

Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agro-alimentaires en Europe: Marché, ressources et institutions

D Barjolle¹ et B Sylvander²

¹ETHZ – Institut d'Economie Rurale, Zürich & SRVA – Service Romand de Vulgarisation Agricole

²INRA – UREQUA Le Mans, France

1. Introduction

Les “produits d'origine certifiée” établissent une différence par rapport aux produits standards présents sur le même marché. La notion de *différenciation* proposée par l'Economie Industrielle rejoint un premier sens de la *notion de spécificité* : le produit est dit *différencié* s'il a des *caractéristiques particulières* (mesurables, au sens de substantielles ou d'intrinsèques) *et s'il est perçu comme tel par les usagers*. Le concept économique de marché pertinent délimite les produits substituables aux yeux des consommateurs.

Deux approches de la typicité ont été proposées : une “*typicité 1*”, horizontale, qui signifie que le bien est *à la fois spécifique (différent) et unique*, et donc qu'il spécifie une région donnée (on dit : *typique de ...*) ; et une “*typicité 2*”, verticale, qui complète la précédente en mettant l'accent sur les déterminants de la “*typicité 1*”, c'est-à-dire sur la combinaison de facteurs naturels et humains (Salette, 1997). Le fait que ces derniers soient liés au *savoir-faire de l'homme*, relié de manière peu séparable aux facteurs naturels (Bertrand, 1975), peut conduire à avancer qu'ils ne sont pas facilement reproductibles : si le savoir peut être transmissible (dans le temps) à certaines conditions, il n'est pas aisément transférable (dans l'espace) (Casabianca et De Sainte Marie, 1997). En ce sens, la notion revêt un contenu culturel certain. On pourra alors définir le *terroir* comme une zone homogène et délimitée, où les conditions de la *typicité 2* sont réunies.

Pour qu'un système d'acteurs puisse construire une filière performante dans un environnement fortement concurrentiel et mondialisé, un certain nombre de conditions doivent être réunies :

- certaines sont liées au processus de mobilisation des ressources de ce système (qui peut être désigné sous le terme d'accord local)
- d'autres aux politiques publiques et à leur application (accord global).

L'importance de la nécessité d'une généralité dans la définition d'un bien, avancée par Thévenot (1995) et soutenue par Allaire (1995), rend indissociables ces deux moments. Certes, la généralité peut être atteinte par une politique de marque forte et de long terme, appliquée par une grande entreprise. Cependant, les “Produits d'Origine Certifiée” sont souvent produits dans des régions défavorisées par des réseaux de petites entreprises, qui ont peu de moyens de faire valider globalement leurs efforts sans le secours d'une politique publique qui permette au compromis entre l'industrie et l'artisanat de se faire (Sylvander et Marty, 1999) et d'être protégé internationalement.

Notre thèse est donc que *le processus collectif de création de valeur est bien un facteur essentiel, qui doit cependant être conforté par une politique publique d'accompagnement adaptée*.

Nos conclusions sont issues d'une recherche effectuée dans le cadre d'un projet de recherche cofinancé par la Commission Européenne et l'Office Fédéral suisse de l'Education et de la Science (programme FAIR), intitulé « PDO - PGI products : market, supply chains and institutions »¹. Le but de ce projet était l'analyse des conditions économiques et institutionnelles pour le développement des AOC et des IGP en Europe (règlement UE 2081/92). Des recherches ont été réalisées dans 21 filières où les produits sont enregistrés au niveau européen en AOC ou en IGP.

¹ Les partenaires suivants étaient associés : Institut National de la Recherche Agronomique (Unité de Recherche sur les qualifications agro-alimentaires), Le Mans ; CRITT - Crisalide, Le Mans, France ; Centro Ricerche Produzioni Animali S.p.a., Reggio Emilia, Italy ; National Agriculture Research Foundation, Athens, Department of Marketing and Marketing Research ; Wageningen University, Holland ; Food Industry Management, Wye College, Great Britain ; Institut d'Economie Rurale de l'EPFZ, Suisse.

2. Méthodologie

Afin d'identifier les principaux facteurs de succès des produits AOC-IGP, nous avons opté pour une approche croisée. Dans un premier temps, nous avons calculé le score de chaque critère pour chacun des produits (*succès calculé*). Dans un second temps, nous avons estimé le succès d'après quatre déterminants de la performance du produit sur son marché (*succès observé*). Nous partons du principe que si le succès calculé et le succès observé sont corrélés, les facteurs de succès ont été correctement identifiés.

2.1. Facteurs relatifs à l'offre et à la demande

2.1.1 La spécificité du produit

La spécificité implique un certain nombre de conditions (Sylvander & Lassaut, 1994) :

- Le produit doit avoir des **caractéristiques mesurables** qui sont véritablement différentes de celles des produits de substitution, classées en deux catégories distinctes :
 - Les **caractéristiques discernables et mesurables** que le consommateur peut identifier lorsqu'il achète et consomme le produit fini.
 - Les **caractéristiques non discernables** : caractéristiques intrinsèques et caractéristiques liées aux modes de production.
- Le produit doit être **considéré comme différent** par le consommateur.
- La **technologie** de fabrication doit être différente de celle des produits de substitution. Dans le cas des produits AOC-IGP, la technologie doit mettre en évidence le lien entre les caractéristiques finales du produit et le **terroir** et renforcer ce que nous appelons la **typicité**.
- La **dénomination** utilisée pour le produit doit se distancer de manière significative de celle utilisée pour le produit standard.

2.1.2 Pertinence : le produit spécifique correspond à une demande sur un marché défini

Le succès d'un produit spécifique dépend souvent de l'identification correcte du marché sur lequel il sera vendu (marché pertinent)².

La pertinence du marché peut être mesurée à partir de trois facteurs :

- L'**attraction créée par le produit** auprès des consommateurs est directement liée aux caractéristiques spécifiques du produit. Celle-ci dépend des attentes des consommateurs et de la manière dont le produit est capable de satisfaire ces attentes.
- Une **propension à payer** du consommateur significative. Celle-ci peut être mesurée par des études consommateurs (Van Ittersum, 1999).
- Un **système de distribution** adapté aux consommateurs visés. La sélection d'un mode de distribution adapté aux clients est un des principaux facteurs d'évaluation de la pertinence du marché.

2.2 Facteurs relatifs à l'organisation interne

Nous avons ensuite formulé l'hypothèse selon laquelle le succès des produits et des filières AOC est lié de façon déterminante à la capacité des entreprises à gérer le produit à un niveau collectif. Pour vérifier cette hypothèse, nous avons considéré :

- **Le groupe d'acteurs et la motivation des entreprises.**
- **La coordination et la coopération** entre les entreprises au niveau de la gestion du produit.
- **La coordination et la coopération** entre les entreprises au niveau de la gestion du marché.
- **La légitimité** et l'efficacité **du soutien institutionnel**, local, régional et national.

² Ce que nous considérons comme marché pertinent dans le cas du Parmigiano Reggiano par exemple, est plus celui des **ingrédients culinaires** que celui du fromage. De la même manière, le marché pertinent de l'Huile d'olive de Nyons n'est pas le marché des **huiles d'olive** en général mais plutôt le marché des **produits fermiers achetés par les vacanciers**.

2.2.1 La motivation des acteurs : la nécessité de se différencier et de se protéger dans une région précise

L'équilibre entre différents groupes d'intérêts au sein de la filière est un élément important pour la définition des objectifs communs. Dans les filières étudiées, nous avons mis en évidence trois types d'entreprises (voir Tableau 4) :

- L'**initiateur** qui le premier a senti le besoin de protéger la désignation ou de mieux différencier le produit à un niveau collectif ;
- L'**interprofession**, c'est-à-dire le groupement demandeur (au sens du Règlement 2081/92) qui cherche une protection légale sous AOC ou sous IGP ;
- Le « **channel captain** », c'est-à-dire le leader économique de la filière (celui qui a le pouvoir de négociation commercial le plus important).

2.2.2. La coordination et la coopération entre les entreprises au niveau de la gestion du produit

Pour mesurer l'efficacité de la coordination et de la coopération au niveau de la gestion du produit, nous avons considéré deux facteurs principaux :

- **La capacité de mettre en évidence le potentiel de différenciation du produit.**
- **La facilité avec laquelle chaque opérateur peut intégrer dans son entreprise les choix faits au niveau collectif.**

2.2.3 Coordination et coopération entre les entreprises au niveau de la commercialisation

Plusieurs fonctions généralement remplies par des entreprises individuelles peuvent être exécutées en commun si les entreprises y trouvent un intérêt (Richardson, 1972)³. Les principales fonctions de coordination sont :

- Le management de la qualité au niveau des matières premières : caractéristiques des matières premières en fonction du produit final désiré.
- La définition du produit (cahier des charges) de façon cohérente par rapport aux objectifs de marché et de différenciation du produit.
- Mise en œuvre du cahier des charges et évaluation du produit final en fonction du marché.
- Paiement des matières premières en fonction de la qualité finale du produit.
- Promotion et gestion du signe collectif ou de la marque.
- Gestion des volumes et de la croissance : système de contrôle de l'offre.
- Recherche, développement et formation.

Ces fonctions doivent être clairement évaluées et finalisées ; la coopération ne bénéficie pas forcément à tous les acteurs de la filière.

Au niveau collectif, pour l'ensemble des entreprises, la question du degré de cohérence est primordiale : une politique de promotion, par exemple, ne fonctionnera pas et sera même contre-productive si le produit est mal différencié, peu spécifique ou encore de qualité irrégulière et insuffisante. L'évaluation de la qualité n'est efficace que si le paiement de la matière première dépend directement de l'évaluation du produit final selon les critères de qualité définis dans le cahier des charges (le but étant d'obtenir un produit final de la meilleure qualité possible).

Un point important est la nature de la relation entre la gestion collective et la liberté de chaque entreprise. Le marché doit être suffisamment segmenté et compétitif pour permettre aux entreprises et au système d'évoluer. Chaque entreprise est supposée avoir un espace de liberté pour se différencier et adapter la qualité de son produit à sa propre stratégie (Marty, 1998). Ces marges de manœuvre permettent aux entreprises de se faire concurrence sur des marchés segmentés (Lassaut, 1997 ; Lassaut & al., 1997).

³ Un ensemble donné d'entreprises est ainsi considéré comme un « système d'acteurs » s'il est capable d'atteindre une cohésion suffisante pour agir comme une entreprise unique. Le système de compétence fondamentale devrait alors être transféré de l'entreprise au « système d'acteurs ».

2.2.4 La légitimité et l'efficacité du soutien institutionnel

Dans les pays où une législation comparable au Règlement 2081/92 existait déjà avant l'entrée en vigueur du règlement européen (France, Italie, Espagne), les autorités régionales et nationales ont souvent apporté leur soutien aux initiatives liées à la réservation des dénominations. Ce soutien peut exister sous différentes formes : financement des activités pendant la phase d'enregistrement, présence d'un comité de pilotage, soutien aux entreprises individuelles ou aux groupements demandeurs (interprofessions).

2.3 L'évaluation de la performance

La profitabilité n'a pas pu être évaluée de manière directe à une large échelle. Nous nous sommes limités à l'évaluation du succès que nous comprenons comme la conjonction d'au moins trois des critères suivants :

- Chiffre d'affaires significatif et importance économique.
- Taux de croissance élevé (plus important que celui du marché de référence).
- Notoriété du nom du produit spécifique ou de la marque collective.
- Différence de prix positive par rapport au produit substitut le plus proche.

En ce qui concerne les performances sociales, nous examinons le potentiel du produit AOC-IGP pour stimuler l'emploi dans les zones rurales.

3. Résultats

3.1 Le succès économique

3.1.1 Le succès « calculé »

Les quatre facteurs présentés plus haut ont été retenus :

- L'urgence, qui reflète la motivation des entreprises pour mettre en place elles-mêmes un système de différenciation et de protection de la dénomination (voir 3.2.1).
- La spécificité, qui fait référence à la différence objective du produit par rapport aux substituts (voir 3.1.1).
- La pertinence, qui reflète l'attractivité du marché, l'intensité de la demande des consommateurs pour le produit et le choix du réseau de distribution (voir 3.1.2).
- La coordination et la coopération, qui reflètent la capacité des entreprises à développer une gestion collective efficace du produit (voir 3.2.2 et 3.2.3).

Les scores obtenus pour chacun des critères sont ensuite multipliés entre eux et divisés par quatre.

3.1.2 Le succès « observé »

Le succès observé est estimé sur la base de l'évaluation faite plus haut (c. f. 3.3).

3.1.3 Le résultat comparé des deux approches

Il existe une forte corrélation entre le succès calculé et le succès observé. Les facteurs de succès identifiés expliquent véritablement le succès des filières que nous avons étudiées. Néanmoins, le succès observé est plus grand que le succès calculé à l'exception de trois produits. Ceci peut peut-être s'expliquer par le fait que le **prix payé au producteur** n'est pas un indicateur parfait de la performance des produits et des filières⁴.

La question n'est pas ici celle du succès absolu des filières mais plutôt celle de leur succès relatif comparé à la volonté de l'Union européenne de les soutenir au moyen de la réservation des dénominations, dans le but également de promouvoir les intérêts des consommateurs et des zones rurales défavorisées (voir Règlement 2081/92).

⁴ Cette différence peut dépendre également des facteurs de succès qui pourraient influencer le profit des entreprises ou les prix de vente (qui n'ont malheureusement pas pu être comparés entre toutes les filières à cause du manque de données comparables).

3.2 Le succès social

En ce qui concerne le *succès social*, les procédures d'enregistrement cherchent à maintenir ou à promouvoir le développement local, en particulier dans les pays qui ont été les premiers à introduire de telles dispositions (France, Italie et Espagne). De ce point de vue, les filières étudiées ont un impact différent sur les économies régionales. Nous avons attribué un score à chaque produit de 1 à 3 pour un impact faible, modéré ou fort sur l'économie régionale (voir tableau 7).

A l'exception des quatre produits qui obtiennent les scores les plus élevés (Parmigiano Reggiano, Fontina, Comté, Gruyère), l'impact social est plus important que l'impact économique au sens strict. Le rôle social d'une filière est important, malgré des performances économiques modestes, et ne se limite pas aux critères de succès que nous avons utilisés pour définir le succès ni aux prix payés à la production. Ceci justifie pleinement la politique européenne sur les désignations géographiques. Ce phénomène est perceptible dans tous les pays, même dans ceux qui commencent seulement à appliquer la législation. Le phénomène pourrait s'étendre de manière équilibrée dans toute l'Europe.

4 Conclusion

Le premier résultat important est que les catégories de produits facilement identifiables à première vue ne sont pas des caractères discriminants.

- La *nature du produit* n'est pas déterminante même si son importance est grande. Nous observons que des matières premières peuvent obtenir une rémunération élevée malgré des contraintes saisonnières et logistiques alors que plusieurs produits transformés obtiennent des prix faibles.
- De la même manière, le *pays d'origine* n'a qu'une importance relative même si la tradition de chaque pays en matière de protection des noms géographiques peut jouer un certain rôle.
- Le *nombre d'entreprises* dans la filière pourrait être considéré comme un obstacle au niveau de la coordination mais ce n'est pas le cas.

La deuxième conclusion est que nous ne sommes pas capables d'identifier un facteur unique de succès du produit. Une conjonction de facteurs est nécessaire :

- La spécificité du produit est très importante : le règlement européen associe qualité, caractéristiques du produit et origine géographique. Toute la substance du règlement repose sur cette spécificité. Cependant, plusieurs produits spécifiques n'ont pas de succès.
- La pertinence du marché est certainement un facteur important parce qu'elle détermine le comportement d'achat des consommateurs. Néanmoins, comme nous l'avons déjà vu, plusieurs produits positionnés sur des marchés pertinents peinent à se développer s'ils ne sont pas assez spécifiques. C'est généralement le cas lorsqu'ils doivent faire face à la concurrence de produits substitués qui ont plus de succès (Agneau d'Aragon et Jambon du Teruel).
- La coordination est bien sûr un facteur très important parce que c'est à la fois une condition et un résultat de l'entente entre les entreprises. L'origine d'une telle coordination reste fréquemment un mystère et des recherches historiques plus poussées seraient nécessaires pour en expliquer les raisons. La coordination n'est pas un modèle exogène aux entreprises mais elle doit être vue comme un processus en construction. L'existence d'un channel captain facilite la coordination : c'est le cas lorsqu'une seule ou quelques entreprises seulement dominent la filière (Pommes de Zagora, Huile d'olive de Peza, Huile d'olive de Nyons). La coordination est intimement liée aux contraintes imposées par les distributeurs, en particulier sur le marché anglo-saxon pour ce qui concerne les produits standards.
- Les soutiens publics ne peuvent pas bien sûr être considérés comme un facteur important de succès : ils créent une situation de dépendance pour les entreprises, et sont le plus souvent limités dans le temps. Le soutien des institutions publiques est particulièrement utile quand il

contribue à créer un cadre favorable pour le développement des entreprises (recherche pour la filière du Jambon de Parme, soutien légal pour la filière de l'Huile d'olive de Nyons).

Le troisième résultat important est que le succès est fondé sur la capacité de plusieurs entreprises à construire une filière spécifique en :

- fixant des **objectifs cohérents** au niveau collectif (pour ce qui concerne un niveau de gouvernance territoriale et non pas sectorielle) à partir des compétences individuelles (technologie, savoir-faire, gestion stratégique, innovation, etc.).
- instituant la fois un **contrôle sévère et flexible** sur les fonctions de coordination identifiées plus haut dans cet article ; sévère pour que les entreprises se conforment aux règles essentielles définies au niveau collectif et flexible pour que chaque entreprise participe au projet tout en jouissant d'une certaine liberté pour développer sa propre stratégie.

Références

voir la version intégrale du papier disponible sur le site www.origin-food.org

Figure 1 : Évaluation du succès économique des filières AOC-IGP

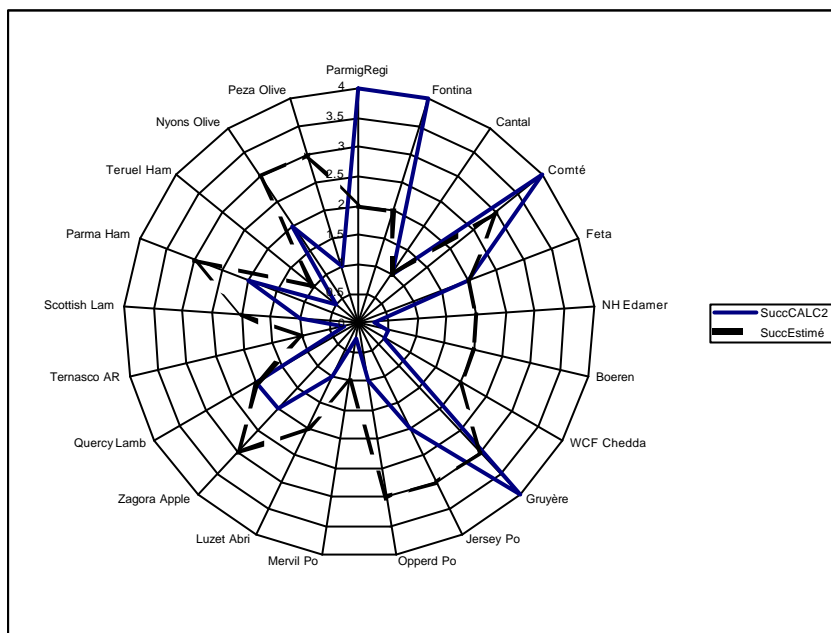
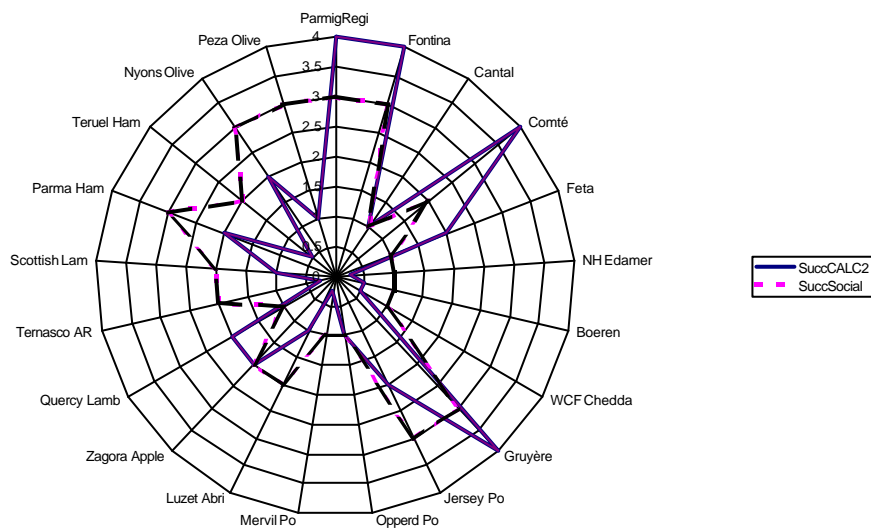


Figure 2 : Évaluation du succès social des filières



Conjuguer élaborations techniques et enjeux socio-économiques. Construction de l'AOC "Brocciu Corse"

P Guerrini, JA Prost

INRA, LRDE, Corte

Pour les technologues, un fromage est un "bio-réacteur", siège de complexes réactions physico-chimiques et bactériologiques qui, avec le temps, permettent d'obtenir un produit aux caractéristiques particulières. Il peut être aussi le support d'une filière régionale à l'importance économique conséquente. Pour une société rurale, enfin, c'est souvent un produit domestique qui a accompagné son histoire. C'est donc un "système bio-culturel" organisé, avec des acteurs, des matières premières, des savoir-faire, des usages de consommation. Chercher à obtenir un signe officiel de qualité, comme une Appellation d'Origine Contrôlée, peut en faire une ressource pour le développement de sa région d'origine. Cela ne va pas de soi.

Les technologies fromagères visent à récupérer l'essentiel de la matière utile contenue dans le lait pour la conserver, le "caillé". La partie résiduelle, "petit lait" ou "lactosérum", est principalement constituée d'eau, mais contient encore de la matière grasse et des protéines que, traditionnellement, les fromagers ont toujours su récupérer par chauffage. Dans le cas du Brocciu, on ajoute du sel et du lait entier au cours de cette opération [Figure 1].

Ces pratiques, liées à l'économie de subsistance, se sont maintenues en Méditerranée (Ricotta, Myzithra, Requesón ...) et représentent souvent une part, parfois importante, des revenus de la transformation laitière. En Corse, la fabrication du Brocciu, présenté comme le produit emblématique du patrimoine fromager insulaire, est longtemps restée l'apanage et le monopole des producteurs fermiers.

Vers la fin des "années 1970", face à la menace de se faire déposséder de cette rente par un industriel laitier, ils entament une procédure de demande d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). D'abord refusée, cette certification leur est accordée, en juin 1983, quelques mois après l'instauration du "Statut Particulier" de l'île avec un double objectif de pédagogie et de paix civile. Mais ce sera sous la forme d'Appellation d'Origine (AO) [Encadré 1] puisque la réglementation française ne reconnaissait pas, alors, le statut de fromage à ce type de produit.

L'Appellation d'Origine, l'affaire des producteurs fermiers

Les producteurs fermiers voulaient se réserver l'exclusivité du droit à produire, stratégie sur laquelle ils avaient basé leur dossier de demande. Elle ne pouvait donc pas déboucher sur une prise de responsabilité collective de tous les acteurs de la filière. La définition du produit et de son mode d'obtention, orientés sur des éléments techniques simples, supposés liés à la fabrication traditionnelle, n'induisait en fait aucune véritable contrainte qualitative autre qu'un taux minimal d'extrait sec ou de gras sur sec pour le produit fini. Par contre, elle a apporté des obligations nouvelles pour les producteurs fermiers concernant le poids à la mise en moule, la qualification commerciale ou l'étiquetage. Face à eux, des producteurs laitiers ont pu profiter des lacunes et des imprécisions du texte du décret pour s'imposer encore mieux sur le marché dont on cherchait à les évincer.

Au terme de démarches judiciaires, les producteurs fermiers ont pu intervenir seulement sur deux points :

- l'utilisation de poudres de lait et de lactosérum de brebis, interdite par le décret et difficile à prouver à l'analyse du produit fini. Des industriels avaient recours à ces produits de substitution au cours des mois d'été, période de tarissement des chèvres et des brebis, pour faire face à une forte demande touristique en spécialités culinaires ou pâtisseries traditionnellement fabriquées à base de Brocciu

- l'utilisation de cuves de fabrication à double paroi, chauffées à la vapeur, en remplacement du traditionnel chaudron en cuivre étamé. En l'absence d'arrêté d'application, le décret d'Appellation obligeant à un chauffage "par une méthode directe", sans plus de précision, n'était pas suffisamment explicite.

Le 30 décembre 1988, un décret définit les produits tels que le Brocciu comme "fromages de lactosérum". Il leur confère ainsi un statut de fromage et les soumet donc à l'obligation de se conformer à la réglementation sur les appellations d'origine fromagères [Encadré 1]. Les producteurs fermiers, qui avaient obtenu l'Appellation d'Origine "simple" contre les transformateurs industriels laitiers, ont donc dû négocier avec ceux-ci pour mettre en place un syndicat interprofessionnel représentatif, seul habilité réglementairement à instruire une demande et à gérer une éventuelle AOC. S'ils n'y parvenaient pas, toute protection juridique était alors perdue pour le Brocciu.

L'Appellation d'Origine Contrôlée, une démarche collective

Les différentes catégories d'acteurs concernés ne poursuivaient pas cet objectif commun pour les mêmes raisons : la protection pour les fermiers, la promotion extérieure, pour les laitiers. De longs mois ont été nécessaires pour oublier les rancœurs, apprendre à parler ensemble et définir collectivement le produit à protéger, comme ses conditions de production.

L'ensemble des professionnels a demandé la constitution d'un groupe de travail composé de représentants de l'Administration, du Développement et de la Recherche. Les chercheurs ont vu leur rôle d'experts contre la fraude évoluer vers une participation plus active dans la reconception de l'Appellation. Des recherches technologiques plus fines (analyse de suivis de fabrication, évolution bactériologique du produit,...), et une aide à l'organisation, ont accompagné la mise en place du Syndicat Interprofessionnel de Défense et de Promotion de l'AOC Brocciu, dont les statuts sont déposés début 1992.

L'intégration des producteurs à ce groupe de travail a créé un espace de dialogue où ont pu se négocier des accords sur la définition collective de certains critères distinctifs du produit et de ses conditions de production, bases du premier référentiel commun à toutes les parties.

En 1995, le Syndicat Interprofessionnel décide de cofinancer, avec l'aide du Ministère de la Recherche, une bourse de thèse. Son objectif est de concevoir des méthodes d'analyses adaptées aux contrôles liés à la certification de ce type de produit et de définir les orientations organisationnelles nécessaires à leur application. Ces travaux effectués dans un contexte local ont également permis la production de connaissances sur les fromages de lactosérum, relativement peu étudiés jusqu'alors [Encadré 2].

C'est dans ce contexte que la Commission d'Enquête, nommée par l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), est venue en Corse en juin 1996.

Un dispositif sous surveillance

La mise en place de l'AOC ne peut être effective que si des contrôles sont eux-aussi définis et acceptés collectivement pour garantir le respect des règles communes librement consenties. La poursuite des négociations portera sur la valeur des normes retenues et sur les éléments contrôlés aussi bien dans les systèmes de production (race utilisée, système d'alimentation, locaux de transformation) que sur le produit fini (analyses chimiques et bactériologiques, dégustation).

Dans ce cadre, au long de la campagne 1996-97, de suivis bimensuels de fabrication et des prélèvements dans un certain nombre d'élevages ont permis de modifier le premier référentiel.

Une étude a d'abord été réalisée sur les variations saisonnières de la matière grasse des matières premières mises en œuvre et du produit fini. L'analyse de ces résultats, ajoutée à celle de micro-fabrications expérimentales, ont permis de suivre l'évolution de la répartition de la matière grasse au long de la fabrication. Un "bilan matière" semble indiquer qu'une partie de celle-ci est manquante dans le produit fini et que les pertes augmentent fortement au-dessus de 15% de "lait de rajout" alors que le seuil retenu par le syndicat interprofessionnel, et transcrit dans le décret, autorise jusqu'à 25% [Figure 2]. On a là l'exemple d'une référence, basée sur les données disponibles et les usages locaux, négociée entre les professionnels, qui semble pourtant discutable d'un point de vue technologique. Il appartient aux producteurs de modifier ou non le règlement technique de l'Appellation.

Un schéma expérimental, prenant en compte les courbes de chauffe et leur cinétique, est en cours de réalisation avec nos collègues de la Technologie Laitière de l'INRA (LRTL Rennes). Il devrait aider à approcher de façon plus précise les relations entre modes d'élaboration et définition du produit final et permettre le contrôle des températures d'ajout de sel et de lait entier pratiquées au cours de la fabrication à partir de l'analyse du produit fini.

Ces premiers résultats, ajoutés aux obligations réglementaires propres aux produits laitiers, ont ainsi déjà apporté un certain nombre d'éléments aux responsables du syndicat interprofessionnel pour préciser le contenu des contrôles et améliorer la maîtrise de la fabrication. Ils pourront constituer le fondement de la mise en place du futur service technique, dont toute structure d'Appellation doit se doter.

Le contrôle, les règles du jeu

La conception des contrôles et leur mise en place représentent des innovations difficiles à intégrer par les professionnels insulaires. En étroite collaboration avec le Centre INAO de Bastia, visites d'exploitation, prélèvements et dégustations se sont multipliés, au long d'une campagne 1997-98 "à blanc". L'objectif était de tester les besoins logistiques et les capacités des professionnels à s'approprier la démarche. L'intérêt était aussi de démontrer aux producteurs que ces contrôles n'avaient pas de caractère répressif. Ils visaient plutôt à situer leur système de production et leur produit par rapport aux contraintes liées à l'Appellation pour leur apporter des éléments de conseil individualisé.

En fait, l'AOC donne de nouvelles responsabilités, tant individuelles que collectives aux professionnels. Cependant, des ambiguïtés demeurent. Certains producteurs considèrent que leur responsabilité individuelle n'est plus engagée dès lors que le règlement technique autorise telle pratique ou définit tel caractère.

Par exemple, certains producteurs mentionnaient systématiquement sur leur étiquette la "Date Limite de Consommation" (DLC) maximum autorisée sans contrôler parallèlement la qualité de leur produit au dernier jour de cette "DLC". Il en est de même pour les responsabilités collectives. En effet, beaucoup de producteurs vivent souvent ces contrôles comme une défiance envers la qualité de leur produit ou de leurs savoir-faire. De même qu'ils considèrent ne pas avoir à être contrôlés, ils estiment ne pas devoir contrôler les autres. Le caractère "impartial" du contrôle instrumenté a donc dû être mobilisé pour surmonter cette difficulté. Mais la majorité des professionnels, fermiers comme laitiers, reste réticente à apparaître, y compris physiquement, dans ce rôle de contrôleur au sein de la commission "Agrément Conditions de Production".

Pour les dégustations de la commission "Agrément Produit", la confidentialité est une règle derrière laquelle les professionnels se sentent certainement protégés. L'originalité de l'opération, comme la nécessité annoncée de s'appuyer sur des producteurs-connaisseurs "de référence" peuvent apparaître suffisamment valorisants pour qu'ils acceptent plus volontiers de participer aux travaux de cette commission.

Après cette année "à blanc" et l'instruction terminée par l'INAO, un nouveau décret « relatif à l'AOC Brocciu corse ou Brocciu » a été signé le 3 juin 1998. La présente campagne devrait être la première

de fonctionnement de l'AOC "Brocciu Corse" et, donc, du contrôle effectif des produits d'appellation.

La mise en place d'une AOC n'est donc pas chose si simple. Elle implique de nombreuses conditions, difficiles à réunir, et des ajustements réguliers. C'est une véritable construction sociale dans la mesure où une AOC ne peut se réduire à un référentiel technique définitif, même dûment validé par des chercheurs reconnus.

Un accord de circonstance n'est pas plus acceptable. La prise en compte des enjeux, l'intégration des intérêts de chaque catégorie d'acteurs, s'avèrent indispensables pour mettre en dynamique une véritable volonté collective d'aboutir. Dans des situations de ce type, l'aide à l'organisation des acteurs concernés est donc, elle aussi, primordiale et justifie une approche simultanée des problèmes posés.

La problématique organisation / certification / développement local s'avère donc porteuse de nombreuses questions, particulièrement pour ces produits à fort contenu culturel. Dans ce cadre, l'interdisciplinarité, associant technologie et socio-économie, que l'on retrouve dans notre unité de recherche, semble indispensable pour aider à résoudre les problèmes concrets posés par ce type de démarche dans une filière régionale.

* * *

Pour en savoir plus

- **Guerrini P., Prost JA.**, 1998. Les fromages de lactosérums : questions autour de la certification des sous-produits. Flamant JC., Gabiña D, Espejo Diaz M . (eds) *Basis of the quality of typical Mediterranean animal products, International Symposium, Badajoz, 29.09-02.10.1996*. 90, EAAP Publication, Wageningen Pers, pp 188-192

- **Prost JA., Casabianca F., Casalta E., Vallerand F., de Sainte Marie Ch.**, 1995. La certification des produits, un levier pour le développement de l'élevage. La dynamique de l'Appellation d'Origine "Brocciu corse". *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, 28, pp.143-156

- **de Sainte Marie Ch., Prost JA., Casabianca F., Casalta E.**, 1995. La construction sociale de la qualité. enjeux autour de l'Appellation d'Origine "Brocciu corse". Nicolas F., Valceschini E. (eds). *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. INRA-Economica, pp.185-197

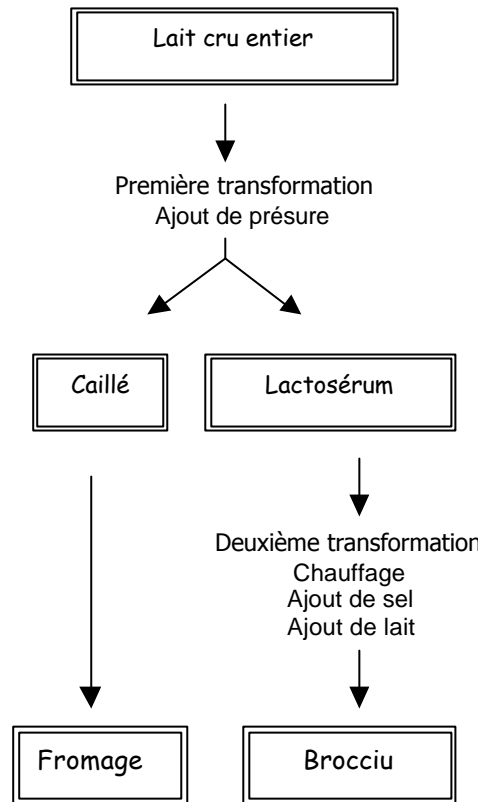
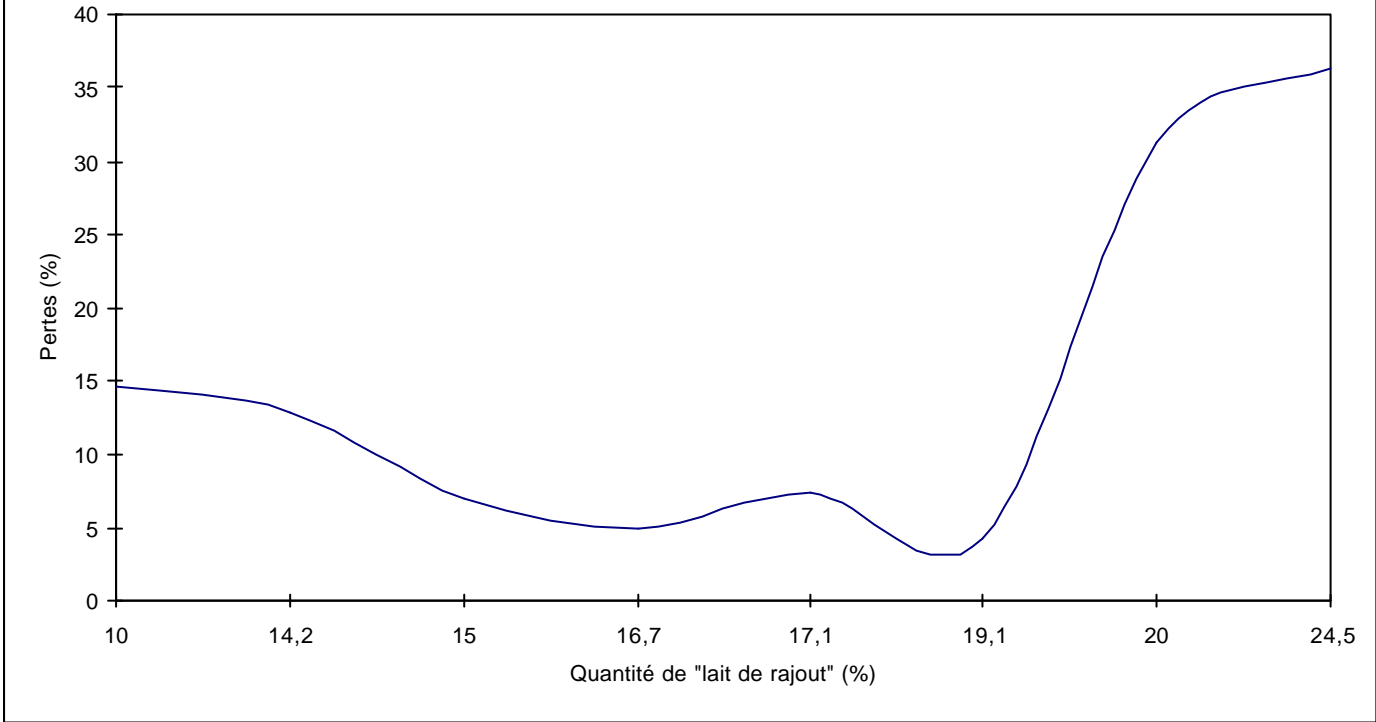


Figure 1
Le fromage et le Brocciu
les transformations successives

Figure 2
Campagne 1996-97. Suivis et fabrications expérimentales.
Importance des pertes globales en matière grasse en fonction du pourcentage de "lait de rajout"



Encadré 1

Appellation d'Origine et Appellation d'Origine Contrôlée, quelques définitions du Code Rural :

Article L.641-1. - "Les appellations d'origine sont définies à l'article L.115-1 du code de la consommation, ci-après reproduit :

Art. L.115-1 : Constitue une appellation d'origine la dénomination 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 au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains".

Article L.641-2. - Les produits agricoles ou alimentaires, bruts ou transformés, peuvent se voir reconnaître exclusivement une appellation d'origine contrôlée....Dans les conditions prévues ci-après, ces produits peuvent bénéficier d'une appellation d'origine contrôlée s'ils répondent aux dispositions de l'article L.115-1 du code de la consommation, possèdent une notoriété dûment établie et font l'objet d'une procédure d'agrément".

C'est le cas de tous les fromages d'appellation. Ce n'était pas le cas du Brocciu que la réglementation ne définissait pas comme un fromage. Il n'y avait donc aucune procédure d'agrément ou de contrôle particulière liée à l'appellation d'origine. La définition du "fromage de lactosérum", par un décret du 30 décembre 1988, oblige les producteurs à rentrer dans le droit commun des fromages et à demander l'application de l'article suivant pour le Brocciu :

Article L.641-3. - "Chaque appellation d'origine contrôlée est définie par décret sur proposition de l'Institut national des appellations d'origine... Le décret délimite l'aire géographique de production et détermine les conditions de production et d'agrément du produit".

Article L.641-4. - "Les appellations d'origine définies par voie législative ou réglementaire avant le 1^{er} juillet 1990 (*Ce qui était le cas du Brocciu*) sont considérées comme répondant aux conditions de l'article L.641-3. Toute modification ultérieure des textes définissant ces appellations doit intervenir conformément à la procédure prévue au même article".

L'utilisation de l'AOC implique donc des conditions d'agrément particulières. Un décret du 15 novembre 1993, relatif à l'agrément des produits laitiers d'Appellation d'Origine Contrôlée détermine en son article 1^{er} que cet agrément "comporte une "déclaration d'aptitude AOC" des exploitations laitières, des ateliers de transformation et d'affinage et d'une manière générale de tout opérateur intervenant dans les conditions de production, ainsi qu'un examen analytique et organoleptique de produit".

L'invalidation de la déclaration d'aptitude peut être prononcée par l'INAO après avis d'une commission "agrément conditions de production", composée exclusivement de professionnels. L'examen organoleptique est réalisé par une commission "agrément produit", elle aussi composée exclusivement de professionnels, auxquels peuvent être associés, à titre d'experts, des membres de l'administration (Arrêté du 16 février 1995).

Encadré 2

Campagne 1993-1994. Printemps.
Suivis de fabrications fermières de Corse

Tableau I - Caractéristiques chimiques moyennes des lactosérums.

Type de Fabrication	Espèce	Extrait sec (g/100g)	Mat.Grass e (g/l)	Mat.Azot. totale (g/100g)	Mat.Azotée soluble (g/100g)
Pâte molle	Brebis	9,16	17,68	1,69	1,20
	Chèvre	7,44	11,58	0,98	0,66
Pâte pressée	Brebis	10,11	28,37	1,63	1,16
	Chèvre	7,98	19,37	1,05	0,70

Tableau II -Caractéristiques chimiques moyennes des Brocci.

Type de Fabrication	Espèce	Extrait sec (g/100g)	Mat.Grasse (g/l)	Gras/Sec (%)	Mat.Azotée totale (g/100g)
Pâte molle	Brebis	22,68	9,62	42,47	7,03
	Chèvre	25,08	12,85	50,87	6,47
Pâte pressée	Brebis	28,17	17,04	60,16	6,40
	Chèvre	28,67	17,37	59,43	6,39

Ces résultats moyens de Brocci de Printemps montrent clairement des lactosérums plus riches en matière grasse quand ils sont issus de laits de brebis transformés en pâte pressée. Concernant la matière azotée, seule l'espèce semble avoir une influence (Tableau I).

Néanmoins d'un point de vue biochimique, il est difficile de différencier un Brocciu de brebis d'un Brocciu de chèvre pour ce qui est de la matière grasse et de l'extrait sec. La technologie de première transformation semble influencer sur le rapport Gras/Sec des Brocci issus de pâtes pressées (Tableau II).

Source : GUERRINI, 1994

Du produit agricole à l'objet culturel. Les processus de patrimonialisation des productions fromagères des Alpes du Nord

M Faure

Mission Développement Prospective

Les résultats présentés ci-dessous sont issus d'un doctorat de sociologie et anthropologie, réalisé dans le cadre d'une convention industrielle de formation par la recherche associant le GIS Alpes du Nord⁵, l'Université Lumière Lyon II⁶ et l'antenne CNRS Ressources des terroirs⁷ : il porte sur les processus de patrimonialisation des productions fromagères d'appellation d'origine contrôlée dans les Alpes du Nord.

Le patrimoine est aujourd'hui l'objet d'une sollicitude sans précédent et l'apparition du vivant dans le champ patrimonial soulève de nouvelles interrogations, croisant notamment l'économique et le sanitaire. Les fromages abondance, beaufort et reblochon sont à l'articulation du biologique et du culturel et s'insèrent dans un dispositif de protection, reposant sur un décret et un règlement technique : ces productions bénéficient d'une appellation d'origine contrôlée respectivement depuis 1990, 1968 et 1958. La multiplication des acteurs impliqués – techniciens fromagers, techniciens d'élevage, producteurs fermiers, producteurs de lait – complexifie les relations entre les différentes formes de savoirs en jeu. En effet, l'obtention d'une AOC s'accompagne de la mise en place de commissions de contrôle et d'une formalisation des suivis techniques, contribuant à accroître le poids des préconisations techniques. La définition et la caractérisation des spécificités des fromages sont l'objet d'un enjeu fort, croisant des questions identitaires. Les règlements techniques rassemblent les conditions de production du lait (type de races animales autorisées, alimentation), de fabrication (temps de chauffage, de caillage, de décaillage) et d'affinage (durée, température de cave et hygrométrie) ainsi que les conditions de commercialisation (étiquetage). L'interrogation des catégories vernaculaires et technico-scientifiques par l'intermédiaire du vivant permet de distinguer ce qui relève du sauvage et du domestique pour chaque acteur et témoigne de la manipulation de la notion de patrimoine comme outil des recompositions sociales et culturelles : le cas des nouveaux objets hybrides, à la fois naturels et profondément sélectionnés, sollicités pour asseoir l'identité des produits et auxquels on attribue de nouvelles fonctions, tel que l'ensemencement ou les races bovines abondance et tarentaise, est très révélateur de cette manipulation. Les rapports que les hommes entretiennent avec la nature sont significatifs des modes de production élaborés historiquement et socialement codifiés. Les fromages des Alpes du Nord sont le fruit de systèmes de production que les hommes ont mis en place en s'adaptant aux conditions de la montagne et en développant des pratiques et des savoir-faire qu'ils se sont ensuite transmis au cours du temps.

Nous avons dégagé les principales stratégies de valorisation mises en œuvre par les acteurs locaux, significatives des manières de traiter de l'histoire, des territoires et de la reproduction sociale. L'analyse de ces stratégies, en particulier liées à l'agro-tourisme, éclaire cette idée : les producteurs invitent les touristes à devenir des acteurs de la patrimonialisation et cherchent à élaborer des références communes. On le voit bien, le patrimoine, par essence interrelationnel, est invoqué pour réunir la tradition et la modernité, le technique et le vivant.

Les hommes réévaluent les liens au lieu et au temps, ils redéfinissent les éléments qui donnent du sens à leurs actions interférant avec le statut social de chacun. Les processus de patrimonialisation engendrent un changement de configuration des rapports de force entre les acteurs impliqués en même temps qu'ils complexifient et enrichissent le produit agricole : entre une patrimonialisation institutionnelle et une patrimonialisation sociale, les hommes manipulent à la fois le vivant et l'ordre

⁵ Le GIS Alpes du Nord est régi par une convention dont les signataires sont des organismes de recherche, des organismes de développement et des organismes économiques.

⁶ Centre de recherches et d'Etudes Anthropologiques, Faculté de Sociologie et d'Anthropologie.

⁷ UMR 8575 Appropriation et Socialisation de la Nature, Muséum National d'Histoire Naturelle.

social. Cette recherche met ainsi en évidence d'une part la façon dont le patrimoine est convoqué par ces acteurs pour reconstruire du lien entre tradition et modernité. D'autre part, l'analyse des stratégies de valorisation de la dimension culturelle des fromages par les groupes sociaux montre que la patrimonialisation agit comme une réponse à l'absence de légitimité des savoirs et savoir-faire vernaculaires. Ce processus est encouragé par les acteurs impliqués pour réévaluer le contenu des liens au lieu, au temps et entre les hommes. Toute société est en perpétuelle transformation et pour continuer à vivre et à se modifier, les hommes mettent en place des dispositifs aptes à pérenniser la culture, les savoirs, le sens, afin d'éviter les ruptures entre les générations.