

# NORMES DE QUALITÉ LOCALE ET MÉCANISMES DE GARANTIE

Sylvaine LEMEILLEUR et Esther AOUATE (CIRAD-UMR MOISA)

## Introduction

On observe un intérêt croissant des consommateurs pour les produits éthiques et responsables en termes de développement durable, et en réaction à la globalisation des échanges agricoles, ce qui induit de nouveaux modes de commercialisation/approvisionnements en circuits courts de proximité de produits agricoles locaux. Un grand nombre d'initiatives, plus ou moins coordonnées participent à la mise en place de réseaux de producteurs locaux.

Une question essentielle est le mode de vérification de la provenance de chacun des produits par les consommateurs, comment cette « qualité locale » (de proximité) est-elle garantie aux consommateurs ?

Ces initiatives ont généralement développé des signes de qualité particuliers, des labels de « qualité locale ». Les labels attestent d'une spécificité mais pas nécessairement d'une supériorité ; la « supériorité » est accordée par les consommateurs et peut se traduire pour les producteurs par une rente de qualité (Allaire, 2013).

Le développement des filières courtes a suscité de nombreuses recherches académiques ces dernières années, principalement en sociologie et en géographie (cf. la revue de littérature de Deverre et Lamine, 2010). Par contre, les travaux en économie, en particulier concernant les mécanismes de garantie de cette qualité « locale » sont encore peu nombreux.

## Positionnement théorique

Les problèmes d'asymétrie d'information sont importants concernant les attributs de la qualité portant sur des critères non observables *a posteriori*. Ils génèrent des mécanismes de révélation de l'information au travers de labels et des mécanismes de garantie qui les accompagnent et transforment des « biens de croyance » en « biens de recherche » (Caswell et Mojduska, 1994 ; Lizzeri, 1999).

Les mécanismes de garantie intègrent généralement (définition adaptée d'après Meuwissen et al., 2003) un contrôle *ex-ante* (volontaire ou non), par une partie (accréditée ou non), du respect des règles (chartes, cahier des charges, etc.) et permettent d'aboutir à une qualité (norme) dont les attributs sont inobservables par le consommateur *ex-post*. Ils impliquent également la mise en œuvre de sanction *ex-post* en cas de non-respect des règles.

Il existe différents systèmes de contrôle/vérification (Garcia-Johnson et al., 2000 ; Hatanaka & Busch, 2008).

(1) La certification par première partie (auto certification) : dans ce cas, la norme et la garantie dépendent du producteur/vendeur lui-même (via un code de conduite, ou une marque de garantie privée).

(2) La certification par seconde partie : la norme et le système de garantie sont mis en place par les acheteurs. Ce sont les acheteurs eux-mêmes qui vérifient si les produits sont produits de manière conforme aux cahiers des charges qu'ils ont élaborés eux-mêmes avec les vendeurs (système de garantie participative).

(3) La certification par tierce partie : le système de garantie passe par une tierce partie indépendante (neutre), comme les organismes certificateurs privés accrédités (habilités à faire des inspections ISO 65).

(4) La certification par quatrième partie : dans ce cas, le système de garantie se fait par une institution publique.

Il faut y ajouter le système de contrôle interne. Dans ce cas, une première étape de vérification est prise en charge par une organisation de producteurs dont les membres sont chacun responsables du respect des règles par les autres membres. Ce système vient en complément dans le système de certification par tierce partie, permettant de certifier le groupe plutôt que chaque producteur individuellement.

Chaque modèle a des avantages et inconvénients en termes de performance, coût, crédibilité. Il est coûteux de vérifier la provenance de chacun des produits par les consommateurs, nous nous interrogeons donc sur les mécanismes de contrôle mis en place dans les dispositifs locaux pour garantir la qualité locale qu'ils déclarent.

### **Motivation empirique de la recherche**

En Languedoc-Roussillon, les petites exploitations restent très nombreuses et la région occupe le deuxième rang national français pour la proportion de petites exploitations, qui maillent l'ensemble du territoire régional. De plus, 20 % des exploitations agricoles de la région réalisent de la vente en circuit court, notamment les exploitations spécialisées en maraîchage-horticulture qui, pour la moitié d'entre elles, vendent leurs productions en circuit court. Le Languedoc-Roussillon témoigne de cette diversité de dispositifs valorisant la qualité locale que ce soit au travers de label publics tels que les AOC mais aussi de points de vente collectif, de marchés paysans, de marques départementales et une marque régionale, ou de labels locaux.

Quels sont alors les mécanismes de contrôle mis en place par un certain nombre de ces dispositifs locaux pour garantir la qualité qu'ils déclarent, d'autant que, prétendre à une qualité auprès des consommateurs est contrôlé et sanctionné par l'Etat au nom du respect de la concurrence et de la protection des consommateurs (DGCCRF en France, ONSSA au Maroc) ? La résolution de ces problèmes est indispensable pour permettre à ces dispositifs de se développer



## Méthodologie

Des enquêtes d'acteurs parties prenantes des démarches valorisant une norme de qualité locale ont été réalisées (les porteurs de l'initiative et un ou deux producteurs membres de la démarche) ainsi que la collecte et l'analyse des documents relatifs à ces démarches (chartes, cahiers des charges,...). Les enquêtes ont été réalisées au printemps 2014, avec le soutien de la Chambre Régionale d'Agriculture, auprès de 13 démarches valorisant une norme de qualité locale.



Les données récoltées portent sur les caractéristiques de la norme, la gouvernance et prise de décision au sein de la démarche, et les mécanismes de contrôle.

## Résultats

Ces dispositifs sont plus ou moins anciens. Ils sont gérés soit par les producteurs eux-mêmes (BP, marchés, syndicats) des associations, des collectivités ou les services de l'Etat et la taille des groupes est très variable. Les résultats sont présentés de manière comparative dans les tableaux 1, 2, 3 ci-dessous.

| Démarche          | Boutiques Paysannes                                                 | Flor de Pèira                                                               | Nature & Progrès                            | Bienvenue à la Ferme                                          | Marché des Producteurs de Pays                    | Marchés Paysans de l'Hérault                                                 | AOP Pélardon                           | AOC Languedoc                                        | Sud de France                                                    | Militants du Goût                                               | Pays Cathare                          | Marque Parc                                                                             | Tourisme de Terroir                                                                                 |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Logo              |                                                                     |                                                                             |                                             |                                                               |                                                   |                                                                              |                                        |                                                      |                                                                  |                                                                 |                                       |                                                                                         |                                                                                                     |
| Année de création | 2006                                                                | 2012                                                                        | 1964                                        | 1988                                                          | 2012                                              | 2000                                                                         | 2000                                   | 2007                                                 | 2006                                                             | 2002                                                            | 1992                                  | 2000                                                                                    | 2005                                                                                                |
| Objectif(s)       | Points de vente collectifs / produits locaux                        | farines certifiées AB, de haute qualité nutritionnelle produites localement | agriculture biologique et locale -          | Favoriser les prestations d'accueil ou de services à la ferme | valo. Productions en vente directe                | système d'identification du nombre d'intermédiaires entre le champ et l'étal | Protéger le produit Pélardon           | Protection et valorisation du terroir viticole du LR | valorisation des produits du LR.                                 | Valoriser le patrimoine gastronomique gardois - circuits courts | valo. patrimoine local                | Valo produits issus du parc                                                             | réseau les professionnels de activités touristiques d'accueil à la ferme thématique terroir et vins |
| Gérés par ...     | Réseau des Boutiques Paysannes du Languedoc Roussillon              | BIOCIVAM Aude                                                               | Fédération Nature & Progrès                 | APCA                                                          |                                                   | Association des Marchés Paysans de l'Hérault                                 | Syndicat des Producteurs de Pélardon   | Syndicat des AOC Languedoc                           | Région Languedoc Roussillon                                      | Conseil Général du Gard                                         | Conseil Général de l'Aude             | Etat (Ministère de l'Ecologie, Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire) | Fédération Tourisme de Terroir                                                                      |
| Nb adhérents      | En 2014, 15 BP (+ 2 en projet). 300 agriculteurs sur 4 départements | Une vingtaine                                                               | 800 adhérents dont plus de 600 agriculteurs | 6000 en France dont 500 en LR et 111 dans l'Hérault           | 450 lieux de marchés. 8000 agriculteurs BAF + MPP | Entre 300 et 400 adhérents en 2014                                           | 85 opérateurs en 2014 dont 62 fermiers | 530 communes, 2000 déclarants de récolte             | 2600 entreprises en 2014, soit environ 9200 produits estampillés | 600 adhérents professionnels dont plus de 200 agriculteurs      | 900 entreprises dont 400 agriculteurs | 800 entreprises sur 36 Parcs. 200 produits agricoles                                    | 230                                                                                                 |

| Démarche                        | Boutiques Paysannes                                                               | Flor de Pèira                                                                                                                   | Nature & Progrès                                                                                                      | Bienvenue à la Ferme                                                              | Marché des Producteurs de Pays                                                                                                                    | Marchés Paysans de l'Hérault                                                                                                                   | AOP Pélardon                                                                               | AOC Languedoc                                                                                  | Sud de France                                                                       | Militants du Goût                                                                   | Pays Cathare                                                                        | Marque Parc                                                                         | Tourisme de Terroir                                                                 |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Logo                            |  |                                                |                                      |  |                                                                  |                                                               |           |               |  |  |  |  |  |
| Structuration de l'organisation | Réseau régionale d'associations locales                                           | Biocivam (animation, promotion, administration). Il est envisagé à moyen terme que les opérateurs créent une structure autonome | Fédération Nature & Progrès. Groupes locaux ou régionaux avec des associations de producteurs et consommateurs. COMAC | Animatrice et groupe de travail BAF composé d'élus de la chambre                  | Gouvernance nationale (stratégie), régionale (coordination), et départementale (. Organisation tripartite des marchés (collectivité, CA, product) | Asso locale (paysans, commerçants, consommateurs et élus). Rôle de mise en réseau des acteurs et d'aide à la mise en place de nouveaux marchés | Le SPP est un ODG reconnu par l'INAO. Il est dirigé par un CA composé de ses membres élus. | INAO, ODG (animation et contrôle interne - missions de service public reconnu par l'Etat), OCI | Animation - Comité d'Adhésion - Région                                              | Département + Chambres prof                                                         | Département + Chambres prof                                                         | Fédération des PNR. PNR sont syndicats mixtes (50% communes, 50% CG).               | Département + Chambres prof                                                         |
| Animation                       | 2 salariés                                                                        | 1 salariée                                                                                                                      | Des salariés                                                                                                          | 1 salarié CA                                                                      | 1 salarié CA                                                                                                                                      | 2 salariés                                                                                                                                     | 1 salarié                                                                                  | 10 salariés                                                                                    | 2 salariés                                                                          | ?                                                                                   | 2 salariées                                                                         | 1 salarié                                                                           | 1 salarié                                                                           |

## Conclusion : Une grande diversité d'objectifs et de stratégies pour des dispositifs souvent récents et peu stabilisés

On observe que pour beaucoup d'entre elles, ces initiatives ne sont pas stabilisées et n'ont pas encore réellement résolu le problème de révélation/vérification de l'information sur la qualité qu'elles défendent. Il existe des différences majeures en termes d'objectifs et de stratégies de valorisation (la démarche intègre ou pas des cahiers des charges sur le mode de production, la démarche spécifie ou non l'origine exacte des produits sur un territoire délimité).

Il y a une grande diversité dans le degré de formalisation des démarches (chartes qui définissent des grands principes ou bien des cahiers des charges qui spécifient ces principes en indicateurs plus ou moins mesurables et vérifiables).

Dans de nombreux cas, les modalités de contrôle et de sanctions restent assez vagues et incomplètes (le contrôle repose fortement sur le moment de l'adhésion du producteur à la démarche ; Il est moins clair voire absent pour le maintien dans la démarche). Le suivi (et donc une forme de contrôle informel) est souvent délégué à l'animateur de la démarche.

La qualité et le rôle d'un salarié sont particulièrement importants. Les modalités pour faire évoluer les cahiers des charges ne sont pas toujours anticipées et formalisées, or elles paraissent essentielles pour pouvoir adapter une démarche aux réalités de terrain changeantes. Les modes de résolution de conflits ne sont pas toujours formalisés.

Ce qui est clair c'est que ces dispositifs sont toujours en construction et qu'il y a toujours une forte hésitation entre une certification externe couteuse et qui perd en richesse (indicateurs mesurables et qui n'intègre pas l'idée de progrès) et une auto certification parfois laxiste (par exemple pour le label « sud de France » et l'entreprise Spanghero). On note également un réel engouement pour aller vers de la certification participative (hybride entre auto certification et Contrôle par Tierce partie (Flor de Peira, boutique paysanne, bienvenue à la ferme, marché paysans, AMAPS, ...).