



BAF 2020

Transformer les systèmes alimentaires localisés par la consommation et la production durables

Atelier « Labellisation et responsabilisation des consommateurs et des producteurs locaux »

Frédérique Lorenzi, Etienne Montaigne

La BAF 2020 s'est déroulée du 5 au 7 octobre 2020 en France dans la Biovallée (Drôme, France) dans le cadre du Forum Origine – Diversité – Territoire.

Les acteurs locaux s'organisent de multiples manières pour apporter des garanties aux consommateurs de proximité en termes de valeurs associées aux labels et autres normes volontaires de durabilité. De leur côté, les consommateurs sont porteurs d'attentes en matière de durabilité. Les intervenants/participants à l'atelier ont cherché à comprendre si les attentes des consommateurs étaient satisfaites par les systèmes de certification et d'identification des produits et/ou selon d'autres modalités (qualités territoriales spécifiques, engagements environnementaux, systèmes participatifs de garantie, réseaux de solidarité, ...).

Les labels et les producteurs

- Le séminaire :

Une recherche a été menée au Pérou pour comprendre les points d'intérêt des **producteurs de quinoa** s'agissant de la création d'une marque collective pour le quinoa andin. L'enquête menée auprès d'un échantillon de 36 producteurs répartis dans 3 villages montre que le consensus sera dur à établir car les positions sont contrastées. Trois groupes ont été identifiés :

- a) Les producteurs traditionalistes attachés à la persistance d'une grande variété de semences et à l'élevage dans le système agronomique, intéressés par la création d'une marque collective et opposés à l'usage de pesticides.
- b) Les femmes entrepreneuses exclusivement intéressées par l'exportation de leur production, favorables à la création d'une marque collective et à l'usage de technologies pour améliorer l'usage de l'eau.
- c) Les producteurs recherchant l'intensification grâce à des variétés améliorées et certifiées, souhaitant disposer de capacités de stockage et exporter.

Les directives volontaires pour une norme de **riz vert durable sur l'île Chongming** de Shanghai : au-delà du géo référencement et de l'identification du patrimoine, constitué par les différentes pratiques agricoles, les actions ont porté sur l'habitat, les animaux, les indications géographiques, la planification et la gestion des ressources naturelles, l'alimentation biologique, la sûreté alimentaire et ont permis l'élaboration de spécifications techniques sur le riz durable.

L'entreprise sociale coopérative Modousa sur l'île de Lesbos a *re-territorialisé* le système traditionnel de production **d'huile d'olive** variété Kolovi. La dépendance au marché conventionnel est passée de 70% en 2017 à 20% en 2020. Désormais, 20 à 30% de l'huile est commercialisée sous label et principalement via des réseaux sociaux et de solidarité, la diaspora en Grèce et à l'étranger, ainsi qu'aux touristes.

Il ressort de la discussion en atelier que les caractéristiques sociales (tradition, culture et gastronomie) sont davantage mises en exergue que les ressources naturelles souvent considérées comme des éléments de marketing, sans considération portée à leur préservation.

- Les visites de terrain à Die :

Nous sommes accueillis sur une petite placette, à proximité des locaux de l'association « Ecologie au quotidien ». Nos deux interlocuteurs sont de vieux complices et partagent les mêmes analyses et aspirations : relocalisation alimentaire, reforestation, santé, qualité de vie, place à l'humain, moindre dépendance aux médicaments et à la « machine » hospitalière.

Jean-Marie Verdet, agriculteur néorural et médecin, explique avoir choisi le Diois pour s'installer dans les années 90, une région agréable du point de vue humain et de la qualité de vie – mais où il ne pleut pas beaucoup. La ferme devait être comprise dans l'emprise d'un barrage qui ne s'est pas réalisé et comprenait 50 ha de vergers principalement composés de pommiers à irrigation fertilisante (le pire des modèles de l'agriculture intensive). Il l'a transformée en s'inspirant des idées de Claude Bourguignon - l'impact du travail du sol sur la qualité - et de la méthode Kousmine fondée sur la diététique, arrêtant de traiter les arbres pour ne faire que du soin. Il mentionne que dès 1995 la communauté de communes a fait l'acquisition d'un broyeur. Ayant pratiqué la vente directe qu'il a trouvée éprouvante, il a cherché à ce que la coopérative dispose d'une filière de commercialisation bio en plus de la filière non bio et il s'est investi dans La Carline, une épicerie tenue par une association de consommateurs de produits bio à Die. Il préfère parler d'agroécologie plutôt que d'agriculture biologique mais reconnaît que l'impact du label AB (agriculture biologique) a été énorme. Il assure que la vraie prévention vise à ne pas tomber malade pour ne pas avoir à prendre de médicaments. Il considère que c'est parce que le territoire était devenu bio que les responsables politiques se sont appropriés l'image et reconnaît que le qualificatif « Biovallée » ne va pas forcément dans le sens d'un développement écologique.

Claude Veyret administrateur de Biovallée présente l'association « Ecologie au quotidien » qui est installée à Die et accompagne les porteurs de projets. Elle organise depuis une vingtaine d'années fin janvier les rencontres de Die et de la Biovallée avec l'aide d'une centaine de bénévoles. Les conférences, ateliers pratiques, balades permettent d'aborder différents thèmes : alimentation, reforestation, santé. Comment arriver à produire ce dont on a besoin et parvenir à une certaine souveraineté alimentaire. Et si demain c'était pire ? Autant se préparer.



A Die est également installée **La Carline**, une épicerie bio sous forme de coopérative qui emploie 12 salariés. Au départ, en 1989, c'est une association de consommateurs, un groupement d'achat géré par des bénévoles. La gestion devenant trop lourde et l'aventure collective s'essouffant, l'association est devenue une SCIC (société coopérative d'intérêt collectif) en 2003. Elle est composée de membres associés (producteurs, salariés, consommateurs) et de membres de soutien (associations). Il n'y a pas de rémunération des parts sociales, tout étant réinvesti dans la coopérative. 700 foyers sont adhérents. Les coopérateurs sont incités à s'impliquer dans la structure et à connaître les producteurs. La coopérative entretient une relation durable avec les producteurs qui disposent, d'une planification de leurs débouchés. La vente directe en circuit court représente 41% du chiffre d'affaires. Le choix des produits est complet (pour la vie de tous les jours) mais la gamme est restreinte (ce qui est produit sur le territoire ou à proximité/dans le Trièves). Le pain est livré 4 fois/semaine et la farine moulue à la ferme provient du Diois. La coopérative a réalisé une croissance à deux chiffres en 2020 (+13%), en 2018 (+ 11%) en 2017 (+15%) et surtout en 2016 (+25%). La clientèle évolue, elle s'est beaucoup diversifiée et ne se limite plus à un public convaincu.

Les labels et les consommateurs

L'igname Kponan de Bondokou (Côte d'Ivoire) : une enquête auprès de 411 consommateurs locaux a été réalisée pour mesurer le niveau d'appropriation de la labellisation de cette production. Ils privilégient l'accessibilité et la disponibilité à la qualité et à la résilience. Les marges obtenues grâce à la labellisation varient de +20% à +92% selon les périodes de consommation.

Les **produits de terroir en Corse** apparaissent comme des biens d'exception, difficilement accessibles pour un consommateur ordinaire, réservés à la population touristique haut de gamme et à l'élite (1/5 de la population se situant sous le seuil de pauvreté). Le PAR (plan d'aménagement rural), les démarches « qualité-identité » (1970-1980), le schéma d'aménagement de la Corse (1992), le PADDUC (2015) ne sont pas parvenus à une transition en profondeur. On assiste plutôt à une « rente de la qualité territoriale » (Mollard et Pecqueur). Le modèle est imparfait du fait d'une gouvernance qui n'est pas toujours là où on l'attendrait. On assiste également à un travestissement de l'image par un détournement de l'origine des produits. Les stratégies de filière conduisent à écouler des produits à prix élevés (biens de club) et certaines démarches d'appellation d'origine sont inabouties, les cahiers des charges pouvant être vus comme trop restrictifs (effet d'éviction). Comment sortir de la dépendance au sentier et parvenir à une production et une consommation responsables pour nourrir les populations ? Il convient d'éviter de saturer le marché local qui est réduit, mais il existe une demande des résidents pour la relocalisation d'une agriculture nourricière. Le CROUS de Corte ainsi que des EHPAD ont proposé un menu corse une à deux fois par mois. Un projet alimentaire territorial porté par le PETR UTVS (*Urnanu-Taravu-Valincu-Sartenesi*) a vu le jour en 2017 et des espaces tests agricoles sont mis en place. Trouver le foncier disponible, accompagner les changements de systèmes techniques pour produire l'hiver et conduire des actions de formation figurent parmi les priorités.

Slow Food a adressé un questionnaire aux producteurs pour leur permettre de comprendre leurs propres pratiques. Le cahier des charges est le fruit d'un processus d'apprentissage.

La discussion met en évidence les possibles effets pervers de la politique de qualité et la mainmise par les industriels mais également certains revendeurs de « *faux produits corses* » avec mise en danger de la régulation. Certaines IGP (clémentines) ont cherché à être inclusives avec des politiques d'accompagnement des producteurs. Il ne faut pas oublier la nécessaire mise en relation entre la population productrice et non-productrice, l'importance de l'économie ordinaire qui permet de nourrir au quotidien, le fait que les nouvelles générations ne consomment pas comme les anciennes et l'existence d'une consommation saisonnière de qualité.¹

La certification bio relève d'une démarche individuelle. D'ici 10 ans (2031) les signes de qualité devraient passer en « *haute valeur environnementale* » (HVE)². La loi EGALIM exige la mise en conformité HVE de toutes les exploitations, y compris celles en bio ou ayant des produits sous appellation : surfaces d'intérêt écologique, techniques sans labour, lutttes antiparasitaires, regain d'intérêt pour les landes et parcours, etc.

Table-ronde 6 octobre

Une réflexion a été engagée sur la marque Biovallée déposée à l'INPI dont l'impact n'est pas très conséquent (9 utilisateurs du logo sur 55 adhérents) : Quelle perception ? Quel retour ? Quel lien avec le territoire ? Des panneaux ont été brûlés à Loriol. L'adhésion s'élève à 50 € pour 1 équivalent temps plein/ETP net, 300 € pour 10 ETP.

La production de vin (Clairette) est le fait de 350 producteurs dont certains indépendants et d'autres en coopérative pour une superficie de 1 600 ha. La clairette est un produit ancestral, mais actuellement le secteur est en crise, concurrencé par d'autres boissons telles que le Cava ou le Prosecco. La coopérative est née en 1956 mais elle a été fragilisée par certains choix stratégiques (accord et prise de participation

¹ Un débat, en *a parte*, s'est posé sur l'effet revenu : la rente de qualité peut améliorer le revenu des producteurs et favorise la redistribution des revenus des classes aisées, avec un retour sur la région, mais de fait exclut les consommateurs de revenus plus faibles.

² A ne pas confondre avec HVN (haute valeur naturelle). Les exploitations agricoles utilisant des modes de production particulièrement respectueux de l'environnement peuvent faire l'objet d'une certification qui comporte plusieurs niveaux d'exigences environnementales dont le plus élevé repose sur des indicateurs de performance environnementale et ouvre seul droit à la mention exploitation de haute valeur environnementale (art. L611-6 du Code rural – Loi EGALIM du 30/10/18).

dans une unité de production de crémant). La production bio est en augmentation (20 %). Les rendements sont en diminution : 40 hl / ha au lieu de 60.

Les parcs naturels régionaux, comme celui du Vercors, ont aussi leur marque « Valeur Parc ». Dans le PNR les situations varient, jusqu'à 200 m d'altitude, et de nouvelles productions émergent. En mars 2020, un salon des plantes aromatiques et médicinales s'est tenu sur l'Ecosite. Pour le maraîchage, il faut forcément des serres et laisser la végétation en repos à certaines périodes. On observe une diminution du nombre d'agriculteurs mais pas de la SAU. 32 producteurs de viande bovine, ovine, fromages, pisciculture et plantes à parfum ont demandé à bénéficier de la marque « Valeur Parc ». D'autres demandes concernent la viande de porc, les œufs, la volaille, la transformation de petits fruits, la bière et le miel. C'est l'identification avec le lieu de production qui est recherchée.

Connexion entre consommateurs et producteurs : la labellisation est-elle une réponse ?

On assiste depuis une dizaine d'années en Suisse à une augmentation de la popularité des aliments de provenance locale par les consommateurs. Le facteur d'origine associé au goût et à la qualité mais aussi à la durabilité a pris le dessus sur le bio. La moitié des denrées régionales sont vendus en supermarché (devant les marchés et les magasins à la ferme). Avec cette tendance les marques et labels vantant le facteur local se sont multipliés. Dans quelle mesure ces marques et signes distinctifs liés à l'origine locale associent-ils vraiment une démarche pour la durabilité des produits, des filières et des régions dans lesquelles ils sont mis en place ? Dans les supermarchés, on trouve jusqu'à 109 marques ou labels pouvant être regroupés en 4 catégories :

- a) Les labels de montagne et des parcs Suisses (90% - 100% des matières premières provenant de ces régions/parcs et 2/3 de la valeur ajoutée générée dans ces zones).
- b) Les AOP (toute la production et la transformation dans la région) et les IGP (une ou plusieurs de ces étapes).
- c) Les marques régionales (41) : définition et propriété privée (ou cantonale), regroupées en 4 macro-régions (comme Alpina Vera/420 producteurs et 1000 produits) et dans un label national (Regio Garantie). 80 à 100% des matières premières de la région selon la recette et 2/3 de la valeur ajoutée.
- d) Les marques de supermarchés : définition et propriété privée (par les entreprises) - 8 marques dont 2 de montagne, 2 de proximité (distance par rapport au supermarché) et 4 basées sur la région de provenance. Pas d'exportation en dehors de la région (Lokal).

L'analyse a porté sur la contribution potentielle de ces labels et marques alimentaires régionaux à la **réalisation des Objectifs de développement durable (ODD)**³. L'exigence attachée à la provenance des matières premières (restriction des inputs) fait que les AOP et labels de montagne sont partiellement en ligne avec l'établissement de modes de consommation et de production durables. En effet, les produits sont exportés, l'origine des ingrédients fait l'objet de nombreuses exceptions et peu de critères supplémentaires sont énoncés de manière à les privilégier. Une seule marque régionale requiert un critère fédéral pour le bien-être animal. La croissance économique (ODD 8) est renforcée par le critère 2/3 de valeur ajoutée. Une marque de supermarché reverse des bénéfices pour des projets en montagne (ODD 8). La biodiversité locale (ODD 15) est surtout prise en compte par les labels Parcs. La surreprésentation des produits laitiers, carnés⁴ et boissons alcoolisées ne permet pas de satisfaire les ODD 12 et 3. D'où la nécessité d'encourager une réflexion sur l'assortiment durable et sain (produits végétaux et boissons non alcoolisées) par les marques.

On assiste à une forte segmentation dans l'appellation **Beaujolais** - il existe 12 AOC - et le territoire est très dynamique mais le produit est peu transparent. L'intervenant vigneron bio en AOP Beaujolais Village et Macon, reconnaît que les indications géographiques ont eu à une époque un rôle important (typicité, traçabilité et structuration des filières). Les organismes de défense et de gestion (ODG) pour les crus et le Beaujolais Village ont permis de maîtriser la vinification. Puis, on a assisté à la dénaturisation des vins et à

³ ODD 3 : Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge ; ODD 8 : Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous ; ODD 12 : Etablir des modes de consommation et de production durables ; ODD 15 : Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres

⁴ 100% des indications géographiques en Suisse sont des produits carnés transformés

l'émergence des « *vins nature* » dans les années 80 mais avec un certain retard pour la conversion en bio. Il déplore qu'aujourd'hui le modèle « chimique » ne pousse pas les acteurs à évoluer pour prendre en compte les enjeux environnementaux, par exemple pour les techniques de désherbage qui ont un coût, alors que les niveaux de rémunération sont très réduits. La certification « haute valeur environnementale »/HVE (demandée par la grande distribution) est une marque de progrès en faveur de l'agrochimie et la biodynamie est une démarche ésotérique, holistique et exigeante. Les « *vins nature* » sont un concept fourre-tout où le meilleur côtoie le pire. La capacité de répondre aux enjeux environnementaux n'est pas adressée actuellement, contrairement à ce qui est fait en Bourgogne, par les vins de Savoie ou du Jura. On est en présence de haies et de mares mais pas de délimitation de zones non traitées. Il conviendrait d'assurer un renouvellement générationnel des ODG et de revoir leur mandat au-delà du contrôle qualité pour répondre aux attentes des consommateurs et aux défis de la durabilité du territoire.

Le **système participatif de garantie** au niveau territorial peut agir comme un outil complémentaire à l'indication géographique. C'est ce qui a été fait à Volos en Thessalie (Grèce) pour le **fromage Feta**. L'AOC Feta a été reconnue en 2002. La préoccupation d'entretien des espaces fragiles de montagne n'était pas alors au premier plan. Les producteurs ont cherché à différencier leur marque collective « *Terra Thessalia* » par un système participatif de certification (lieu de production, rétribution équitable des éleveurs et des producteurs de fromage, traçabilité, caractérisation de la conduite des pâturages extensifs et des moyens de production fromagers, races, alimentation ... appel à la connaissance des consommateurs locaux). Le système est ancré localement et a donné lieu à la rédaction d'un guide pour amener les éleveurs à respecter les spécifications mais il n'existe pas de régulation aux niveaux national et international et la motivation peut s'éteindre au fil du temps. Seuls les petits territoires parviennent à superposer des objets « frontières »⁵. Dans des petits territoires, un SPG permet une rétribution supplémentaire du produit en raison des contraintes et le maintien des pratiques compatibles avec la protection d'écosystèmes fragiles. Si le territoire est trop grand, il ne tient pas compte des écosystèmes fragiles.

La FAO a promu la conservation dynamique permettant de promouvoir des **systèmes ingénieux de protection du patrimoine agricole** (SIPAM). 62 systèmes/territoires dans 22 pays bénéficient de cette appellation qui repose sur 5 critères : sécurité alimentaire et moyens de subsistance, agrobiodiversité, systèmes de savoirs locaux et traditionnels, valeurs, cultures et organisation sociale, paysages terrestres et aquatiques. Parmi les produits et régions bénéficiaires : IG pour la filière et la traçabilité du mouton de Chiloé au Chili et vignoble Soave en Italie.

Parmi les réflexions des participants à l'atelier : « local » ou « régional » ne veut pas dire « durable ». Les distances par rapport aux lieux de production ne permettent pas aux consommateurs de s'y retrouver. Parmi les nouveaux critères : lien avec les ODD, MAEC, HVE en 2031 (réflexion conduite par Jacques Gautier, responsable de l'INAO à Bordeaux). Les intérêts des producteurs ne coïncident pas avec la prise en compte des effets sur les biens publics.⁶

Leviers pour le développement territorial

Les produits relevant d'une indication géographique sont le résultat d'une interprétation entre un terroir et un produit. Ils sont socialement construits et sont des objets qui évoluent. Deux chercheurs de l'université de Florence ont analysé les **évolutions apportées aux règles collectives** et les justifications avancées : évolution des techniques, meilleur positionnement sur le marché, réduction des coûts de production, renforcement de l'identité locale du produit, diminution des impacts négatifs, etc. Ces évolutions peuvent venir affecter la confiance quant au système productif local, la distribution de la valeur ajoutée ou être trop axées sur l'obtention de résultats à court terme. La réalisation d'évaluations participatives prospectives (effets attendus des modifications) et rétrospectives (causes de succès ou d'échec) peut aider les différentes parties prenantes dans la prise de décision et à cette fin un guide méthodologique est élaboré en lien avec la FAO.

⁵Objets formalisés par la définition de leur « contenant » et la caractérisation de ce contenant dans des rubriques définies par la loi aux niveaux national (définition, composition, méthodes de production, caractéristiques physiques et chimiques, qualités sensorielles, identification commerciale du produit, ...). , réunion des producteurs sur un objectif commun, (nécessité d'unir les forces, d'une protection d'un patrimoine commun, ...).

⁶ La question centrale de la rémunération des producteurs par le seul produit reste posée. La part de la rémunération pour les aménités / externalités positives n'est pas prise en compte.

Geneviève Michon met en exergue le risque de dépossession par la montée en puissance des opérateurs industriels. Ainsi en est-il de la transformation pour des usages cosmétiques de **l'huile d'Argan** au Maroc (1^{ère} IGP d'Afrique en 2009). Au départ il y avait l'identification d'un SIPAM arganeraie mais, actuellement, des noix circulent dans tout le Maroc. Tous les autres usages (alimentaires, rituels) sont passés sous silence. Même constat s'agissant de la production de **dattes** : effacement des terroirs, des variétés non protégées et des usages, y compris dans l'alimentation animale. Les oasis sont à l'abandon au profit d'installations de palmiers-dattiers irrigués. Au Maroc, les terres de parcours sont accaparées par les investisseurs et le système pastoral est en danger. On assiste à une dépossession du produit, du processus de production, des modes de consommation et d'usages, des lieux de valorisation et des lieux marchands (marchés du terroir et revendeurs). La **rose du M'Goun** (« Rose de Kelâat M'Gouna Dadès ») en AOP depuis 2011 était à l'origine installée pour éviter que le bétail entre dans les plantations d'orge et de légumes. Les consommateurs traditionnels, les producteurs oasiens, les sous collectifs de producteurs (femmes de l'Argan) se trouvent ainsi déposés.

Parmi les réflexions soulevées, existe-t-il un risque de « banalisation » du jambon toscan dont la teneur en sel a été réduite sous l'influence du leader, le jambon de Parme, mais aussi pour porter une attention à la demande vers plus de santé et à la nutrition ? Pour allier la consommation responsable avec la production, il faut enclencher la transition au niveau d'un petit territoire. Claire Lamine a établi un cadre conceptuel avec une entrée spécifique « consommation responsable dans les territoires ».

oOo