.1.4. Les détenteurs de CCP qui ne commercialisent pas sous CCP

Nous avons constaté lors des entretiens que des détenteurs de CCP qui produisent sous le référentiel ne commercialisent pas de produits sous le signe (4 cas sur 27).

En se basant sur les données du CEPRAL, on constate que cette situation varie en fonction des secteurs (cf. tableau 4).

Tableau 4. Commercialisation de produits sous CCP

(source : www.cepral.com, mis à jour le 19 juin 2003)

Secteur	Pourcentage de CCP non utilisée pour la commercialisation	Nombre total de CCP validées
Viande bovine hachée	87 %	8
Produits de la mer	62 %	8
Viande d'agneau	58 %	12
Divers	57 %	14
Volaille	54 %	67
Légumes	54 %	37
Viande de veau	50 %	20
Œufs	50 %	4
Viande de porc	48 %	31
Charcuterie	46 %	13
Viande bovine	45 %	40
Céréales	40 %	10
Fruits	33 %	33
Produits laitiers	33 %	6
Lapin	20 %	10
Alimentation animale	0 %	3
Viande de broutard	0 %	1
Total	50 %	307

Remarque : en comparant l'information du CEPRAL et celle des entretiens, on remarque des contradictions pour 6 cas sur 27 : des produits sont notés comme non-commercialisés, alors que l'information inverse a été donnée lors de l'entretien. La mise à jour récente du site ne semble pas pouvoir en être la cause. Celle-ci reste à déterminer.

Les secteurs où la commercialisation de produits pouvant bénéficier d'une CCP est la plus faible sont ceux de la viande bovine hachée, des produits de la mer et de la viande d'agneau.

D'après ces chiffres, on constate que la moitié des CCP n'est pas utilisée pour la commercialisation.

Des détenteurs n'ont pas encore eu le temps de mettre en place toutes les procédures de contrôle

Ceci peut tout simplement être dû au fait que la validation soit récente (1 cas sur 27).

Des détenteurs produisent suivant le référentiel de la CCP, mais ne font pas réaliser les contrôles par l'organisme certificateur

Il s'agit du cas noté **3** dans la figure 1. Ils ne font réaliser qu'un contrôle interne et de fait n'ont pas le droit de commercialiser leur produit sous CCP (1 cas sur 27).

Entretien n° 10

Un détenteur dans ce cas, nous a expliqué que le fait d'avoir entrepris la démarche de certification et de continuer à suivre le référentiel est pour lui un argument de vente auprès de ses clients (en particulier GMS). Cependant, ceux-ci ne sont pas intéressés par la garantie officielle et les contrôles de l'organisme certificateur étant un coût supplémentaire, ils ne sont pas réalisés.

Des détenteurs produisent suivant le référentiel de la CCP, font contrôler leur produits par l'organisme certificateur, mais ne commercialisent pas sous leur CCP

Il s'agit du cas noté **2** dans la figure 1 (3 cas sur 27).

Entretien n° 6

Sont dans ce cas les détenteurs vendant à des GMS qui ont elles-mêmes une CCP ou un cahier des charges interne imposé à leurs fournisseurs. Le détenteur vend alors sous la CCP ou le cahier des charges de la GMS puisque ce référentiel a des caractéristiques très proches du leur. Même si elle ne semble pas directement utilisée, il existe des avantages à avoir une CCP propre. Elle peut permettre de faire des économies de contrôle, par exemple. Si le détenteur vend à plusieurs distributeurs avec chacun leur cahier des charges, il peut éviter de répéter un même contrôle. Un détenteur fait valider une équivalence entre sa CCP et celle de la GMS ; ainsi il n'y a que des démarches documentaires à faire et aucun contrôle supplémentaire.

Dans deux entretiens, le détenteur a le droit de vendre son produit sous CCP, mais ne le fait pas car il souhaite le valoriser financièrement et refuse donc de vendre sous CCP à un client qui n'est pas prêt à le lui acheter plus cher qu'un produit standard. Cette situation ne semble pas durable puisqu'à long terme la CCP coûte et ne rapporte pas. Ce détenteur envisage actuellement une diminution de ses volumes pour la prochaine saison et abandonnera peut-être la CCP à terme.

Entretien n°3

Enfin, nous avons des exemples où le détenteur ne trouve pas suffisamment de clients pour vendre toute sa production sous CCP. Il est obligé, au moins pour des raisons techniques, de tout produire sous le référentiel, même s'il n'a pas de débouché pour 100% de ce type de production.

2.1.5. Des coûts de négociation et d'élaboration élevés : un facteur d'explication ?

Nous avons cherché à expliquer l'écart entre le nombre de demandeurs total de CCP et le nombre de CCP validées, ainsi qu'entre le nombre de CCP validées et le nombre utilisé pour la commercialisation.

10 détenteurs sur 27 pensent que la CCP est coûteuse : cette démarche est « extrêmement coûteuse ». Ce facteur peut donc peut-être expliquer que certains ne vont pas jusqu'au bout de leur démarche. Nous avons ici relevé des coûts cités par les personnes interrogées, à qui il était demandé quel bilan ils font de la CCP.

Les coûts d'élaboration avant la demande et de négociation pendant la procédure

Il existe un premier type de coûts qui interviennent avant la demande de CCP et des coûts de négociation entre le demandeur et la CNLC qui pourraient expliquer l'écart entre le nombre de demandeurs total de CCP et le nombre de CCP validées. Voici ceux qui ont été avancés lors de entretiens :

- **La définition du cahier des charges est difficile** ; elle demande beaucoup de travail, en particulier de négociation entre acteurs du système. Un détenteur le décrit comme un travail « non productif ».
- **Les négociations avec la DGCCRF, la DPEI, la CNLC** apparaissent pour certains opérateurs difficiles : des concessions sont à faire en ce qui concerne les caractéristiques communicantes, en particulier dans le secteur du végétal, les caractéristiques communicantes sur des pratiques de type « agriculture raisonnée » sont refusées.
- **Les exigences de la section examen des référentiels** peuvent être jugées trop contraignantes en particulier techniquement par le demandeur.
- **Le temps de la procédure est « très long »** : ceci rend le système « pas assez réactif par rapport au marché ». Il peut par exemple y avoir arrêt de la démarche de la part de l'opérateur du fait que le client qui a demandé le produit sous CCP ne soit plus intéressé.
- **La validation des étiquettes est longue**, alors qu'un détenteur pense que ce délai pourrait être écourté si c'était l'organisme certificateur qui se chargeait de ce point.
- Un détenteur a rapporté que « Parfois, on perd le moral en tant que producteur ! ».

Les coûts d'élaboration de la CCP après la validation

Une fois la CCP validée, il y a encore des coûts d'élaboration et de mise en place du système qui sont les suivants :

- Elle demande « **beaucoup de temps et d'énergie** », rapporte un détenteur.

- La démarche est « **coûteuse comparée aux gains** » produits. Ce point est variable en fonction de la stratégie des opérateurs.
- Des **contraintes de production** du cahier des charges (par exemple un pourcentage minimum en céréales dans l'alimentation) sont coûteuses.
- Les **contrôles tierce, obligatoires, sont coûteux**. Un détenteur pense qu'il serait possible de faire des économies d'échelle s'il arrivait à développer les volumes vendus sous CCP.
- Les **contrôles sont aussi très contraignants**, mais indispensables puisque ce sont eux qui donnent de la crédibilité. Cependant, des clients (par exemple un boucher) n'apprécient pas tous ces contrôles et préfèrent donc acheter des produits non certifiés.
- Un détenteur qui regroupe l'ensemble des acteurs d'une filière, avec des « petits » opérateurs (éleveur, transformateur) comme de très « grands » (industrie agro-alimentaire nationale) pense que le **système est trop contraignant pour les petits producteurs**, qui ne peuvent pas répondre à tous les critères du référentiel, « alors que la qualité de leur produit est la même ». Le système devrait être plus adapté au type d'opérateur (ce cas est développé dans le paragraphe 2.3.3.).
- La **démarche est très « impliquante »** : le groupement qualité est « noté » par l'organisme certificateur, c'est-à-dire que ses écarts au référentiel sont répertoriés et donnent lieu à un système de notation. Ceci n'existe pas pour les autres signes de qualité, aux dires de la personne interrogée.
- Des avenants sont parfois déposés par le détenteur d'une CCP, par exemple pour modifier un point du cahier des charges. Deux personnes interrogées estiment que la **procédure est très longue**. D'autre part, il ne **semble pas être possible de réviser le référentiel à la baisse**, du fait de la politique de la CNLC (ce cas est traité par la suite dans le paragraphe 2.2.3.). Dans ces cas, il n'est pas possible de s'adapter au marché, en particulier à la concurrence.
- La **promotion** réalisée par les détenteurs leur paraît **donner peu de résultats**.

Lorsque les coûts sont trop élevés

Entretien n° 4

Le détenteur envisage « d'arrêter la CCP » car les coûts sont importants et il n'y a pas de gain du fait de la CCP. Cette société vend moins de 1 % de sa production sous CCP (ceci représente un client qui est de l'IAA).

➤ *Les coûts de la CCP peuvent être un facteur explicatif des écarts constatés entre le nombre de dossiers déposés, validés et utilisés (pour la production ou la commercialisation). Ces écarts peuvent peut-être aussi être la conséquence d'un désajustement entre la manière dont a été pensé la CCP par ses promoteurs et celle dont elle a été comprise par les opérateurs.*

2.2. La manière dont les opérateurs comprennent la CCP

On constate que la compréhension de la CCP par les opérateurs n'est pas toujours celle des instances publiques. Nous avons relevé ici des points tels qu'ils ont été soulevés par un ou plusieurs détenteurs, à l'occasion de questions ouvertes ou du bilan global. L'ensemble des propos est donc spontané.

2.2.1. Un signe qui représente un niveau de qualité dans la hiérarchie des signes de qualités

La CCP, un outil de segmentation du marché

Dans des **secteurs peu segmentés** du point de vue de la qualité, des opérateurs ont pensé à la CCP comme à un outil de segmentation.

Dans des **secteurs déjà segmentés**, ils l'ont envisagée comme un signe pour un « produit intermédiaire », « entre les produits standards et les produits sous Label rouge ».

Entretien n° 15

Prenons l'exemple d'un détenteur de CCP du **secteur de la volaille**.

La CCP a pu remplir ce rôle de produit intermédiaire, mais de nombreux opérateurs ont vite communiqué sur les mêmes points (pourcentage de céréales dans l'alimentation, etc.) et la CCP ne permettait plus de différencier son produit. Aujourd'hui, le marché est « arrivé à maturité ».

Par ailleurs, une personne interrogée pense que la CCP n'a pu remplir ce rôle car elle a été mal positionnée d'un point de vue « hiérarchique » : il est arrivé qu'elle soit aussi chère que celui sous Label, du fait d'une mauvaise politique des prix des opérateurs.

Parmi les CCP, des niveaux de qualité disparates

Des détenteurs de secteurs segmentés (volaille) ou moins (fruits) font la différence entre le niveau de qualité de leur CCP et celui d'autres détenteurs dont le référentiel est jugé « au raz des pâquerettes ».

2.2.2. Un signe qui doit servir à communiquer

Une constatation présentée comme point faible de la CCP par 5 détenteurs est le manque de notoriété de celle-ci. Les problèmes soulevés sont les suivants :

Une communication envisagée comme pour les autres signes officiels de qualité

Les détenteurs envisagent de communiquer sur la CCP auprès du consommateur final directement, comme il est fait avec les autres signes officiels de qualité, en particulier le Label rouge.

Une communication du détenteur du logo « trop faible »

Les détenteurs reprochent au propriétaire du logo de ne pas l'avoir assez fait connaître. Il est ensuite difficile pour eux de communiquer : c'est comme de « semer sur un sol non préparé » (secteur de la volaille). Il est aussi reproché aux pouvoirs publics de ne pas avoir fait assez de communication sur ce signe de qualité ; un détenteur pense que la communication est beaucoup plus importante pour le Label rouge par exemple.

Un logo regroupant trop de choses différentes

- Une connotation viande trop prononcée

Un détenteur du secteur des fruits et légumes pense que le logo est trop « connoté viande ». La seule communication un peu plus forte, réalisée autour de la CCP, a concerné des produits carnés.

- Pas de distinction assez forte entre IGP ou CCP seule

Un détenteur de CCP, associée à une IGP, pense qu'il n'a pas les moyens de mettre en avant la différence de qualité de son produit par rapport à celle d'autres CCP « plus basiques ». Le logo est le même pour toutes les CCP, même celles avec IGP. La personne interrogée pense qu'il faudrait « une phrase descriptive » pour différencier les différents logos.

- Le logo unique n'est pas la solution parfaite

Le fait d'avoir remplacé les deux logos en un unique logo est une solution qui pose encore un problème d'après un détenteur : cela fait un nouveau signe et ce qui est « perturbant pour le consommateur ».

2.2.3. La raison pour laquelle les GMS sont intéressées par la CCP

La CCP est un signe accompagné d'une garantie officielle. Deux détenteurs affirment que les GMS sont intéressées par ce signe car elles se sentent déresponsabilisées, en cas de problème sanitaire dans une filière par exemple, du fait de cette garantie.

2.2.4. Un signe qui a un autre sens lorsqu'il est associé à une IGP

Les détenteurs dont la CCP est associée à une IGP l'envisage différemment des autres.

La CCP seule n'a pas de sens pour les détenteurs d'IGP

Les détenteurs d'une IGP n'auraient pas demandé de CCP si ce n'était obligatoire pour l'IGP.

Lors de l'entretien, ils parlent de l'IGP et pas de la CCP.

La CCP associée à une IGP peut permettre de maintenir une activité locale

Un détenteur (secteur de la charcuterie avec des opérateurs dans l'élevage et la transformation) a affirmé qu'une IGP permet de maintenir, voire de développer une production locale.

Cependant, des détenteurs de CCP sans IGP ont aussi affirmé que leur CCP avait permis ceci.

➤ *Lors des 27 entretiens, nous avons constaté que parmi la population qui détient une CCP, une partie seulement produit sous le référentiel et dans celle-ci, seuls certains commercialisent sous la CCP (on peut expliquer cela par différents points abordés précédemment). Aussi, pour la suite, nous nous sommes focalisé sur la population des détenteurs qui produisent sous la CCP, en dégageant les utilisations majeures qu'ils en font.*

2.3. Utilisation effective de la CCP par les opérateurs

Dans un premier temps, nous avons décidé de dégager ce qui apparaissait comme des utilisations effectives, sans tenir compte des intentions stratégiques définies auparavant. Suite aux entretiens, nous avons pu mieux cerner comment les opérateurs comprennent le système et donc comment ils l'utilisent.

Ainsi, nous avons dégagé **deux utilisations effectives**. Une première dont l'objectif principal est la crédibilité de l'information donnée aux clients et/ou consommateurs et une seconde dont l'objectif est une différenciation par une « qualité supérieure » du produit fini ⁵⁸.

L'objectif n'est pas le seul point en commun des cas de ces deux groupes.

Notons que *ces deux catégories ne laissent en rien présager de la qualité finale du produit puisqu'elles prennent en compte les motivations de la demande et non la qualité objective du produit final.*

Dans un deuxième temps, nous avons mis en relation ces 2 utilisations effectives avec les 4 intentions stratégiques.

Enfin, nous avons observé quelles étaient les fonctions remplies par la CCP dans le marché.

➤ *Il faut garder à l'esprit que l'étude de cas a été réalisée sur 27 CCP validées et que cette population d'étude n'est pas représentative de la totalité de dossiers validés (293 au total).*

2.3.1. Utilisations effectives de la CCP

Utilisation effective 1 : Objectif de crédibilité de l'information

Nous avons dans cette catégorie 14 cas sur les 27 étudiés.

La demande a été faite dans un contexte global où certaines filières agro-alimentaires traversaient des **crises alimentaires** et où les consommateurs montraient plus d'incertitude sur la qualité des produits.

Lorsque le demandeur est d'un secteur directement touché par une crise alimentaire (par exemple, secteur bovin, touché par deux crises de l'ESB, ou le veau du fait de la crise du veau

⁵⁸ Même si la dénomination « qualité supérieure » renvoie aux labels, les opérateurs utilisent cette formule lorsqu'ils parlent de la CCP.

aux hormones), il a s'agit de rassurer le consommateur. Lorsqu'il est d'un autre secteur, il a voulu s'assurer la confiance du consommateur en prévision d'une éventuelle alerte dans son secteur (secteur porcin par exemple).

Dans ces deux cas, la CCP a été envisagée par le détenteur comme un moyen de **renforcer la crédibilité de l'information donnée aux consommateurs**.

- **Les points communs de l'utilisation effective 1**

En terme de communication et de commercialisation :

- Ils ont comme caractéristiques communicantes plusieurs de ces critères :

- traçabilité (8 sur 14)
- alimentation des animaux (8 sur 14)
- génétique (5 sur 14)

- 10 sur 14 vendent à la grande distribution (GMS) plus de 80% de leur production.

Parfois, c'est même une GMS cliente qui a demandé un produit sous CCP et c'est cette demande qui a déclenché le projet de CCP.

- Peu d'efforts de communication: souvent l'unique communication est l'étiquetage.
- 6 sur 14 ne commercialisent pas de produits sous la CCP.

En terme de démarche qualité

9 sur 14 détiennent un autre signe de qualité officiel, Label rouge, autre CCP ou produit AB.

Les secteurs concernés

Les secteurs largement prédominants sont ceux de la viande et de l'industrie de la viande, mais il y a ponctuellement des cas d'autres secteurs comme par exemple de celui des fruits et légumes (CCP motivée par une demande de la GMS et non utilisée ; cf. entretien 10).

- **Les différences dans l'utilisation**

Dans cet ensemble, nous avons pu distinguer des différences dues entre autre au fait qu'il existait ou non déjà une démarche qualité chez le détenteur, au moment de la demande.

- Formaliser une démarche qualité existante

Des groupements de producteurs ou des sociétés avaient avant leur demande de CCP mis en place un système qualité avec par exemple des « chartes de qualité » ou des signes officiels comme le Label rouge.

La CCP a alors permis de formaliser et d'associer une garantie officielle à une démarche existante avec cahier des charges et plan de contrôle interne. Souvent les détenteurs de CCP

ayant eu cette démarche vendent une grande partie de leur production en GMS (plus de 80%) et souvent sous marque de distributeur (MDD). Il arrive d'ailleurs que ce soit la GMS qui ait demandé la CCP, car d'après les détenteurs, elle cherche à se protéger au maximum face aux risques sanitaires. La vente à des GMS a une autre conséquence pour ce groupe : ils ne vendent pas toujours sous leur CCP des produits qui pourtant répondent à leur cahier des charges ; nous avons traité ce cas précédemment.

- Elargir la gamme des produits sous signe de qualité

Le détenteur avait déjà un ou plusieurs Labels rouge ou CCP sur d'autres produits lors de la demande de CCP. La nouvelle CCP a eu pour but d'étendre la gamme des produits sous signe officiel de qualité. On retrouve ce cas de figure dans des secteurs déjà segmentés du point de vue de la qualité, en particulier dans celui des volailles.

- Débuter une démarche qualité

D'autres groupements, existants ou créés dans ce but, ont demandé une CCP afin de lancer une démarche qualité dans la filière et d'apporter ainsi les garanties souhaitées par le client et/ou le consommateur final. La CCP semble alors être une possibilité de débouché, en particulier en GMS, voire une condition nécessaire à l'accès à certaines GMS qui ont demandé explicitement des produits sous CCP. Elle peut permettre de lancer une démarche qualité et de « faire le ménage parmi les acteurs de la filière » ainsi que d'écouler une partie de la production.

• **Les effets de cette utilisation**

- Quelques débouchés supplémentaires, mais peu de valorisation

Les détenteurs de CCP ne cherchent pas nécessairement une valorisation financière du produit certifié; le but a été dans plusieurs cas de regagner ou de ne pas perdre des parts de marché. 7 d'entre eux affirment que la CCP a permis de **maintenir des parts de marché** et parfois d'en gagner.

Peu d'entre eux vendent leur produit sous CCP plus cher que le produit standard. Dans notre population d'étude, les seuls à avoir réussi à vendre plus cher leur produit sont dans le secteur de la volaille. 3 détenteurs de ce groupe affirment que la **commercialisation est « décevante »**. Cependant, deux détenteurs nous ont confié qu'elle aurait peut-être « été pire sans CCP ».

- Une meilleure image du produit

Des détenteurs ont souhaité par la CCP et sa démarche « **redorer le blason** » d'une filière ou d'un produit, suite à une crise sanitaire et pensent y être parvenu.

D'autres souhaitent mettre en place la démarche qualité pour par exemple avoir une reconnaissance officielle de qualité, pouvoir proposer une régularité en qualité de leurs produits.

Utilisation effective 2 : Objectif de différenciation par une « qualité supérieure »

Nous avons dans cette catégorie 13 cas sur les 27 étudiés.

La volonté est de se distinguer du produit non certifié en différenciant la qualité du produit sous CCP, en l'améliorant, face à une pression concurrentielle très forte. Le détenteur se différencie aussi bien d'un produit non certifié que d'un produit certifié au cahier des charges moins contraignant.

• Les points communs de l'utilisation effective 2

En terme de communication et de commercialisation :

Ils ont comme caractéristiques communicantes un ou plusieurs de ces critères :

- la qualité du produit fini :
 - qualités organoleptiques (exemple : taux de sucre pour les fruits)
 - qualités technologiques (exemple : qualité de panification pour une céréale)
 - qualité de présentation (exemple : présentation d'une carcasse)
- un mode de production particulier
- la traçabilité

Ils vendent souvent moins de 80% de leur production en GMS : la moitié des cas de la population d'étude vendent moins de 60% de la production en GMS.

D'importants efforts sont faits en terme de communication : presse, plaquettes, affiches, etc.

Les secteurs concernés

Tous les secteurs sont concernés à part celui des viandes (par contre celui de l'industrie des viandes l'est), en particulier celui des fruits et légumes et des produits transformés.

Les secteurs concernés sont peu segmentés du point de vue de la qualité à quelques exceptions près (le secteur du lapin peut être classé dans ce groupe alors que considéré comme segmenté ; dans les stratégies, le porc est considéré comme peu segmenté...).

Protection d'une origine géographique pour certains

La CCP est liée à une Indication Géographique Protégée (IGP) ou à une marque, parfois aux deux.

• Cas particulier : la CCP est associée à une IGP

Contrairement au groupe précédent, nous n'avons distingué qu'un ensemble particulier, celui où la CCP est associée à une IGP.

Nous l'avons déjà évoqué lors des définitions des intentions stratégiques. Les entretiens nous confirment bien que ce cas est à part. Voici des informations complémentaires ou des confirmations.

Quelques points sur leur communication

Les entretiens ont fait ressortir des cas où aucune marque n'était associée à la CCP/IGP. En effet, d'après le dépouillement fait en début d'étude (sur 293 dossiers), 43 % n'utilisent pas de marque, contre 18 % pour l'ensemble des CCP, IGP exclues. Il serait aussi intéressant de connaître combien vendent sous marques de distributeurs et en quelle proportion.

Ils communiquent sur la traçabilité dans 17% des cas, contre 61% si l'on considère toutes les CCP, IGP exclues.

Des structures souvent organisées en groupement

Neuf dixièmes des détenteurs d'IGP des groupements sont des producteurs avec d'autres opérateurs de la filière ou non. Ceci est dû au fait que cette demande doit être une démarche régionale donc plutôt collective. Ainsi, souvent il est dit que la démarche CCP/IGP a permis d'organiser le filière et de faire travailler ensemble des opérateurs qui ne le faisaient pas avant.

Un bilan meilleur pour ces CCP ?

Dans l'ensemble, le volume commercialisé sous CCP est plus important que pour les produits non associés à une IGP. Il y a presque toujours **valorisation financière** du produit et très peu de CCP ne sont pas utilisées (21% pour les CCP/IGP contre 53% pour les autres d'après les données du CEPRAL). Le bilan est donc d'après ces données meilleur pour ces CCP que pour les autres. Des détenteurs soulignent que la valorisation ou les nouvelles parts de marché obtenues l'ont été du fait de l'IGP et non de la CCP.

• **Les effets de cette utilisation**

Une valorisation inégale suivant le détenteur

Alors que la valorisation financière était un **objectif** pour bon nombre de détenteurs, il n'est pas atteint pour tous. 9 cas sur 13 disent valoriser financièrement leur CCP dans la population d'étude.

Suivant les détenteurs, le bilan est plus ou moins positif. Nous avons eu un cas où le débouché est quasi nul. Pour d'autres, la demande en produit CCP est suffisamment forte pour qu'une partie importante de leur production (plus de 60%) soit vendue sous CCP à un prix plus élevé que celui du produit standard similaire.

Deux détenteurs disent refuser de vendre le produit sous CCP sans le valoriser ; s'ils ne trouvent pas de clients pour ce produit plus cher que le produit non certifié, ils le déclassent (et éventuellement ne font pas les derniers contrôles nécessaires à la certification).

Conséquence positives en terme d'image

Les détenteurs de ce groupe voulaient mieux faire connaître leur produit et ont en général communiqué sur celui-ci et la CCP. L'objectif était de **protéger une image** liée à une localisation et/ou à une méthode traditionnelle de production ou de transformation du produit. Cet objectif a été plusieurs fois atteint, en particulier par l'obtention d'une **IGP**.

2.3.2. Correspondances avec les 4 intentions stratégiques

En comparant ces deux utilisations effectives aux quatre intentions stratégiques élaborées précédemment, il apparaît des **correspondances** entre celles-ci.

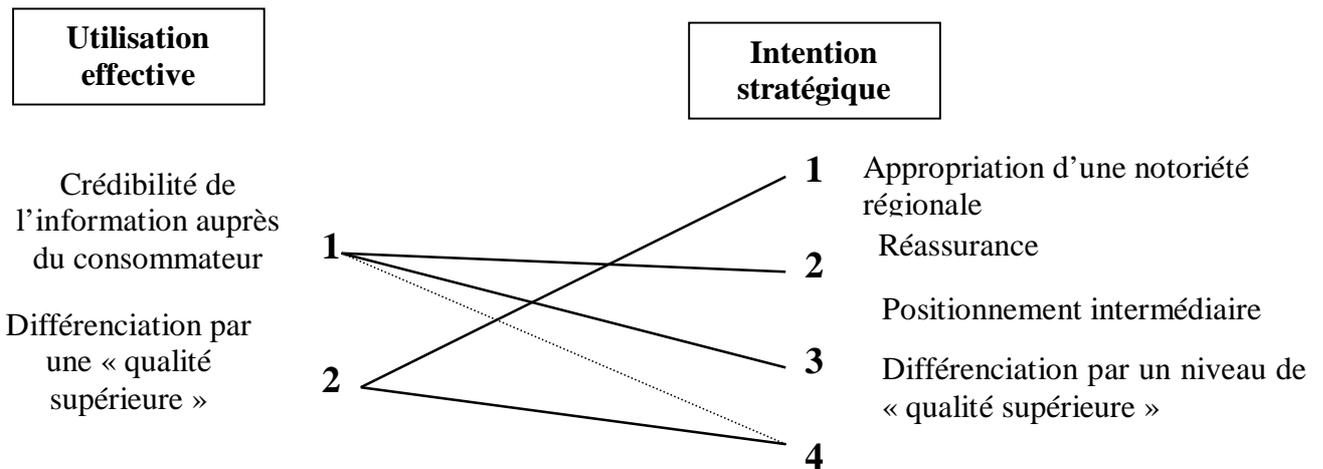
Lors des entretiens, il est apparu qu'il n'y avait pas que les détenteurs de l'intention stratégique 2 (réassurance) pour lesquels la crédibilité auprès du consommateur était l'objectif prioritaire de la CCP. Ainsi, il semble que l'utilisation effective de crédibilité de l'information regroupe presque l'ensemble des **intentions stratégiques 2** (réassurance) **et 3** (positionnement intermédiaire).

Par ailleurs, le groupe dont l'utilisation effective est la crédibilité de l'information peut être divisé, comme nous l'avons vu. Un premier groupe cherche à élargir sa gamme de produits sous signe de qualité. Il s'agit donc d'acteurs de filières déjà très segmentées du point de vue de la qualité. Ce sont donc essentiellement des cas issus de l'**intention stratégique 3** qui sont dans cette catégorie. Ensuite un deuxième groupe de détenteurs a cherché à formaliser une démarche existante. Ces cas peuvent venir de l'**intention stratégique 2 comme de la 3, voire plus rarement de la 4**. Enfin, les détenteurs ayant cherché à démarrer une démarche qualité sont souvent dans des secteurs où la segmentation est moins importante ou plus récente.

L'utilisation effective de différenciation par une « qualité supérieure » pour laquelle la CCP est associée à une IGP correspond clairement l'**intention stratégique 1** (appropriation d'une notoriété régionale). Nous avons essayé précédemment de plus la détailler.

La plupart des cas rangés dans l'**intention stratégique 4** (différenciation par un niveau de qualité supérieure) peuvent l'être aussi dans l'utilisation effective de différenciation. Cependant, nous avons vu un exemple de cas de l'intention stratégique 4 où la motivation de la demande qui a été déclarée était la confiance du consommateur ; d'ailleurs, c'est une GMS qui a demandé à son fournisseur d'avoir une CCP pour pouvoir entrer dans les linéaires. Ce cas remplit donc plus les caractéristiques du groupe crédibilité de l'information.

Figure 2 – Correspondances entre les deux utilisations effectives et les quatre intentions stratégiques



2.3.3. Conséquences de la CCP, transversales aux deux utilisations effectives

Certaines conséquences de la CCP ont pu être citées par des détenteurs des deux groupes précédents, ou par un seul détenteur, mais sans qu'il nous semble que ce soit propre à ce groupe. Elles ont été présentées comme positives ou négatives par la personne interrogée elle-même.

Les points positifs

Conséquences en terme d'organisation de la filière

Des groupements ont été formés dans le but de **mettre en place une démarche qualité** dans la filière (3 cas sur 27).

La CCP a permis à des opérateurs d'une même filière de commencer à « **travailler ensemble** ». Par exemple plusieurs groupements d'éleveurs d'une même région ont eu à se mettre d'accord sur un cahier des charges commun, à mettre en place un plan de contrôle et ont réfléchi sur une marque commerciale commune pour leur produit.

Conséquences en terme de niveau moyen de qualité de la filière

La CCP semble ainsi pouvoir remplir le rôle d'amorce de la démarche qualité d'une filière ou d'une société et peut même servir d'**outil d'apprentissage** et de vulgarisation de celle-ci. Par exemple, dans des filières où le niveau de qualité était très variable d'un producteur à l'autre, des groupements ont voulu « **niveler** » la qualité. Les acteurs dont la production ne répondait pas aux critères de qualité exigés ont dû se mettre au niveau d'exigence requis par le cahier des charges de la CCP et ceux qui n'ont pas été capables de le faire ont été exclus.

Entretien n° 17

Un détenteur d'un secteur qui avait subi une crise alimentaire a dit que les opérateurs engagés avaient pour souhait d'identifier les entreprises engagées dans la qualité et de les distinguer clairement des autres.

Entretiens n° 21, 17, 7

Des personnes interrogées (du secteur du lapin, du veau et des fruits) pensent que les productions sous CCP ont **tiré vers le haut la qualité pour l'ensemble des acteurs de la filière** : « il y a une meilleure qualité du produit », « la façon de travailler est meilleure ».

Les points négatifs

Valorisation et débouchés commerciaux « décevantes »

Pour presque tous les détenteurs interrogés, une meilleure valorisation et/ou les débouchés commerciaux étaient des objectifs explicites ou implicites de la CCP. Or un grand nombre, lorsqu'on leur demande de faire le bilan de la CCP, commence par déplorer le fait qu'il n'y ai « **pas de plus-value** » engendrée par la CCP et/ou que les débouchés commerciaux sont « **décevants** ».

De nombreuses contraintes

Il est reproché à la CCP d'être trop contraignante pour différentes raisons.

- Des contrôles trop nombreux

Pour une majorité de détenteurs, les contrôles sont très nombreux et cela pose des problèmes au niveau des éleveurs ou des clients. Par exemple, il existe des bouchers qui ne veulent plus acheter de produit sous CCP car ils trouvent les contrôles trop fréquents. Des opérateurs ne semblent pas enclin à suivre les cahiers des charges à la lettre, or celle-ci est la base d'une CCP. Pour les détenteurs de CCP qui la suivent, cela pose d'ailleurs un problème de concurrence : les concurrents qui ne vendent pas sous CCP ne respectent pas toutes les contraintes réglementaires et ils ont des coûts ou des contraintes bien inférieurs.

- Des difficultés pour modifier certains points des cahiers des charges

Deux personnes interrogées ont eu des soucis avec leur cahier des charges du fait d'une trop forte rigidité de celui-ci. Ils ont souhaité le modifier pour l'assouplir et ont déposé un avenant. A ce jour, pour ces cas, il n'a pas été validé.

Il ne semble pas possible d'enlever des contraintes des cahiers des charges, même si cette demande semble justifiée et argumentée aux dires du détenteur.

Entretien n° 3

Le premier cas concerne un produit végétal pour lequel le cahier des charges stipulait de ne pas utiliser des produits phytosanitaires lors du stockage. Depuis, des mesures ont été effectuées sur les produits et cette précaution ne se justifie plus aux yeux du détenteur qui a demandé à l'enlever de son référentiel.

Entretien n° 15

Le deuxième cas concerne un produit carné pour lequel le cahier des charges initial stipulait que soit utilisé une proportion minimale de céréales dans les rations alimentaires. Le détenteur pense que ceci est trop coûteux pour lui comparé aux gains qu'il tire de ce produit en concurrence avec des CCP moins exigeantes.

- L'obligation d'associer l'IGP a un SOQ n'est pas toujours souhaité

Une autre contrainte critiquée est le fait que **l'IGP doit être associée à un SOQ** en France. Les produits français de qualité vendus à l'étranger ont du coup le même signe que les produits étrangers n'ayant pas nécessairement cette qualité. Un autre détenteur affirme que cette association est inutile puisque si l'on veut protéger une origine et la valoriser, il faut bien que le produit soit de qualité avec ou sans signe officiel.

Les difficultés pour les petits producteurs

Entretien n° 24

Un détenteur qui regroupe l'ensemble d'une filière animale, des « petits opérateurs » (éleveurs, transformateurs) comme des très « grands » (industrie agro-alimentaire nationale), critique la vision des pouvoirs publics, qui envisagent la CCP uniquement dans une filière longue et organisée. Ceci pose un problème pour les petits producteurs. Il ne semble **pas possible de demander le même système** documentaire et les mêmes contrôles sanitaires à une filière par laquelle passe 5 000 bêtes par an et à un petit producteur, qui réalise de la vente directe. De plus, cela ne se justifie pas en terme de qualité : les risques sanitaires ne sont pas les mêmes par exemple. Il ne devrait donc pas leur être imposées les mêmes contraintes. Il faudrait que le système soit plus adapté au type d'opérateur.

Dans l'exemple de ce groupement, aujourd'hui, les **petits opérateurs sont écartés** de la CCP pour des raisons techniques peut-être pas justifiées. La personne interrogée déplore ceci car elle ne pense pas que se soit aux gros opérateurs d'être à eux seuls les défenseurs de la tradition et de l'image forte du produit en terme d'origine ; les petits producteurs ont largement leur rôle à jouer.

Les petits producteurs qui ont du mal à remplir toutes les exigences de la CCP peuvent très bien avoir par ailleurs un produit de très bonne qualité, même s'ils ne sont pas certifiés. Le risque existe cependant que ce produit soit considéré par la distribution comme un produit standard.

Conclusion

Les demandeurs de CCP utilisent inégalement la CCP : ainsi, certains d'entre eux ne produisent pas ou ne commercialisent pas sous CCP.

Pour plusieurs d'entre eux, la CCP est un signe de qualité hiérarchisé par rapport aux autres et en particulier par rapport au Label rouge. Pour d'autres, il doit être un moyen de communiquer. Il est aussi demandé en vue de l'obtention d'une IGP.

La manière dont les détenteurs comprennent et utilisent la CCP est donc très variable. Nous avons distingué deux groupes dont l'utilisation effective diffère : un pour lequel l'objectif principal est la crédibilité de l'information et un second pour lequel l'objectif principal est la différenciation par une qualité supérieure au produit standard.

Les entretiens ont aussi permis de mettre en valeur des conséquences de la CCP aux dires des détenteurs. Elle a ainsi été positive en terme d'élévation du niveau de qualité dans les filières, mais les débouchés et la valorisation sont présentées comme « décevantes », par un certain nombre, et le système comme contraignant.

Annexe 1 : Descriptif des 27 études de cas

Entretien 1

L'association réalise la vente d'agneaux sous CCP depuis seulement 2002. Les produits sous CCP ne permettent pas de réaliser une plus-value par rapport aux produits standards, ce qui soulève des débats au sein de l'association. Mais les membres cherchent à vendre aux GMS et les abattoirs, en contact avec ces dernières, laissent penser que la CCP est un minimum pour pouvoir entrer dans la GMS ou le sera bientôt.

Un frein à la mise en valeur des produits sous CCP a pu être que, du fait de la fièvre aphteuse, le prix de l'agneau français a été élevé et qu'une différenciation n'a pas pu être mise en valeur. Il faut aussi tenir compte du fait que la CCP est récente.

Un projet de l'association est d'associer la marque, déjà connue des consommateurs, d'un atelier de découpe qui n'a pas de signe de qualité. Cela reviendrait à associer le logo de la marque et le cahier des charges de la CCP.

Entretien 2

La CCP a été demandée pour se différencier et protéger la méthode de production artisanale de produits de la mer des membres du GIE qui a été créé pour cette demande.

Une petite quantité de la production est vendue sous CCP (moins de 1/15^{ème}). Des difficultés lors de la validation du cahier des charges ont été rencontrées et actuellement la CCP est vécue comme un échec commercial, malgré les efforts récents en matière de communication, puisque le problème majeur est l'absence d'image du produit et une carence en communication de l'interprofession. Par contre, d'un point de vue organisationnel, la CCP est une réussite : elle a permis d'arriver à une réelle politique de qualité à l'échelle locale. La logique mise en place dans la structure peut être appliquée à d'autres produits maintenant.

Entretien 3

Cette union de coopératives céréalières a demandé une CCP face au nombre grandissant et ingérable de cahiers des charges imposés par leurs clients.

La CCP est un échec commercial avec un volume vendu sous CCP très faible. Ainsi aujourd'hui la CCP est remise en question : les surfaces de blé sous CCP vont être fortement réduites, voire vont disparaître. La grande difficulté est de se faire connaître. Le groupement, dans ce but a associé à la CCP une marque. Mais, il est trop en amont de la filière pour réussir à se faire connaître par le consommateur final.

Cependant, il y a un point positif de la CCP qui n'était pas un objectif initial : le groupement a développé une démarche qualité à partir de celle de la CCP.

Entretien 4

La coopérative de producteurs de produits de la mer qui détient la CCP vend une très faible quantité de sa production sous CCP. Depuis la validation, sa part de marché n'a fait que régresser et dès le départ les tonnages étaient très faibles (tonnages toujours inférieurs à 1% de la production). Ils n'ont aujourd'hui qu'un client (IAA) qu'ils ne sont pas sûrs de garder. Les produits vendus aujourd'hui sont déclassés. Pour la campagne suivante, il va être discuté s'il

faut continuer à faire tous les contrôles, puisqu'il n'y a pas de débouchés pour les produits sous CCP.

La CCP/IGP est décrite comme un échec puisque la part de la production vendue sous CCP/IGP est insignifiante. Celui-ci s'explique par l'organisation des acteurs dans le système CCP et par le manque d'intérêt et de motivation de certains acteurs de la filière ; ce sont les premiers acheteurs qui ont le pouvoir de certifier ou non, or ils ne sont pas impliqués financièrement dans la CCP et manquent de motivation. Les producteurs ressentent beaucoup de contraintes pour pas de retour. Cet échec sera sans doute un frein à toute autre démarche qualité.

Entretien 5

La société dans le secteur de la volaille a des CCP depuis 1993. Avec ce signe, elle souhaitait gagner des parts de marché (en particulier dans les GMS). A l'époque du dépôt du dossier, la demande des GMS en produits certifiés était forte. Aujourd'hui, elle diminue. L'objectif en terme de volume commercialisé sous CCP n'est pas atteint. L'idéal serait de réussir à commercialiser sous CCP tout ce qui est produit sous CCP, mais ce n'est pas le cas.

Aujourd'hui, dans le secteur de la volaille, le marché est stabilisé. Tous les détenteurs de CCP communiquent sur presque les mêmes critères, puisqu'ils sont assez limités dans les critères qu'ils peuvent mettre sur l'étiquetage. La CCP ne semble plus pouvoir jouer un rôle fort de différenciation.

Par ailleurs, le produit sous CCP est de plus en plus acheté par les GMS pour le mettre sous leur marque de distributeur et dans ce cas la valorisation est moins bonne. On peut se demander si la CCP va encore être utilisée longtemps. Elle est de moins en moins réclamée par les GMS.

Entretien 6

Depuis 1993 des producteurs de gros bovins ont vendu leurs bêtes de race normande à Carrefour. En 1995, ils ont créé une association actuellement détentrice de la CCP et ont continué de vendre à Carrefour, dans la Filière Qualité, lorsque celle-ci a été créée.

Aujourd'hui, toute la viande est produite d'après le cahier des charges de la CCP, mais est vendue sous la CCP de Carrefour, dont le référentiel ressemble à celui de l'association. Aucun produit n'est commercialisé sous leur CCP. Elle semble avoir été une formalisation d'un système qualité qui existait déjà et qui fonctionnait bien.

Entretien 7

La société du secteur des fruits souhaite faire des produits de qualité supérieure et ont une politique de qualité développée. Ils possèdent un Label rouge (associé à une IGP), une CCP et le signe AB.

Aujourd'hui, ils ne commercialisent pas de fruits sous leur CCP, ils les vendent sous la Filière Qualité Carrefour. Par contre, ils ont fait accepter à Carrefour une équivalence entre leur cahier des charges et celui du distributeur, ce qui leur fait faire une économie des coûts de contrôle.

Entretien 8

En 1994, cinq groupements de producteurs se sont réunis et ont monté une CCP pour leur viande bovine. Cependant, aucun produit n'a jamais été vendu sous leur CCP. Les agriculteurs de ces groupements suivent 3-4 cahiers des charges (Label rouge, CCP), puis l'abattoir vend leurs bêtes sous l'un de ces cahiers. Par exemple, une partie des bêtes est vendue sous la CCP de Carrefour. Cependant, Carrefour connaît leur CCP et a sans doute de ce fait plus confiance.

Deux groupements ont quitté l'association car il n'y avait pas de débouchés commerciales. Si certains restent, c'est peut-être parce que dans le cahier des charges de la CCP du groupement, il y a un produit en plus que dans celui de Carrefour (génisse ?). Si un jour ce produit est demandé, la CCP pourra peut-être servir.

Aujourd'hui la situation ne semble pas prête à changer. Il faudrait reprendre la réflexion sur une marque à associer à l'IGP.

Entretien 9

La société n'utilise pas sa CCP. Lorsque celle-ci était en cours de validation, un concurrent a sorti un produit sous label rouge et la société a donc fait de même en utilisant un cahier des charges de label déjà existant. Alors qu'ils pensaient mettre en place une CCP, puis éventuellement plus tard un label, ils ont mis en place le label en premier. Pour eux, la procédure a été trop longue (deux ans), surtout par rapport à la réactivité de l'industriel (il a fallu attendre à nouveau un an pour une modification du cahier des charges).

Entretien 10

Pour cette entreprise du secteur des fruits et légumes, la démarche CCP a été déclenchée pour prendre un contrat d'une GMS qui réclamait un produit certifié.

Aucun produit n'a été vendu sous CCP puisque la société n'a pas obtenu le contrat avec la GMS. Par contre, la production se fait en quelque sorte sous CCP puisque le référentiel correspond à l'ensemble des règles de qualité que s'est fixée l'entreprise. Le contrôle est réalisé uniquement en interne. La démarche de progrès dans la qualité existant dans l'entreprise, la CCP n'a rien apporté de nouveau. Par contre elle a été très coûteuse.

Cependant, la CCP va sans doute être réactivée à la demande d'un autre distributeur. Pour cela un avenant va être déposé car depuis la demande, les techniques ont beaucoup évolué. Mais aucune CCP n'est envisagée pour la marque de l'entreprise ; le contrôle en interne leur suffit.

Entretien 11

Les motivations initiales de ce groupement d'éleveurs bovins étaient la valorisation de leur produit et la formalisation de la « charte de qualité » qu'ils suivaient déjà.

Pour ce détenteur, le signe de qualité est une valeur sûre en période de crise, lorsque la confiance du consommateur baisse. La valorisation est alors bonne, mais en dehors des crises, les volumes commercialisés sous la CCP sont faibles et elle n'est plus un avantage. D'autre part, les clients ne sont pas toujours enclins à respecter le cahier des charges, ce qui désavantage un produit certifié par rapport à un produit standard.

D'autres CCP ont été demandées pour l'agneau et le veau de boucherie pour compléter la gamme existante. Une marque intermédiaire entre le standard et la CCP est en réflexion ; elle ne serait pas associée à un signe de qualité.

Entretien 12

Cette société qui vend des œufs avait comme motivation de rassurer le consommateur, qui cherche « un retour aux sources » avec un produit connoté dans ce sens (communication sur le « plein air »). Par ailleurs, la CCP a aussi été demandée par des clients.

La CCP n'a plus été utilisée à partir de août 2000 : elle était trop coûteuse pour aucune valorisation. « Le cahier des charges était trop contraignant » (entre autre par rapport aux fournisseurs d'aliments chez qui il fallait faire un certain nombre de contrôles) et « demandait énormément de contrôles ».

Aujourd'hui, il existe un cahier des charges pour des produits pour lesquels est communiqué l'aspect « plein air », qui est moins contraignant et qui remplace les ventes sous CCP. Cependant, la reprise de la CCP est envisagée. Pour cela, il a une réflexion sur l'allègement du cahier des charges et une enquête pour savoir si les élevages seraient compatibles avec celui-ci. Cependant, si l'ensemble de cette démarche devient trop compliquée, la CCP ne sera pas reprise. Le PDG qui l'envisage souhaite encore plus la demande d'un Label rouge. Dans ce cas présent, ce ne serait pas forcément plus difficile à obtenir, puisque le cahier des charges de la CCP était déjà strict. Avec le Label, il y aurait probablement une meilleur valorisation.

Entretien 13

Dans ce cas, un syndicat de producteurs du secteur des céréales a voulu protéger l'appellation mentionnant l'origine géographique qui était pour eux porteuse de la notion de qualité et une image forte. Aussi ils l'ont associé à une IGP. Souhaitant que ce soit le produit final qui soit certifié et non la production sortie du champ, ils ont fait entrer dans leur syndicat l'ensemble des acteurs de la filière (stockeurs, transformateurs, vendeurs).

Actuellement les débouchés sont faibles. De la communication a été faite, mais les résultats sont décevants. Aucun réflexe d'achat n'a encore été créé et des efforts vont encore porter sur la communication. Des données existent sur le marché et le consommateur puisque plusieurs études ont été réalisées à ce sujet.

Entretien 14

Un groupement qualité ayant pour membres une centaine d'entreprises agricoles et agro-alimentaires de différents secteurs (ici la CCP portait sur un produit du secteur des légumes) possède plusieurs signes de qualité sur des produits régionaux dont une CCP qui va être associée à une IGP (en cours d'instruction). L'objectif premier de la CCP était la demande d'IGP et une meilleure valorisation par le biais de la qualité.

Aujourd'hui, environ 60% de la production est vendue sous la CCP, mais sans plus-value par rapport à un produit standard. Cependant, on peut penser qu'elle a permis de garder des parts de marché. Un problème majeur est le manque de notoriété de la CCP auprès du consommateur.

De manière plus générale, par rapport au système français, il est préjudiciable que l'IGP ne puisse être accordée sans un signe de qualité. La concurrence avec les autres pays est déloyale et c'est la France qui s'est tendu un piège elle-même.

Dans l'association débute une réflexion sur une possibilité de mise en place d'un Label sur ce produit. Aujourd'hui, les exigences entre la CCP et le label sont voisines (la différence majeure réside dans les tests organoleptiques) alors que le label, mieux connu des consommateurs, est mieux valorisé.

Entretien 15

L'entreprise avicole voulait par la CCP répondre à un besoin de réassurance du consommateur et avait la volonté de segmenter le marché : la CCP aurait pu être un produit de milieu de gamme et ainsi la valorisation aurait été meilleure.

Le produit sous CCP n'a jamais pu s'imposer comme produit milieu de gamme. Il n'a pas été bien positionné dans la hiérarchie des produits : parfois aussi cher que le Label rouge, la politique de prix des opérateurs a apporté la confusion chez le consommateur. S'il avait été un produit segmentant, il continuerait à se développer aujourd'hui, ce qui n'est pas le cas. Un problème majeur est que l'accompagnement médiatique a été mauvais. Le signe est mal connu du consommateur.

D'autre part, la CCP a été banalisée par les GMS : les MDD dominant. Sachant qu'elles ont plusieurs fournisseurs, elles choisissent d'aligner leur produit sur le moins disant. Par rapport à la concurrence, la CCP de la société a des critères plus contraignants et ses coûts de production sont donc beaucoup trop chers.

Le bilan de la CCP serait « Avait beaucoup de potentiel. Aurait pu mieux faire. S'est laissée aller ». L'idée était intelligente, mais on ne s'est pas donné les moyens de l'imposer. L'administration n'aurait pas dû accepter des référentiels « basiques de chez basiques ».

Il faudrait « réviser à la baisse » le référentiel pour être concurrent avec les CCP moins contraignantes, cela n'étant pas facile à justifier auprès de la CNLC.

Entretien 16

Suite à une crise de surproduction dans le secteur, des coopératives de fruits se sont groupées pour faire la demande d'une CCP/IGP. Leur but était de se différencier et prendre des parts de marché avant que la concurrence ne soit trop forte. Aujourd'hui, une bonne partie de leur production est vendue sous CCP/IGP (l'autre partie sous label/IGP) et le groupement n'arrive pas à satisfaire toutes les demandes. La CCP a permis de prendre des parts de marché ce qui était l'objectif.

Le regret majeur est de ne pas avoir dès le début étendu la CCP aux fruits de l'industrie (dont les fruits congelés) qui doivent aujourd'hui porter la mention « à base de ». Un avenant a été déposé pour que la CCP/IGP puisse aussi être donnée à des fruits surgelés.

Il y a eu des investissements de faits dans un nouvel atelier de surgélation à hauteur de 1,4 millions d'euros.

Par rapport à l'administration leur avis est le suivant : il y a aujourd'hui encore trop de lenteurs. Par exemple, il faudrait que l'étiquetage soit accepté plus vite pour être

suffisamment réactif par rapport à l'industrie ; aujourd'hui il faut un an. L'organisme certificateur pourrait être l'organisme qui valide un nouvel étiquetage.

Entretien 17

En 1980 et 1984, la viande de veau a dû supporter 2 boycotts à cause du veau aux hormones. L'image du veau était encore mauvaise il y a 10-15 ans. Ceci a été le déclencheur de la demande de CCP. « La profession s'est prise en main » ; la démarche qualité était son « seul salut ». L'objectif était donc de rassurer le consommateur.

La CCP a aussi eu pour objectif de « faire le ménage » parmi les acteurs de la filière.

La CCP est un succès puisque le produit répond aux attentes du consommateur. Elle a permis de « redorer le blason du veau de boucherie ». Aujourd'hui son image est *très* positive.

L'inconvénient de la CCP est son coût et le fait qu'elle soit très contraignante d'un point de vue des contrôles. En même temps c'est ce qui « évite des dérives ».

L'évolution tend vers un développement de la CCP en terme de volume et de part de marché.

Entretien 18

Le groupement dont sont membres les producteurs de fruits a pour fonction la collecte, le stockage, le conditionnement et la commercialisation des fruits. La demande de CCP a été faite à une époque où la GMS commençait à multiplier les signes.

Elle a permis la mise en place d'un service qualité et l'organisation interne de la qualité dans ce groupement. Le point négatif est que la communication des pouvoirs publics sur ce signe est trop faible. Le nouveau logo n'est pas apprécié car il amène encore un peu plus de confusion chez le consommateur et il est trop connoté « viande ».

Par ailleurs, la règle selon laquelle un signe de qualité doit avoir une IGP pour communiquer sur son origine, alors qu'un produit standard n'a pas cette obligation, est dommageable. Le choix a été fait de supprimer sur les autocollants collés sur les fruits la communication sur la CCP plutôt que celle sur l'origine.

Une démarche pour l'obtention d'une AOC a été lancée il y a 10 ans. Il n'est donc pas envisagé de faire la demande d'une IGP.

Entretien 19

L'entreprise avicole souhaitait compléter sa gamme de produits sous signes officiels de qualité.

Le bilan de la CCP est positif puisqu'elle permet d'élargir la gamme des produits sous signe de qualité et de mieux répondre aux clients. De plus, la démarche est un argument de vente même pour les produits qui ne peuvent être vendus sous CCP pour des raisons techniques (le produit n'a plus le droit à son appellation, mais répond au cahier des charges).

Aucune nouvelle CCP n'est envisagée : les critères communiqués sont aujourd'hui suivis par les produits standards et la CCP n'est plus un moyen de différenciation dans le secteur volaille.

Entretien 20

L'association de ces 4 groupements d'éleveurs de porcs a été créée pour la demande de CCP. A l'époque, il n'y avait pour ce produit que du « standard ». Le groupement voulait valoriser la production régionale, apporter une garantie aux distributeurs et aux consommateurs et vendre à des industries qui ont besoin de matière première certifiée.

Aujourd'hui, environ 40% de la production est vendue sous CCP. L'obstacle majeur est la lenteur des procédures administratives : l'association attend depuis 3 ans la validation d'un avenant qui intégrerait la GMS au cahier des charges et permettrait de mettre une marque sur le porc en GMS (pour l'instant la traçabilité, qui est l'un des critères certifiés, n'est garantie que jusqu'à la livraison).

Le bilan est plutôt positif car la CCP permet sans doute d'écouler une partie de la production régionale.

Entretien 21

La coopérative du secteur du lapin voulait demander un Label rouge, mais ce n'est pas évident avec ce produit, car il n'y a pas de différence de goût évidente entre les animaux. De plus, le prix de revient d'un Label est bien plus élevé et il n'y aurait pas eu de marché pour un produit au prix nettement supérieur.

La CCP est un produit intermédiaire entre les produits standards ou CCP de base et les labels. Elle est un moyen de segmenter le marché.

Ses points positifs :

- Elle a permis de vendre à des grossistes intéressés par ces produits car ils voulaient se différencier de la GMS.
- Elle a créé une dynamique chez les producteurs : au sein de la coopérative, les producteurs dans la démarche tirent les autres par le haut.

Ses points négatifs :

- Le prix de revient est très important ; il faudrait développer les volumes pour diminuer le coût des contrôles.

La CCP, si elle se limite à une communication sur la traçabilité, n'est pas intéressante ; il y a d'autres moyens de la garantir.

La démarche ne serait peut-être pas refaite aujourd'hui aux vues de la valorisation limitée qu'elle représente. Il y aurait plutôt une orientation vers des animaux destinés à l'élaboration de produits transformés car les consommateurs plus jeunes qui préfèrent ces produits sont aujourd'hui visés.

Ils veulent s'ouvrir plus largement aux GMS en entrant dans les rayons « tradition ». Si ce débouché échoue, ils vont sans doute lancer une campagne de communication auprès des consommateurs.

Entretien 22

La SICA de fruits et légumes créée en 1980 souhaitait communiquer auprès du consommateur final sur la qualité de son produit, sachant qu'avec les normes ISO, etc, elle ne pouvait communiquer qu'à ses clients directs.

La procédure est longue et difficile. Si c'était à refaire, la personne en charge de définir le référentiel se ferait aider par une société dont c'est le métier.

Commercialement, il n'y a pas de problème pour vendre les produits sous CCP. Les volumes vont être augmentés, mais pas trop : ils suivent des quotas que s'impose la SICA pour « coller à la demande du marché ».

Entretien 23

Le syndicat professionnel, qui regroupe des producteurs, et des industriels du secteur du porc et de la charcuterie, souhaite valoriser au mieux sa production et le savoir faire régional. Une IGP a donc aussi été demandée. La CCP a été préférée à un Label rouge car cela permettait de toucher plus d'opérateurs avec des critères plus accessibles. Au départ, il avait été mené une démarche d'AOC qui n'a pas abouti.

Il n'y a que des points positifs à l'IGP. Elle a permis des investissements importants à l'échelle locale et des embauches : les opérateurs déjà dans la région se sont développés et d'autres sont venus de régions qui n'étaient pas dans la zone de l'IGP.

L'IGP est-elle adaptée à tout type de structure ? (question de l'interviewer)

Oui ; la réactivité des petits est peut-être juste un peu moindre, mais l'appui technique du syndicat aide suffisamment.

La filière est-elle mieux organisée ? (question de l'interviewer)

Oui, elle est beaucoup mieux organisée.

Entretien 24

L'association qui regroupe l'ensemble d'une filière du secteur volaille, des « petits opérateurs » (éleveurs, transformateurs) comme des très « grands » (industrie agro-alimentaire nationale) voulait défendre et favoriser l'origine du produit par une IGP.

Dans la CCP/IGP, c'est l'IGP qui intéresse les producteurs. C'est l'origine qui intéresse le consommateur. De toute façon, que l'IGP doive être associée ou non à un signe de qualité, elle doit forcément être apposée à des produits de qualité pour ne pas être sanctionnée par le consommateur. Le cahier des charges associé à une IGP doit comprendre des caractéristiques assurant une certaine qualité du produit, ici c'est celui de la CCP qui joue ce rôle.

Ce cahier des charges a permis d'améliorer la qualité du produit, d'instaurer une culture de la traçabilité et des normes dans la filière.

Par contre, la CCP semble plus facilement accessible aux gros opérateurs. Ceci est dû à la vision de la CNLC : ils envisagent la CCP dans une filière longue et organisée. Ceci pose un problème pour les petits producteurs. En effet, on ne peut pas demander le même système documentaire et les mêmes contrôles sanitaires à une filière par laquelle passe 5 000 bêtes par an et à un petit producteur qui réalise de la vente directe. Les deux acteurs n'ont pas les mêmes moyens et les mêmes contraintes ne se justifient pas dans les deux types d'élevage. Le système devrait être plus adapté au type d'opérateurs. Aujourd'hui, les petits opérateurs sont donc écartés de la CCP/IGP et c'est à déplorer : les gros opérateurs ne peuvent pas à eux seuls être les défenseurs de la tradition et de l'image forte du produit en terme d'origine.

Entretien 25

La société avicole a voulu une CCP du fait de la demande des abattoirs, eux-mêmes sollicités. Avec la conjoncture actuelle, la société n'a finalement pas utilisé la CCP : le coût en est beaucoup trop important et il est difficile de trouver un débouché pour le produit. Par ailleurs, le report de la viande rouge vers la blanche lors des crises de l'ESB a rendu « inutile » un signe comme la CCP : les animaux se vendaient sans problème de toute façon.

La société avait déjà un Label rouge, mais les contraintes réglementaires interdisent d'envoyer un poulet sous label rouge à plus de 100 km du lieu d'abattage et pour livrer plus loin que cette distance un produit sous signe de qualité, la CCP était une solution.

Le point positif de la CCP est d'avoir amélioré le mode de production : âge du produit, finition, etc puisque l'élevage se fait selon le cahier des charges, mais il n'y a pas de contrôle effectué par l'organisme certificateur.

C'est aussi une bonne chose que d'avoir cette CCP « en réserve » pour la faire repartir rapidement si des clients la demandent.

La société veut mettre en avant le Label : il est plus connu du consommateur et comme la plupart des clients sont locaux, il n'y a pas de problème pour vendre ce produit (ils sont à moins de 100 km réglementaires pour vendre le produit).

Cependant, il est tout à fait possible que la CCP soit utilisée d'ici quelques mois si ils arrivent à trouver des clients intéressés pour valoriser ce produit. Ceci est assez vraisemblable puisque le marché est en train de s'engorger.

Entretien 26

Suite à la crise de l'ESB en 1996, la société de restauration rapide a voulu «avoir une filière validée ».

Cependant, la CCP n'a jamais été utilisée. Depuis avril 1996, la société possède le signe VBF contrôlé par un organisme tiers et délivré par l'interprofession bovine. Tous les restaurants s'engagent à vendre de la viande sous le sigle VBF. La société a aussi le « contrat de transparence 100% pur muscle » depuis mars 2001.

Dans la demande de CCP datant de 1997, il est cité plusieurs fois la démarche de la société chez l'interprofession. Il semble par ailleurs que les cahiers des charges soient similaires, en particulier en ce qui concerne l'origine française des bêtes. Cependant, il n'a pas été possible de savoir pourquoi le sigle VBF a été préféré à la CCP (la personne qui aurait le renseignement est en long congé maladie). Peut-être comprenait-elle des points supplémentaires par rapport au signe VBF.

Entretien 27

Un distributeur qui avait déjà une filière qualité a poussé l'union de coopératives du secteur fruit et légumes à se lancer dans cette démarche. Ainsi l'union peut garantir à ce client et d'autres la qualité de ses produits.

Le distributeur ne pouvait pousser qu'une coopérative dans cette démarche et pas un négociant ; en effet, il est beaucoup plus sûr d'avoir des quantités suffisantes livrées (en particulier avec cette union, leader français).

Le distributeur souhaitait des produits connus de par leur origine géographique, l'IGP était donc nécessaire.

Une demande d'IGP a été déposée par le syndicat de défense du produit. L'union a dû attendre l'homologation de celle-ci pour avoir sa CCP. Ceci a été long, puisqu'il y a eu des oppositions à l'IGP. La démarche est de manière générale complexe. La rédaction du cahier des charges a été un travail très lourd. Il a aussi fallu sensibiliser tous les producteurs et les contrôles sont très stricts et lourds (mais nécessaires).

Elle est mise en avant commercialement, mais la valorisation n'est pas du tout systématique. Tous les clients ne sont pas prêts à payer les coûts de la certification.

Cependant, il est intéressant d'avoir cette CCP, même si la valorisation n'est pas forte, car elle permet de garder des parts de marché.

Annexe 2. Questionnaire destiné aux détenteurs de CCP

Institut National de la Recherche Agronomique
Système Agraire et Développement –Agricultures, Produits, Territoires
16 rue Claude Bernard – Paris 5

**Etude « Etat des lieux quantitatif et qualitatif de la
Certification de Conformité de Produit »**

Mai – Juin 200

Questionnaire confidentiel :
**« Enquête auprès d'un échantillon de détenteurs de
Certification de Conformité de Produit »**

L'objectif de ce questionnaire est de saisir l'évolution de la CCP depuis la date de la demande d'homologation.
Il est adressé à un échantillon de détenteurs de CCP sélectionnés parmi la totalité des CCP homologuées depuis sa création (1990-2003).

Personne qualifiée pour répondre au questionnaire :

Nom :

Fonction :

Adresse :

.....

Tél : Email :

I- Données générales

1. Sur la CCP

N°CCP :

Nom de la CCP :

Date de la demande de la CCP :

Date de l'homologation de la CCP :

La CCP bénéficie-t-elle d'une protection communautaire (IGP, AS) ?

oui

non

Si oui, laquelle ?

Description du produit sous CCP :

.....

Quelles sont les caractéristiques certifiées ?

1-

2-

3-

4-

Nom de l'organisme certificateur :

.....

Que cherche à garantir la CCP ?

- | | |
|---|----------------------------------|
| une provenance géographique | une qualité diététique |
| une qualité organoleptique précise | la protection de l'environnement |
| une technique de transformation | une sécurité alimentaire |
| une méthode de production agricole
indépendant | un contrôle par un tiers |
| une facilité d'utilisation pour le consommateur | autre (<i>préciser</i>) |

Commentaires :

.....

.....

2. Sur le détenteur de la CCP

Nom du demandeur de la CPP et coordonnées :

.....

.....

Statut juridique :

- | | |
|------------------------|---------------------------------|
| Association loi 1901 | Coopérative agricole |
| SARL | Société Anonyme |
| Syndicat professionnel | Groupement d'intérêt économique |
| SICA | Entreprise individuelle |
| Autres, précisez : | |

S'il s'agit d'un groupement, d'un syndicat ou d'une association :

Quelle est la date de création ?.....

Quels en sont les autres membres ? (*quantifier si possible*)

- | | |
|----------------------------|--------------------------------------|
| agriculteurs : | association de consommateurs : |
| transformateurs : | association de producteurs : |
| distributeurs : | Etat |
| autres (<i>préciser</i>) | |

Commentaires :.....
.....
.....

Quelles sont les fonctions du détenteur de la CCP ?

- Définition et modification du cahier des charges
- Soutien technique aux opérateurs
- Contrôle interne sur le produit ou chez les opérateurs
- Organisation de la production (répartition des quantités, fixation des quantités...)
- Négociation ou échange d'informations sur les prix
- Fixation de primes à la qualité ou élaboration de système de sanctions
- Arbitrage des litiges
- Promotion et/ou défense du signe

Commentaires :.....
.....
.....

Le détenteur a-t-il d'autres signes de qualité sur le même type de produit ?

oui non

Si oui, lesquels
.....

Le détenteur a-t-il d'autres signes de qualité sur d'autres produits ?

oui non

Si oui, lesquels
.....

Commentaires :.....
.....
.....

II- Données économiques sur la production : évolution depuis la demande de CCP

Quel est le volume de la production du produit sous CCP depuis la date de demande d'homologation ?

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002

Quels sont les moments clés de cette évolution ?.....
.....
.....

Quel est le chiffre d'affaire du produit sous CCP depuis la date de demande d'homologation ?

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002

Quels sont les moments clés de cette évolution ?.....
.....
.....

Quelle est, en moyenne, la différence de prix entre le prix de vente du produit sous CCP et des produits concurrents « sous label rouge » (en pourcentage) ?

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002

Quels sont les moments clés de cette évolution ?.....
.....
.....

Quelle est, en moyenne, la différence de prix entre le prix de vente du produit sous CCP et des produits concurrents « standards » (en pourcentage) ?

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002

Quels sont les moments clés de cette évolution ?.....

.....

Quelle est l'évolution de la part de marché du produit sous CCP depuis sa demande d'homologation ?

.....

Quelle est l'évolution de la part de marché du produit du produit leader ?

.....

Commentaires :.....

.....

III- Données économiques sur la commercialisation

Quel est le pourcentage des ventes 2002 réalisé dans les zones géographiques ci-après ?

Dans la région :..... Hors de la région : France : UE :

Commentaires :.....

.....

Quel est le pourcentage des ventes 2002 réalisé par type de point de vente ?

Grande distribution	Commerce traditionnel
Restauration	Restauration collective
Vente directe	Autre (<i>préciser</i>)

Commentaires :

.....

.....

La CCP a-t-elle permis d'atteindre :

de nouveaux débouchés	de nouveaux clients
de nouveaux contrats	

Commentaires :

.....

.....

Avez-vous fait réaliser des études pour :

- Définir votre produit
- Cibler et caractériser votre clientèle
- Définir votre mode de communication
- Evaluer la perception de la CCP par les consommateurs

A qui avez-vous confié la réalisation de ces études ?

.....

A quelle(s) date(s) ?

.....

Commentaires :

.....

.....

Le produit sous CCP a t-il fait, ou fait-il, l'objet d'opérations de promotion ou de communication ?

Oui Non

Si oui,

- **Lesquelles ?** (*préciser l'année ou la période*)

- **Qui en prend l'initiative ?**

- **Quel est le budget promotionnel ?**

- Depuis la demande d'homologation, le budget promotionnel a-t-il :

augmenté

diminué

resté stable

- Dans quelle proportion ?

- Qui finance la promotion et la communication ?

- Pour la promotion du produit sous CCP, participez-vous directement aux animations dans les GMS, marchés locaux, foires, salons, etc. ?.....

.....

Commentaires :.....

.....

.....

.....

IV- Acteurs et organisations dans le système CCP

Acteurs impliqués dans l'utilisation de la CCP (préciser le nombre) :

Producteurs :

Transformateurs :

Distributeurs :

Autres (*préciser*) :

.....

Description du système : nature des relations contractuelles entre les acteurs

(préciser les relations bilatérales)

.....

.....

.....

.....

.....

Transformation du système depuis sa création

(préciser les acteurs entrants ou sortants, les nouveaux contrats, etc.)

.....

.....

.....

.....

Des désaccords entre les parties sont-ils déjà apparus ?

Oui

Non

Si oui,

- Quels étaient les principaux sujets de désaccords ?

.....

- Quand ont-il eu lieu ?

.....

- Ont-il été réglés ?

Oui

Non

Si oui, de quelle(s) façon(s) ?.....

Si non, quelle est la situation actuelle ?

.....

Commentaires :.....

.....

.....

.....

V- Evénements dans le secteur

Depuis la demande d'homologation de la CCP, quels ont été les événements importants dans le secteur au niveau national ? (préciser les dates clés)

.....

.....

.....

.....

Quelles ont été les conséquences sur l'évolution de la CCP ?

.....

.....

.....

.....

Depuis la demande d'homologation de la CCP, quels ont été les événements importants dans le secteur au niveau régional ? (préciser les dates clés)

.....

.....

.....

.....

Quelles ont été les conséquences sur l'évolution de la CCP ?

.....
.....
.....
.....

VI- Bilan

L'objectif de cette partie est de dresser un bilan de l'évolution de la CCP depuis sa mise en place en dégagant les obstacles rencontrés, les facteurs de succès, les ajustements apportés ainsi que les perspectives envisagées.

Les limites de l'étude

Afin de réaliser l'étude, le MAAPAR a mis à notre disposition la totalité des dossiers de CCP validées. Cette source d'informations représentait un matériau très riche et jusque-là inexploité. Il présentait cependant certaines limites.

L'absence de données économiques dans les dossiers n'a pas permis de traiter l'évolution de l'utilisation de la CCP en fonction des volumes produits ou des chiffres d'affaires. Le raisonnement a donc été mené en termes de nombre de dossiers. Ce choix a permis de quantifier les démarches des opérateurs, en fonction des années et des secteurs de production mais n'a pas permis d'évaluer la part de la production sous CCP dans les volumes totaux par filière.

Cette difficulté aurait pu être dépassée par l'analyse des données du Scees de l'enquête sur les signes officiels de qualité et d'origine. Cependant, les statisticiens du Scees ont considéré que les données économiques déclarées lors des enquêtes n'étaient pas suffisamment fiables pour être interprétées (liée à l'insuffisance du nombre de réponse notamment).

Nous avons utilisé les données publiées par le Cepral mais certaines informations étaient divergentes avec les données recueillies lors des entretiens que nous avons effectués. Nous les avons donc utilisées comme des « indicateurs ».

Les données sont relatives au moment de la demande de CCP. Ceci ne nous a pas permis d'obtenir des données sur l'évolution éventuelle de l'organisation du demandeur ou si des réorientations avaient été nécessaires depuis la demande. Pour pallier ce manque, les études de cas (analyse qualitative) étaient axées sur cette dimension.

L'analyse a porté sur les dossiers validés (293). La population étudiée est constituée des 293 dossiers validés et archivés au MAAPAR (BSQAB). Ces dossiers couvrent la période 1990 – 2001 et concernent différents secteurs de production. Cependant, il existe près de 450 demandes de CCP sur cette même période. Un certain nombre de demandes sont en cours de procédure, d'autres ont été rejetées par la SER ou abandonnées par les demandeurs ; l'analyse de ces dossiers et notamment des motifs d'arrêts en cours de procédure aurait été instructive.

Bibliographie

Allaire G., Boyer R., 1995. La grande transformation de l'agriculture, Editions INRA, 444 pages.

Allhoff M., 2002. La contribution des démarches qualité au développement agricole du canton de Baraqueville (Aveyron), DESS Développement agricole, Université de Paris I – Institut National Agronomique Paris-Grignon, 133 p. + annexes.

Aubril S., 2002. Viandes : après la sécurité, cap sur un discours santé, LSA Supplément Octobre 2002, pages 49-50.

Barjolle D., Sylvander B., 1999. Some factors of success of specific quality products registred as PDO-PGI in Europe, Le Mans, 67th EAAE Seminar, 28-30 octobre.

Barré D., 2001. Innovation produit en viande bovine : une des voies de sortie de crise, Viandes et produits carnés n°22(5), pages 149 à 156.

Barrey S., Cochoy F., Dubuisson S., 2000. Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande, Sociologie du travail, 42, 3, 547-482.

Belletti G., 1999. Origin labelled products, reputation, and etherogeneity of firms, Le Mans, 67th EAAE Seminar, 28-30 octobre.

Berard L., Marchenay P., 1998. Les produits de terroir en Europe du Sud : caractérisation ethnologique, sensorielle et socio-économique de leur typicité ; stratégies de valorisation, Bruxelles, Commission européenne, Direction générale de l'agriculture, 372 p. (rapport final)

Bianchi M., 1998 (Ed.). The active consumer : novelty and surprise in consumer choice, Routledge.

Brune A., 1993. La certification clé d'un nouvel essor économique, Rapport présenté aux ministres chargés de l'industrie, de l'agriculture et de la consommation, 100 pages.

Callon M., 1998. Introduction : the embeddedness of economic markets in economics, In : Callon M. (ed.), The laws of the markets, Blackwell, Oxford, 2-57.

Callon M., Meadel C., Rabeharisoa V., 2000. L'économie des qualités, Politix, 13, n°52, 211-239

Casabianca F., Valceschini E., 1996. La qualité dans l'agro-alimentaire. Emergence d'un champ de recherches, rapport final de l'AIP La construction sociale de la qualité, INRA, 344 pages.

Casado-Salinas C., 2003. Evolution de la législation communautaire sur la protection des appellations d'origine et indications géographiques notamment sur les aspects internationaux, Proposition de règlement du conseil modifiant le règlement (CEE) n°2081/192, DOLPHINS Third meeting Toulouse 10-11 février 2003, 17 pages.

Cochoy F., 1999. De l'embarras du choix au conditionnement du marché. Vers une socio-économie de la décision, Cahiers Internationaux de Sociologie, vol. CVI, 145-173.

Cochoy F., 2002. Les figures sociales du client, Sciences de la société, n°56.

Cochoy F., 2002. Une petite histoire du client, ou la progressive nomalisation du marché et de l'organisation, Sociologie du travail, 44, pages 357 à 380.

Credoc, 2001 (Loisel J-P., Couvreur A.). Les Français, la qualité de l'alimentation et l'information, CREDOC-INC, Journée du consommateur du 15 mars 2001, 15 pages.

Credoc, Comprendre et évaluer la qualité, 1993. Cahier de Recherche n°39, 375 pages.

Covarel S., 1998. La certification de conformité « Fleur d'Aubrac » : signe de qualité de génisses de boucherie, Thèse vétérinaire n°37, Ecole Nationale vétérinaire de Lyon Université Claude Bernard Lyon I , 88 pages.

Creysse P. 1987, Conclusions de la commission d'experts sur la modernisation du droit de l'alimentation, 40 pages.

Creysse P., 1989. La certification des systèmes d'assurance-qualité dans le secteur agro-alimentaire, Rapport de mission effectuée pour le ministère de l'agriculture, 43 pages.

Creysse P., 1991. Agro alimentaire, pour une stratégie de normalisation, Rapport d'étape, AFNOR, Enjeux, tiré à part du N°113, 88 pages.

Damian J-M., 1996. La certification des produits agroalimentaires : approche européenne de la qualité ; étude du système français et de son avenir, Thèse vétérinaire n°72, Ecole vétérinaire de Lyon, Université Claude Bernard Lyon I, 137 pages.

De Fontguyon G., 2001. Viande de gros bovins : la démarcation qualité, vers quelles stratégies ?, Viandes et productions carnés N°22 (3), pages 87-89.

De Sainte Marie C., Agostini D., Du signe à l'inscription géographique de l'origine : la requalification de la clémentine de Corse, In : Dubuisson S., Neuville J.P. (eds), Juger et échanger. La construction sociale de l'accord dans une économie des jugements individuels (en demande d'édition INRA-MSH)

Delfosse C., Guttinger P., juin 1992. Les normes concernant les produits agroalimentaires typiques face à l'achèvement du marché communautaire. Les cas des fromages traditionnels, Rapport de recherche, Commissariat général au plan, 67 pages.

Dubuisson-Quellier S., 1999. Le prestataire, le client et le consommateur. Sociologie d'une relation marchande, Revue Française de Sociologie, XL-4,671-688.

Credoc, 1997 (Duflos C., Hatchuel G., Kowalski A-D., Loisel J-P). Les opinions des Français sur la qualité et sur les risques sanitaires des produits alimentaires, Collection des Rapports n°190, 99 pages.

Credoc, 1999 (Dufour A., Loisel J-P., Maincent E, Pouquet L., Volatier J-L.). Les comportements des consommateurs européens, Cahier de Recherche du Credoc n°126, 206 pages.

Confédération Française de la Coopération Agricole, 1990. Etude comparée des systèmes de valorisation de la qualité des produits agricoles et alimentaires dans les pays de la CEE, 221 pages.

Ewald F., 1996. Normes, pouvoir, démocratie, Séminaire du Centre de recherche en histoire des sciences et des techniques, Cité des sciences et de l'industrie, La Villette, Paris, 15 octobre.

Eymard-Duvernay F., 1995. La négociation de la qualité, In : Nicolas F., Valceschini E., (eds), Agro-alimentaire : une économie de la qualité, Inra-Economica, 39-48.

Association Science et Consommation, 1989. (Feral F., Beaufort D.). Les signes de la qualité en France à la veille du grand marché communautaire et à la lumière d'autres systèmes, Cahier n°3, 33 pages.

Fitoussi C., 1999. Sécuriser les consommateurs de produits alimentaires et fiabiliser leurs choix qualitatifs, rapport remis au Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales, DGAL, 40 pages.

Gadrey J., 2000. The characterization of goods and services : an alternative approach, Review of Income and Wealth, 46, 3.

Gaudinat J., Mai 1991. Les politiques de qualité : Enjeu d'avenir pour les organisations mutualistes et coopératives agricoles, CNMCCA, 113 pages.

Gauthier M., Mars 1993. La loyauté de la concurrence en matière d'identification des produits alimentaires, Rapport de mission effectuée à la demande de la DGAL, 34 pages.

Giraud G., Amblard C., 2002. Viande bovine tracée et labellisée, quelle perception par le consommateur ?, ENITA, Etudes n°11, 71 pages.

Godard O., Hubert B., Le développement durable et la recherche scientifique à l'INRA, Rapport intermédiaire de mission, Collection Bilan et Perspectives, Inra, Décembre 2002.

Hatchuel A., 1995. Les marchés à prescripteurs, In : Jacob A., Warin H. (dir.), L'inscription sociale du marché, Paris, L'Harmattan ; Teil G., 2001. La production du jugement esthétique sur les vins par la critique vinicole, Revue de Sociologie du Travail, 43, 1, 67-89.

Karpik L., 1996. Dispositifs de confiance et engagements crédibles, Sociologie du travail, 38, 4, 527-550.

La qualité : Pratiques et institutions des principaux partenaires de la France, Mai 1995. Mission Qualité du Ministère de l'Economie et des Finances, Editions du CFCE, 337 pages.

Lassaut B., 2001. Etat des lieux sur les signes de qualité et d'origine en France, Dolphins, 29 pages

Les signes officiels de qualité – Efficacité, politique et gouvernance, Numéro spécial Economie rurale n°258, Juillet-Août 2000, Ed. SFER, 144 pages.

Letablier M-T, 2000. La logique du lieu dans la spécification des produits référés à l'origine, Revue d'Economie Régionale et Urbaine N°3, Ed. André Torre, pages 475 à 488.

Louis G., 2001. Qualité et origine des produits agricoles alimentaires, Les éditions des Journaux Officiels, 210 pages.

Mainguy P., 1989. La qualité dans le domaine agro-alimentaire, Rapport de mission effectuée à la demande du ministère de l'agriculture et de la forêt et du secrétariat d'état chargé de la consommation, 58 pages.

Mainsant P., 2001. Les certifications des produits se sont imposées en porc, Viandes et produits carnés N°22(5), pages 157 à 160.

Mallard A., 1996. Les instruments dans la coordination de l'action, Pratique technique, métrologie, instrument scientifique, Thèse pour le doctorat de socio-économie, CSI, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris.

Marcade M-C., Février 2001. Signes de qualité et d'origine : IGP Jambon de Bayonne, BIMA février 2001.

Martin G., 2001. La certification de conformité produit dans la filière bovine, Mémoire de fin d'études de l'ENESAD, 54 p. + annexes.

Mattei J., Philipon-Dollet P., Mas I., Neumann B., Le Billon V., Lockart G., Tanguy G., Dumont L., 2002. Manger bio, manger bon, L'expansion ,juillet-août 2002, n°665, 78-98.

Mormont M., Van Huylenbroeck G. (dir.), 2001. A la recherche de la qualité. Analyses socioéconomiques sur les nouvelles filières agro-alimentaires, Les Editions de l'Université de Liège, 200 p.

Nicolas F., Valceschini E, 1995. Agro-alimentaire : une économie de la qualité, Editions INRA, 433 pages.

Organisation et Qualité, 1999. Numéro spécial Sciences de la société, n°46, Presses universitaires du Mirail, 201 pages.

Pecqueur B., 2001. Qualité des biens et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés, Economie rurale, 261, 37-49.

Peri C., Gaeta D., 1999. Designations of origin and industry certifications as means of valorising agricultural products, In : The European agro-food system and the challenge of global competition, ISMEA, Roma, 59-68.

Répertoire des instruments de la qualité à la disposition des entreprises agroalimentaires européennes, Janvier 1993. Commission des communautés européennes, 135 pages.

Ruffieux B., Valceschini E., 1996. Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agroalimentaire, Revue d'Economie Industrielle, 75, 133-146.

Saddier M., 2003. L'agriculture biologique en France : vers la reconquête d'une première place européenne, Rapport au Premier Ministre (141 pages + annexes)

Sans P., de Fontguyon G., Dulawa V., 2002. Stratégies de démarcation par la qualité : quelle place pour les viandes bovines limousines dans les linéaires de la grande distribution ?, INRA Productions animales N°15, pages 135-145.

Swedberg R., 1997. Vers une nouvelle sociologie économique : bilan et perspectives, Cahiers internationaux de sociologie, vol . CIII, 237-263 (traduit de l'anglais par Isabelle This).

Sylvander B., 1995. Conventions de qualité, concurrence et coopération, In La grande transformation de l'agriculture, INRA Editions, 73-96.

Sylvander B., Barjolle D., Arfini F., (Ed.) 2000. The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains : spatial, institutional and co-ordination aspects, Inra-Economica.

Sylvander B., Marty F., 2000. Logiques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères : vers un compromis par le modèle industriel flexible ?, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3, 501-518.

Sylvander B., Novembre 2001. Qualité générique, qualité spécifique, qualité sociétale, *Projet de rapport et d'avis du CNA sur la notion de qualité*, 46 pages.

Teynier D., 2002. La contribution des démarches qualité au développement agricole du canton de Lauzerté, DESS « Développement agricole » Université de Paris I, Institut National Agronomique Paris-Grignon, 97 p. + annexes.

Valceschini E., 2000. La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3, 489-500.

Valceschini E., Casabianca F., 1996. La qualité dans l'agro-alimentaire : émergence d'un champ de recherches, AIP "Construction sociale de la qualité" Rapport Final, Ed. INRA, 344 pages.

Valceschini E., Mazé A., 2000. La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international, *Economie rurale*, 258, 30-41.

Valceschini E., Mazé A., Torre A., 1995. Le rôle des rapports dans la définition de standards de référence pour le secteur agro-alimentaire, *Revue d'Economie Industrielle* N°73, pages 97-110.

Valceschini E., Torre A., 2001. Politiques de la qualité et valorisation des terroirs, In : Sylvestre J.P. (dir.), *Agriculteurs, ruraux et citadins, les mutations des campagnes françaises*, Educagri, 273-290

Van Dyck C., 1996. Information et communication sur les produits alimentaires à travers deux exemples : l'impact marketing des signes de qualité sur les distributeurs et les consommateurs, l'analyse qualitative de la publicité télévisée alimentaire et son impact possible sur les adolescents, *Mémoire pour l'obtention du diplôme de l'Institut Supérieur de l'Agro-alimentaire*, 140 pages.

Vincent T., 2002. Coordination des acteurs et signes officiels de qualité dans la filière gras. Analyse de l'IGP « Canard à foie gras du Sud-Ouest », *Mémoire de fin d'étude*, Ingénieur des techniques agricoles de l'ENESAD, 88 pages.

Credoc, 1998 (Volatier J-L., Babayou P., Reanult C., Racaud T.). Crise de l'immatériel et nouveaux comportements alimentaires des Français, *Cahier de Recherche du Credoc*, 113, 191 pages.

Annexes

ANNEXE 1

GROUPE D'EXPERTS N°1 SUR L'ÉVALUATION DES CCP (2 JUIN 2003)

COMPTE RENDU

PRÉSENTS :

Experts du groupe n°1	
INRA	B. Lassaut
CNRS	C. Charlier
ISARA	C. Monticelli
INAO	J. Balle
MAAPAR/DGAL	D. Nairaud
CNLC	F. Falconnet
	P. Creyssel
CGGREF	J. Mazodier
CERQUA	F. Foque
Autres participants	
MAAPAR/DPEI	ML Molinier, V. Borzeix
MAAPAR/DAF	JF. Ruas
INRA et INA P-G	E. Valceschini, C. Wisner-Bourgeois
	S. Blanchemanche, M. Bonnet, I. Barcelord

DIFFUSION participants + C. Lebon (DPEI/SdOVF) + S. Seban (DPEI/BSQAB).

OBJECTIFS DE LA RÉUNION

La réunion qui s'est tenue le 2 juin 2003 à Paris rassemblait le premier groupe d'experts choisis par Egizio VALCESCHINI, nommé - par mandat du DPEI (Bruno HOT) le 20 novembre 2002 - président de l'instance d'évaluation de la politique des CCP. Il s'agissait pour lui de présenter aux experts de ce groupe le dispositif d'étude mis en place pour l'aider dans cette évaluation et d'en exposer les premiers résultats. Son attente vis-à-vis du groupe consistait en un avis sur la méthodologie mise en place et en une expertise sur les résultats proposés.

Il a été souligné que toutes les contributions écrites, documents, références bibliographiques et contacts seraient les bienvenus.

Le représentant de la DGAL a précisé que, dans ce cadre, aucun document ne devait être considéré comme confidentiel si l'instance d'évaluation exprimait la nécessité d'y recourir. Il a, de plus, proposé d'adresser au président de l'instance d'évaluation des données économiques concernant les CCP, en particulier, les bilans édités par le CEPRAL.

La représentante du CERQUA a, elle aussi, proposé d'adresser les bilans économiques dressés pour la CCP.

DÉROULEMENT ET SYNTHÈSE DES DISCUSSIONS

Une copie des diapositives des différentes présentations a été distribuée à l'ensemble des participants (avec la mention « confidentiel - ne pas diffuser »).

La réunion s'est déroulée en quatre temps :

- 1) présentation par Marie-Lise MOLINIER (chef du bureau des signes de qualité et de l'agriculture biologique) de la commande d'évaluation faite par la DPEI,
- 2) présentation des maîtres d'œuvre, de leur méthodologie et des attentes du président,
- 3) premier exposé réalisé par Sandrine BLANCHEMANCHE (ponctué de remarques et débats du groupe d'experts),
- 4) deuxième exposé réalisé par Marion BONNET (ponctué de remarques et compléments d'information via le groupe).

La réunion s'est achevée par la présentation de la suite de l'étude.

Les deux exposés ont provoqué de nombreuses réactions, certaines concernant les objectifs de l'évaluation entamée, d'autres la méthodologie de l'étude, ou encore l'historique et le positionnement de la CCP. Certaines ont apporté des corrections aux propos tenus, d'autres sont venues compléter les informations présentées.

Les échanges peuvent être synthétisés en quatre points.

1- Les objectifs de l'évaluation

Différentes questions ont été posées par les experts. L'analyse traitera-t-elle de la « figure des producteurs » ? L'analyse de l'interaction entre ce qui a trait aux filières et ce qui a trait aux consommateurs sera-t-elle réalisée ? S'il est prévu d'évaluer le positionnement de la CCP par rapport aux autres signes officiels de qualité, est-il également envisagé d'analyser son positionnement par rapport à d'autres démarches de qualité (agriculture raisonnée par exemple) ?

A toutes ces questions, il a été répondu que le but de l'évaluation était bien d'évaluer la politique publique qu'est le dispositif des CCP et donc d'appréhender si les objectifs qui lui ont été assignés sont remplis ou non.

2- L'historique et le positionnement de la CCP dans la politique de la qualité

En réaction à l'exposé des objectifs initiaux de la CCP (diapositive n°4 du 1^{er} exposé), plusieurs éléments de contexte ont été rappelés par les experts :

- Les objectifs initiaux de la CCP sont inscrits dans le code rural, il est impératif de s'y reporter.
- Même si la CCP permet, dès sa création, l'obtention d'une CCP par une entreprise individuelle, certains experts (à l'origine de la création de la CCP) précisent qu'elle n'avait pas pour objectif principal de favoriser le développement des entreprises.
- L'objectif de la CCP n'a jamais été d'apporter une discipline organisationnelle aux filières, par contre c'est l'un des effets qui découle de la mise en place de CCP.

- Dans un contexte d'ouverture du marché communautaire, la CCP devait permettre de mettre en place un mécanisme de certification, moins élitiste que le label, mais préservant un certain niveau de qualité, évitant ainsi l'alignement sur le niveau qualitatif du « moins disant » au niveau européen.
- Il se peut que l'outil créé ait évolué par rapport aux objectifs du législateur, dans la mesure où les opérateurs se le sont en partie appropriés.
- Certains experts rappellent que, initialement, la non-obligation de recours à une norme, ne vient pas d'une volonté d'alléger les procédures. Elle viendrait plutôt du fait que l'AFNOR n'avait pas la volonté de mettre en place ce système de norme.
- La CCP n'a pas pour objectif de certifier la sécurité des aliments, c'est de l'ordre du réglementaire.
- La structure et la taille du détenteur de la CCP sont déterminantes pour certains points. Des experts développent deux exemples. Un grand groupement de producteurs peut décider de vendre sous CCP car il ne peut pas vendre tous les produits sous label rouge. Autre exemple, une entreprise qui vend à différentes GMS met en place une CCP pour économiser un certain nombre de contrôle de certification.
- Un expert rappelle la différence entre une marque qui met en avant des critères de qualité proches de ceux de la CCP et une CCP. Dans le cas d'une CCP, il y a une garantie de l'Etat.
- Un des experts rappelle que l'objectif principal de la création des CCP était de disposer d'un signe officiel euro-compatible et euro-compréhensible. Il était en effet clair à l'époque que les labels rouges n'étaient utilisés qu'en France et étaient très mal compris dans les autres États membres. Aujourd'hui, le label rouge serait un sous-ensemble de la CCP, même si historiquement c'est l'inverse, en ce sens qu'il s'agit dans les deux cas de certification de produit.

Ce même expert pense qu'il serait intéressant d'évaluer l'euro-compréhension de ce signe dans quelques pays membres, pour voir si l'objectif initial est bien rempli. Le président de l'instance d'évaluation précise que, faute de moyen et de temps, cette analyse ne peut être envisagée dans le cadre de cette étude.

3- Les questions méthodologiques

Les limites de la population étudiée : les demandes de CCP non validées

Plusieurs questions ont été posées sur la population d'étude. Elles renvoient principalement à une de ses limites : les demandes de CCP non validées.

Au cours des exposés, les maîtres d'œuvre ont indiqué que la population étudiée était constituée de 279 dossiers, c'est-à-dire, les dossiers **validés** et archivés au MAAPAR (BSQAB) au moment du dépouillement réalisé en mars et avril 2003. Ces dossiers couvrent la période 1990 – 2001 et concernent différents secteurs de production. Cependant, il existe près de 450 demandes de CCP sur cette même période.

Ce différentiel renvoie à deux points sur lesquelles l'instance d'évaluation souhaite s'interroger : i) la nature de ces dossiers non validés ; ii) les dossiers déposés en 2001.

i) La nature des dossiers non validés

L'un des experts pense qu'ils peuvent être regroupés en 3 catégories :

- les dossiers pour lesquels les demandeurs n'ont jamais répondu aux questions posées par la CNLC (le demandeur a pu, par exemple, estimer que l'intérêt économique de la CCP n'était pas suffisant aux vues de l'effort à fournir pour permettre l'instruction du dossier). L'expert souligne l'intérêt qu'une analyse de ces dossier aurait afin d'expertiser les causes de non-

finalisation ou éventuellement de connaître, les cas échéants leur transformation (vers un autre signe, un contrôle tiers etc.).

- les dossiers en cours d'analyse (l'expert les évalue à environ 50),
- les dossiers quasiment instruits pour lesquels il manque une pièce.

ii) Les dossiers déposés en 2001

Pour 2001, l'un des experts indique que 66 demandes ont été déposées. Pour cette même année, l'analyse des maîtres d'œuvre ne porte que sur une douzaine de dossiers, les autres demandes n'ayant pas été validées. Il n'est donc pas pertinent de prendre en compte cette année 2001, les dossiers validés n'étant pas forcément représentatifs de l'ensemble des demandes. Il n'est donc pas justifié d'écrire que les demandes ont diminué en 2001.

Sur les 3 dernières années la tendance est d'environ 20 dossiers déposés pour l'obtention d'un label et de 60 dossiers pour l'obtention d'une CCP.

Le temps d'instruction très long s'expliquerait selon certains, par le fait que les pouvoirs publics posent des questions de plus en plus techniques et complexes. Mais d'un autre côté, un expert souligne qu'il est parfaitement normal que le questionnement soit technique dans la mesure où la CCP certifie que la production est conforme, sur le plan technique, aux attentes des consommateurs.

Le temps d'instruction des dossiers est avancé comme une variable analysable en tant que telle par un des experts. Ce à quoi, un autre expert fait remarquer que la demande d'évaluation porte sur la CCP et son positionnement dans la politique de qualité, et non sur les procédures.

Des propositions de comparaisons avec les autres signes sont émises. En particulier, certains souhaiteraient qu'une attention particulière soit portée aux CCP liées à une IGP. Il est proposé également de rechercher les dossiers de CCP transformée en labels rouge, mais à dire d'experts, ce cas n'existe pas.

L'instance d'évaluation a bien noté que l'étude n'avait pas pu tenir compte des demandes de CCP qui n'ont pas été validées. La connaissance de cette population, au moins sur ces aspects essentiels (secteurs de production etc.), paraît indispensable pour que l'analyse soit complète. Le président exprime le souhait d'identifier les sources de l'archivage de ces dossiers afin d'y accéder.

L'analyse statistique

- Concernant la présentation statistique des données, la même critique est formulée plusieurs fois. Le choix des maîtres d'œuvre est de raisonner en terme de nombre de dossiers. Ainsi, la part des CCP volailles, porcs, etc est présentée en % de dossiers au sein de la population étudiée (279) (exemple : 22% des dossiers dépouillés, sont des dossiers concernant le secteur de la « volaille »). Les experts signalent que les pourcentages proposés seraient extrêmement différents si l'on avait, par exemple, raisonné en volume produit sous CCP ou en volume de production sous CCP au sein de chaque filière. Cette remarque, certes très intéressante, soulève d'importants problèmes méthodologiques. Comment cumuler des tonnes de mirabelle à des tonnes de fois gras par exemple ? D'autre part, pour établir la part de la production sous CCP par filière, il faut disposer des volumes annuels de production sous CCP et des volumes totaux. Ces chiffres ne sont pas disponibles dans les dossiers de demande de CCP, base de l'étude réalisée.

Un expert (DGAL) a cependant informé le groupe que le CEPRAL disposait de ces renseignements et s'est engagé à les transmettre aux maîtres d'œuvre de façon à enrichir leur analyse.

- Concernant l'analyse par année, les maîtres d'œuvre ont confirmé que la date prise en compte est la date de dépôt du dossier et non pas la date de validation. Pour « capter » les comportements économiques des opérateurs et analyser le contexte des marchés au moment de la décision de dépôt du

dossier, un expert fait remarquer qu'il pourrait être judicieux de prendre en compte la date de dépôt en lui enlevant 6 à 10 mois.

- Concernant, le regroupement des dossiers par secteur de production, c'est la nomenclature INSEE qui a été utilisée par les maîtres d'œuvre. Par exemple, le foie gras est classé dans l'agrégat « volailles ».

Des critiques sont formulées suite à la présentation des 4 stratégies d'utilisation de la CCP (2eme exposé, p.10, diapositive n°1) : notamment, il n'apparaît pas de fondement statistique, les stratégies 2 et 4 n'apparaissent pas bien distinctes. La différenciation des utilisations des CCP mettant en exergue des stratégies offensives et défensives est avancée par un expert comme une autre option.

4- Les analyses à dire d'expert et les informations recueillies

Concernant l'évolution du nombre de CCP dans le secteur de la volaille, l'analyse des dossiers validés montre que les demandes augmentent au cours du temps. A dire d'expert, il semble en fait, qu'en 1993 l'entreprise DUC ait déposé un dossier. Grâce à la CCP, elle a gagné d'importantes parts de marché. A partir de 97-98, les autres opérateurs (LDC notamment) ont réagi, en déposant également des dossiers.

Dans le secteur du porc, les demandes de dossier « collent » aux évolutions du cadran.

Lorsque l'on s'intéresse à l'évolution des caractéristiques communicantes, on note que c'est la « traçabilité » qui revient toujours en premier. Il s'agit, selon les experts, d'une part d'un effet de mode et d'autre part de l'utilisation de la confusion faite par les consommateurs entre traçabilité et qualité. Il pourrait d'ailleurs être intéressant d'analyser les dossiers qui ne communiquent pas sur cet élément.

Avant 1994, il n'y avait pas de validation formelle des dossiers CCP. Par principe, entre 1991 et 1994, tous les dossiers ont été validés. A partir de 1994, la section des références doit accepter les dossiers avant de les transmettre à la section des agréments. Enfin, depuis la fin de l'année 2000, une nouvelle phase a été ajoutée : un socle minimum (recommandations).

On note qu'il existe très peu de dossiers CCP validés dans l'Est de la France. A dire d'experts, beaucoup ont été refusés.

On note que de nombreux dossiers validés ont été demandés par des producteurs agricoles (47% des dossiers validés). Une analyse par phase pourrait être intéressante, pour voir si, sur les périodes 95-96 et 99-2000 par exemple, il existe une différence quant à l'appartenance sectorielle des demandeurs (producteurs, groupement, IAA...).

Les objectifs assignés à la CCP par les demandeurs sont divers. Il pourrait être intéressant de voir l'évolution des mentions communicantes dans le temps et par secteur.

Le développement des CCP dans la viande de porc, pourrait venir du fait que pour pouvoir obtenir un label rouge en charcuterie, il faut de la viande sous CCP.

LES SUITES À DONNER

Pour la suite 28 entretiens vont être menés. Un expert indique que pour que le questionnaire soit rempli le mieux possible, il faut pouvoir interviewer le DG et non le responsable qualité dans les entreprises, de façon à saisir au mieux la stratégie d'entreprise.

Dans le cas des dossiers CCP déposés depuis plusieurs années, il faut prendre garde à interviewer une personne ayant de l'antériorité dans la structure enquêtée de façon à bien connaître l'historique de la demande.

La réunion du groupe d'experts n°2 aura lieu le 3 juillet 2003.

ANNEXE 2

GROUPE D'EXPERTS N°2 SUR L'ÉVALUATION DES CCP (3 JUILLET 2003)

COMPTE RENDU

PRÉSENTS :

Experts du groupe n°1	
INRA	L.G. SOLER
UFC-Que choisir	H. MORAUT
ENSIA	P. GURVIEZ
DGCCRF	C. CELI
MAAPAR/DGAL	D. NAIRAUD
CERTOP/CNRS	F. COCHOY
SNIV	P. HALLIEZ
Autres participants	
MAAPAR/DPEI	S. SEBAN, T. GIRAULT, V. BORZEIX
MAAPAR/DAF	JF. RUAS
INRA et INA P-G	E. VALCESCHINI, C. WISNER-BOURGEOIS
	S. BLANCHEMANCHE, M. BONNET, I. BARCELORD

DIFFUSION : participants + M-L. MOLINIER (DPEI/BSQAB) + C. LEBON (DPEI/SdOVF)

OBJECTIFS DE LA RÉUNION

La réunion qui s'est tenue le 3 juillet 2003 à Paris rassemblait le deuxième groupe d'experts choisis par Egizio VALCESCHINI, nommé - par mandat du DPEI (Bruno HOT) le 20 novembre 2002 - président de l'instance d'évaluation de la politique des CCP. Il s'agissait pour lui de présenter aux experts de ce groupe le dispositif d'étude mis en place pour l'aider dans cette évaluation et d'en exposer les résultats, encore provisoires pour une partie d'entre eux. Son attente, vis-à-vis du groupe, consistait en un avis sur la méthodologie mise en place et en une expertise sur les résultats proposés. Un premier groupe (2 juin 2003) avait abordé les CCP du point de vue de leur histoire (objectifs initiaux des « pères fondateurs », conditions de la création de ce signe, etc). Cette deuxième réunion était plutôt centrée sur le consommateur et la distribution, la question étant d'essayer de percevoir comment ces deux types d'acteurs appréhendent la CCP.

DÉROULEMENT ET SYNTHÈSE DES DISCUSSIONS

Une copie des diapositives (portant la mention « confidentiel - ne pas diffuser ») des différentes présentations a été distribuée à l'ensemble des participants.

La réunion s'est déroulée en quatre temps :

- 5) Introduction par V. BORZEIX (DPEI – Bureau de l'Orientation Économique et de l'Environnement des Entreprises) et S. SEBAN (DPEI - Bureau des Signes de Qualité et de l'Agriculture Biologique) de la commande d'évaluation faite par la DPEI,
- 6) le président présente l'équipe chargée de la réalisation de l'étude et ses attentes,
- 7) premier exposé réalisé par Sandrine BLANCHEMANCHE détaillant les objectifs de l'étude et la méthodologie adoptée,

- 8) deuxième exposé réalisé par Marion BONNET présentant les résultats statistiques obtenus *via* le dépouillement des dossiers CCP validés,
- 9) troisième exposé réalisé par Isabelle BARCELORD donnant les premiers éléments d'analyse des 28 enquêtes téléphoniques,
- 10) dernier exposé réalisé par Sandrine BLANCHEMANCHE comparant notamment le dispositif des CCP à celui d'autres signes de qualité.

Ces différents exposés ont suscité questions, commentaires et débats, certains concernant les objectifs de l'évaluation, d'autres la méthodologie de l'étude, ou encore le positionnement des CCP et leur perception/utilisation par les consommateurs et les distributeurs.

Les échanges peuvent être synthétisés en six points.

1 - Les objectifs de l'évaluation

En préalable à une présentation des objectifs de cette évaluation, il a semblé nécessaire de rappeler les objectifs assignés à la politique de la qualité (définis dans la loi d'orientation agricole française du 9 juillet 1999):

- promouvoir la diversité des produits et l'identification de leurs caractéristiques, ainsi que leur mode de production ou leur origine, pour renforcer l'information du consommateur et satisfaire ses attentes ;
- renforcer le développement des secteurs agricoles et alimentaires et accroître la qualité des produits par une segmentation claire du marché ;
- fixer sur le territoire la production agricole et alimentaire et assurer le maintien de l'activité économique notamment en zones rurales défavorisées par une valorisation des savoir-faire et des bassins de production ;
- répartir de façon équitable la valorisation des produits agricoles, de la mer ou alimentaires entre les agriculteurs et les pêcheurs, les transformateurs et les entreprises de commercialisation.

Les maîtres d'œuvre ont indiqué que l'un des objectifs du travail est d'analyser le positionnement de la CCP au sein du dispositif des signes officiels de qualité. L'un des experts indique que la CCP étant le signe le plus récent, on peut poser la question de la façon suivante : « la CCP permet-elle de compléter de façon pertinente le dispositif de la politique des signes de qualité ? ».

2 - Les questions méthodologiques

Population étudiée, méthode d'analyse

En préambule de la réunion, les éléments méthodologiques suivants sont indiqués :

- la population étudiée est constituée des 293 dossiers **validés** et archivés au MAAPAR (BSQAB). Ces dossiers couvrent la période 1990 – 2001 et concernent différents secteurs de production. Cependant, il existe près de 450 demandes de CCP sur cette même période,
- concernant la présentation statistique des données, les maîtres d'œuvre ont choisi de raisonner en terme de nombre de dossiers. Ainsi, la part des CCP volailles, porcs, etc est présentée en % de dossiers au sein de la population étudiée (293) (exemple : 22% des dossiers dépouillés, sont des dossiers concernant le secteur de la « volaille »). Les maîtres d'œuvre reconnaissent cependant que les pourcentages proposés seraient extrêmement différents si l'on avait, par

exemple, raisonné en volume produit sous CCP ou en volume de production sous CCP au sein de chaque filière.

La ventilation des ventes

L'ensemble du groupe s'est accordé pour dire que les tableaux présentés en page 9 du deuxième exposé « commercialisation des produits sous CCP » n'étaient ni clairs ni interprétables en l'état. La suppression des lignes « en partie dans l'union européenne » / « en partie dans le reste du monde » et « en partie en restauration hors foyer » / « en partie en vente directe » a été proposée.

Pistes d'analyses complémentaires

Dans la mesure où l'analyse porte sur les demandes, il faut tenter d'appréhender si les CCP qui en découlent aujourd'hui sont réellement utilisées. D'après une étude du CEPRAL, seuls 50% des CCP validées seraient réellement utilisées. Par « réellement utilisées » on entend les détenteurs qui remplissent le cahier des charges qui leur est assignés, le font vérifier et commercialisent les produits concernés en tant que CCP.

Il serait intéressant d'essayer de savoir à partir de quelle taille une entreprise a les moyens financiers de déposer un dossier de CCP.

3 - Les produits sous CCP et les produits « standard »

Il est très difficile de mener une analyse technique sur la base des dossiers de demande, notamment pour déterminer la « marge » de différence qu'il existe entre un produit courant et un produit sous CCP. La section « Examen des référentiels » de la CNLC demande depuis quelques mois que dans tout projet de cahier des charges de CCP déposé auprès de la CNLC, soit inséré un tableau comparatif entre le produit dit « courant » (c'est-à-dire respectant bien entendu la réglementation mais aussi les usages professionnels) et le produit candidat à la certification. Cependant, les produits sous CCP n'ont pas vocation à être en tout point différents du produit courant. La définition législative ne parle, en effet pas, de « qualité supérieure ».

Dans certaines filières, les opérateurs ont eu recours à la CCP pour éliminer les concurrents produisant le produit standard. En mettant en marché un produit certifié, mais de prix équivalent à celui du produit standard, ils fermaient le marché à de nombreux autres opérateurs et conservaient, voire augmentaient, leur part de marché. Cette démarche a permis dans certaines filières, le porc notamment, d'améliorer la qualité globale de la filière. Dix ans après les premiers CCP « porcs », il a fallu augmenter les exigences envers les cahiers des charges déposés.

4 – Les stratégies

Il est bien précisé que l'on parle ici improprement de « stratégies », il ne s'agit en effet que d'intentions stratégiques, l'analyse étant basée sur les dossiers de demande de CCP. On n'en connaît donc ni l'effectivité, ni l'efficacité.

La présentation des 4 stratégies mises en lumière par les maîtres d'œuvres appelle des questions. Il semble en effet qu'elles soient très déterminées par les secteurs d'activités. Pour certains experts, cela montre que les filières ont eu un comportement stratégique et ont utilisé les diverses opportunités ouvertes par la CCP.

Un expert propose de reformuler la dénomination attribuée à la stratégie 3 : plutôt que « positionnement intermédiaire », il propose le terme de « segmentation ».

Les experts soulignent qu'il y a une très forte appropriation du signe par les filières bovine et avicole, avec des stratégies assez nettes. Pour les autres filières, cela semble plus flou. Les experts notent avec intérêt que certains secteurs ont modifié leur stratégie au cours du temps.

En prenant connaissance de la ventilation des 293 dossiers entre les 4 types de stratégies, les experts notent deux points positifs :

- toutes les possibilités offertes par les CCP semblent avoir été utilisées pleinement ;
- la crainte de voir l'utilité de ce signe réduite à une simple « re-assurance » en cas de crise est démentie par les résultats proposés.

Les entretiens téléphoniques permettent de préciser certaines variantes des stratégies. Notamment certains montrent que les CCP pourraient être un moyen pour les groupements de producteurs d'accéder à la grande distribution. Cette dernière valoriserait ensuite le produit au sein de ses propres filières qualité, sans forcément afficher la CCP.

5- Les CCP, les autres signes de qualité et les marques

L'exposé de Sandrine BLANCHEMANCHE établissait une comparaison entre les CCP et la normalisation, notamment en terme d'appareillage socio-cognitif. Un expert a signalé que les marques (sauf « NF » qui est une marque mais non reconnue comme telle par les consommateurs) se différencient fortement des CCP, en ce sens qu'elles créent du « lien social ».

Les experts se sont interrogés sur les marques de distributeurs. Ne sont-elles pas un concurrent très important de la CCP ? Elles jouent en effet le jeu des marques classiques, en tentant de créer de la notoriété et donc du lien social.

Pour certains experts, la CCP rappelle le dispositif d'agriculture raisonnée. Les cahiers des charges auraient d'ailleurs pu prendre en compte les « bonnes pratiques ». (Rq de ML : font partie du socle)

6- Les analyses à dire d'expert

Les budgets réservés aux campagnes promotionnelles mises en place dans le cadre des CCP sont de taille très modeste (environ 30 000 euros dans la majorité des cas, alors que le budget moyen d'une campagne publicitaire dans l'agro-alimentaire dépasse souvent 2 millions d'euros).

Dans le secteur de la volaille, l'utilisation des CCP n'est pas à considérer comme un « label-light ». Il semble plutôt que, les labels étant très nombreux dans cette filière, il n'est pas forcément avantageux d'essayer d'en obtenir un. Par contre, il existe une demande du consommateur pour un poulet moins cher que le label, mais d'une « qualité » (en terme de garantie) supérieure à celle du produit « standard ». La CCP a permis de répondre à cette demande.

Un expert fait remarquer que la CCP est tout sauf « pragmatique ». Dès sa création, le consommateur est absent du dispositif, à l'opposé du label rouge par exemple, où le consommateur est au centre du dispositif mis en place. La CCP semble plus s'appuyer sur une politique d'offre et d'organisation de la filière. Pour de nombreux secteurs de production, elle a été une « école de la qualité », un apprentissage des démarches qualité.

Concernant la CCP par rapport aux objectifs généraux de la politique de la qualité (rappelés au début de la réunion), un expert note que, pour le consommateur la CCP ne semble rien apporter, bien au contraire elle favoriserait plutôt la confusion. L'objectif « renforcer l'information du consommateur » ne semble donc pas atteint. De plus, pour certaine filière, il semble que la CCP permettent à certains opérateurs « d'éliminer » des concurrents. *Quid* alors de l'objectif « fixer sur le territoire la production agricole et alimentaire ». Enfin, la CCP est mal connue au niveau européen, et mal articulée avec les

signes européens. Il faut nuancer cependant car la CCP étant très normative, elle est très bien comprise par les pays du nord de l'Europe.

Si la CCP n'a pas facilité la lisibilité du consommateur, elle n'a pourtant pas été contre-productive, elle a en effet facilité l'organisation de certaines filières.

LES SUITES À DONNER

L'étude présentée doit maintenant être finalisée (fin de l'analyse des entretiens téléphoniques notamment).

Le rapport d'évaluation définitif rédigé par E. VALCESCHINI est attendu pour le mois de septembre 2003.

ANNEXE 3

ÉVALUATION DES CCP – RENCONTRE AVEC LES BUREAUX PRODUITS COMPTE RENDU DE LA RÉUNION DU 8 SEPTEMBRE 2003
--

PRÉSENTS :

MAAPAR/DPEI/BSQUAB	M.L. MOLINIER
MAAPAR/DPEI/B lait	M. BRULAND
MAAPAR/DPEI/ B. Hors sol	E. DUMOULIN
MAAPAR/DPEI/B des céréales	G. LEGENDRE
MAAPAR/DAF	JF. RUAS
INRA et INA P-G	E. VALCESCHINI
	S. BLANCHEMANCHE

DIFFUSION : participants + C. LEBON (DPEI/SdOVF)

OBJECTIFS DE LA RÉUNION

La réunion qui s'est tenue le 8 septembre 2003 avait pour but de consulter les différents bureaux produits sur la place de la CCP dans leurs filières respectives, son utilisation voire son utilité.

DÉROULEMENT ET SYNTHÈSE DES DISCUSSIONS

Chaque bureau s'est donc exprimé tour à tour sur le sujet.

La CCP et la filière lait / produits laitiers

Pour le secteur du lait et des produits laitiers le développement des CCP est assez nouveau et remonte à 2 ans à peine. Pour ce secteur (les fromages en particulier) l'AOC est le signe de qualité le plus fréquent. La CCP occupe ainsi une part peu importante dans le secteur mais qui va en augmentant.

Les demandes de CCP dans le secteur du lait et des produits laitiers viennent essentiellement d'entreprises qui recherchent un segment intermédiaire et qui ont un intérêt économique à commercialiser des produits sous CCP. La question qui se pose alors est de savoir s'il existe réellement une différence entre le produit sous CCP et le produit courant. La CCP est selon le bureau du lait, plus facile à construire que le label et plus rapide.

Dans ce secteur, l'association CCP - IGP se développe également. Dans ce cas, on a souvent la mise en place d'un segment qui permet une valorisation du terroir et qui favorise l'aménagement du territoire. Les détenteurs sont attachés à l'IGP mais ne souscrivent à la CCP que parce qu'elle est obligatoire pour obtenir l'IGP.

Suite à l'abandon des labels régionaux, certaines entreprises se tournent vers les CCP. Elles peuvent ainsi, grâce à l'IGP assise sur la CCP, communiquer sur l'origine, ce qui les intéresse plus que de communiquer sur le label (et donc sur la qualité) (ex : Emmental de Savoie, Tomme de Savoie). Chaque situation est cependant un cas particulier dans le secteur laitier.

Le bureau du lait cite l'exemple du bleu de Laqueuille qui, pour positionner son produit, souhaite le différencier du produit courant. Pour le dossier CCP déposé, le produit courant est un produit AOC, car c'est le produit le plus fabriqué dans le secteur. Ne serait il pas plus intéressant de différencier la CCP du produit standard plutôt que du produit courant ?

Dans le cas du « Pyrénée » les différentes variantes de ce fromage, lait de vache ou brebis risque d'amener à la situation de déposer deux CCP pour la même région et la même dénomination du produit

La CCP et la filière hors sol

Chaque secteur a des paramètres propres pour différencier la qualité et segmenter le marché. Dans le secteur du hors sol (porc et volailles), trois éléments sont à retenir :

- l'alimentation,
- le mode d'élevage (temps d'élevage, densité, etc.), et
- les conditions de préparation à l'abattage.

Dans le secteur de la volaille, le poids du passé est important. La CCP vient se positionner entre le produit standard et le poulet label. Dans cette filière, le label occupe depuis longtemps une place très importante.

Dans le secteur du porc, le label n'a pas cette position prépondérante. La CCP est adoptée pour se différencier du produit standard. Les premières CCP qui se mettent en place s'appuient sur l'alimentation 100% végétale des porcs. En novembre 2000, les farines animales sont interdites. La différenciation n'était donc plus très claire. Aujourd'hui, cela n'est plus le cas.

Pour ces deux secteurs, tant que l'on reste sur des produits non transformés, la CCP arrive à se positionner. Dans les années à venir, le marché des produits transformés devrait se développer. Les industriels préféreront sans doute s'approvisionner en produits standard. La CCP aura peut être un rôle à jouer, mais sans doute plutôt comme une normalisation.

Enfin dans le cas du porc, certaines coopératives ont utilisé la CCP pour fidéliser les agriculteurs, en assurant un delta de prix à tous ceux qui rempliraient le cahier des charges CCP, ce dernier étant peu contraignant. Pour la plupart, il s'agissait en fait de décrire ce qui était déjà fait et de le faire certifier, aussi les cahiers des charges des différentes CCP se ressemblent fortement, leur nombre élevé s'explique par le fait qu'ils sont déposés de façon indépendante par les industriels.

La CCP et le secteur des grandes cultures

Dans le secteur des grandes cultures, la problématique est un peu différente. Pour certains opérateurs qui déposent une demande de CCP, il s'agit de se « faire une vertu ». Par exemple dans le cas de l'épeautre, il existe une CCP - IGP. L'objectif des opérateurs est ici de se différencier de l'ensemble des autres céréales, en valorisant leur mode production et en le certifiant suivant ainsi une démarche d'assurance qualité. Dans le cas du lin, il s'agit de transformer une contrainte (impossibilité d'utiliser des intrants) en atout, en valorisant un mode de production écologique.

Remarques et commentaires divers

Il semble qu'il n'y ai pas de doctrine de différenciation dans la CCP, ce n'est donc pas clair pour les pouvoirs publics, cela ne l'est pas non plus pour les opérateurs, ce qui crée sans doute chez eux une incertitude et des comportements peu cohérents entre eux.

